

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pendidikan saat ini tidak bisa dilepaskan begitu saja dari pengaruh globalisasi yang mendera masyarakat. Globalisasi dimaknai sebagai aktifitas global masyarakat dalam ruang lingkup dunia yang sama yang memaksa seseorang terhubung dengan masyarakat yang lain untuk saling mempengaruhi satu sama lain. Globalisasi ini mempunyai dampak bagi masyarakat baik yang bersifat positif maupun negatif. Salah satu dampak dari eksistensi globalisasi ini adalah masyarakat harus selalu mampu bersaing dengan kompetitor lain.

Dalam konteks pendidikan, salah satu dampak globalisasi adalah munculnya kompetitor berupa sekolah-sekolah berjejaring dari negara lain yang semakin menjamur di tanah air. Munculnya sekolah-sekolah berjejaring internasional ini satu sisi memberikan angin segar bagi warna pendidikan di Indonesia. Namun di sisi yang lain berdampak kepada menurunnya jumlah siswa pada sekolah lokal karena dimungkinkan tersedot ke sekolah-sekolah berjejaring internasional tersebut.

Persaingan nampaknya bukan hanya terjadi antara sekolah lokal terhadap sekolah berjejaring internasional saja. Namun disinyalir terjadi persaingan antar sekolah lokal dalam hal memperebutkan calon siswa setiap memasuki masa penerimaan peserta didik baru. Sekolah-sekolah yang dianggap masyarakat sebagai

sekolah 'favorit' dipastikan akan dibanjiri oleh calon siswa. Sementara sekolah yang dianggap 'biasa-biasa' saja akan ditinggalkan calon siswanya.

Hal inilah yang menjadi penyebab beberapa sekolah mengalami penurunan jumlah siswanya dari tahun ke tahun. Di beberapa tempat hal ini bahkan sampai terjadi penutupan sekolah karena biaya operasional sekolah tidak bisa ditutup oleh siswa.¹ Alasan penutupan sekolah pun sangat beragam dari mulai masalah internal yayasan sampai ketidakmampuan sekolah bersaing dengan sekolah lain.²

Sekolah merupakan sebuah lembaga tidak ber laba yang menyediakan jasa kepada khalayak yang akan menggunakan jasa pendidikan. Dikatakan tidak ber laba (nirlaba) karena memang sekolah tidak bisa memberikan keuntungan (*benefit*) layaknya perusahaan komersial pada umumnya. Walau tidak ber laba, bukan berarti sekolah dikelola asal-asalan dan apa adanya. Sekolah dituntut untuk memberikan layanan serta pengelolaan yang baik dan profesional layaknya perusahaan komersial.

Pada perkembangannya dari sisi pengelolaan, sekolah boleh dikatakan mulai melakukan pendekatan-pendekatan bisnis sebagai strategi untuk pemasaran pendidikan. Pendidikan perlahan bergerak kepada mekanisme pasar persaingan, dan yang akan menjadi pemenang dalam mekanisme persaingan itu adalah lembaga

¹Harian Kompas Online berjudul "540 Sekolah Kurang Murid" diunduh pada 25 November 2017 dari laman <https://goo.gl/UrPSgd>.

² Harian Kompas Online berjudul "Ratusan Sekolah Tutup" diunduh pada 25 November 2017 dari laman <https://goo.gl/t59tKk>.

yang secara tepat guna dan daya guna terbukti mampu memberikan layanan yang baik, profesional, berkualitas serta berorientasi pada kehendak pasar.³

Menurut Kasmir⁴ ada 9 ciri pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen: *Pertama*, lembaga harus memiliki pegawai yang profesional terutama pegawai yang berhadapan dengan pelanggan secara langsung. *Kedua*, adanya fasilitas berupa sarana dan prasarana yang mendukung kelancaran marketisasi produk ke pelanggan secara cepat dan tepat waktu. *Ketiga*, keberagaman produk tersedia demi keinginan konsumen. Jika dimungkinkan diterapkan konsep satu kali berhenti bisa berbelanja (*one stop shopping*) berbagai produk yang beragam dengan kualitas yang terjamin. Hal ini akan membuat konsumen merasa dimanjakan, dengan begitu pelanggan akan menjadi setia serta tidak beralih ke produk lain.

Keempat, pelayanan yang tuntas merupakan tanggung jawab perusahaan kepada setiap pelanggan. Hal ini dimaknai sebagai bentuk layanan lembaga kepada konsumen dari awal hingga akhir urusannya selesai. *Kelima*, jika dibandingkan dengan pihak kompetitor, lembaga harus mampu memberikan layanan yang cepat waktu dan tepat sasaran. *Keenam*, lembaga harus pandai berkomunikasi dengan baik sehingga pelanggan akan merasa senang diperlakukan mulia layaknya sebagai seorang raja. Kemampuan berkomunikasi ini diperlukan untuk mengetahui keinginan maupun kebutuhan pelanggan. *Ketujuh*, mampu menjaga rahasia setiap berinteraksi dengan pelanggan yang melakukan transaksi. Hal ini bisa menyebabkan

³M. Wijayakusuma. 2008. *Marketing Lembaga Pendidikan*, diunduh pada 25 November 2017 dari laman <https://goo.gl/HCj4nA>.

⁴Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. h. 5.

pelanggan akan merasa nyaman dan aman ketika berinteraksi dengan lembaga tersebut. *Kedelapan*, memahami seluk beluk produk yang akan dipasarkan dengan mengetahui secara detail. *Kesembilan*, tanggung jawab lembaga terhadap para pelanggan dapat memunculkan rasa percaya terhadap lembaga bahwa lembaga mampu menangani apa yang menjadi kebutuhan pelanggan.

Oleh karena itu, lembaga pendidikan termasuk didalamnya lembaga pendidikan Islam, dihadapkan pada persaingan yang menuntut kompetisi dengan lembaga yang lain. Dalam kompetisi yang sehat, kualitas yang akan menjadi pemenang. Kualitas yang dimaksud adalah mendasarkan pada 4 prinsip yaitu: a) fokus pada rasa puas pelanggan; b) menghormati dan peduli terhadap permasalahan orang lain; c) manajemen berbasis fakta; d) perbaikan yang terus menerus dilakukan (*continous improvement*).⁵ Sedangkan indikator kualitas sebagaimana disampaikan oleh Garvin dalam Sri Minati⁶ menyebutkan 8 dimensi sebagai berikut:

1. Kinerja/performa (*performance*) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan.
2. *Features* berkaitan dengan alternatif serta pengembangannya yang meliputi ciri-ciri atau karakteristik tambahan.
3. Keandalan (*reability*) berkaitan dengan fungsi produk dalam waktu dan kondisi tertentu.

⁵Minati, Sri. 2016. *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. h. 323.

⁶Minati, Sri. 2016. *Manajemen...* h. 334.

4. Konformitas (*conformance*) berkaitan dengan tingkat kesesuaian antara sebuah produk dengan spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan ketahananlamaan pemakaian sebuah produk dalam waktu tertentu.
6. Kemampuan layanan (*serviceability*) berkaitan dengan upaya cepat dan sopan dalam memberikan penanganan, keluhan, kemudahan yang memuaskan serta berkompetensi.
7. Estetika (*aesthetic*) berkaitan dengan nilai keindahan yang menjadi pertimbangan serta refleksi pribadi.
8. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*) berkaitan dengan reputasi sebuah produk (baik berupa *brand name* maupun *image*).

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Alam Nurul Islam (selanjutnya disebut: SDIT Alam Nurul Islam) sebagai subyek dalam penelitian ini adalah lembaga pendidikan formal setingkat Sekolah Dasar yang menggunakan waktu belajarnya dari pagi sampai sore (*fullday school*). Sekolah ini berstatus swasta murni dibawah payung Yayasan Nurul Islam Yogyakarta. Sebagai lembaga pendidikan formal, sekolah ini terdaftar pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Sleman. Izin pendirian sekolah diperoleh pada tahun 2003.

Walaupun sekolah ini mempunyai nama resmi Sekolah Dasar Islam Terpadu Alam Nurul Islam, namun sekolah ini membangun *branding* sebagai Sekolah Alam. *Branding* Sekolah Alam sengaja dibangun untuk menunjukkan *diferensiasi* dengan sekolah-sekolah yang ada. Selain belum banyak yang menggunakan *branding*

tersebut, juga pihak sekolah merasa perlu memberikan layanan pembelajaran kepada siswa dengan simultan. Dikatakan simultan karena sekolah ini berupaya untuk mengembangkan semua aspek psikologis perkembangan siswa, baik yang bersifat kognitif, afektif maupun psikomotorik.

Adapun alasan didirikan SDIT Alam Nurul Islam ini muncul dari ide-ide dalam diskusi-diskusi yang dilakukan beberapa orang (belakangan menjadi pengurus yayasan) terkait dengan dunia pendidikan. Diskusi lintas disiplin ini melahirkan beberapa poin yang menganggap bahwa; *Pertama*, potensi (fitrah) anak didik belum bisa berkembang di sekolah-sekolah pada umumnya. Sehingga yang terjadi adalah terbentuk kepribadian siswa yang tidak utuh baik secara kognitif, afektif maupun psikomotoriknya. *Kedua*, sekolah belum bisa menghadirkan sebagai tempat yang menyenangkan. Walhasil, masih banyak siswa yang hadir ke sekolah hanya untuk memenuhi kewajiban serta melaksanakan perintah guru, orang tua ataupun lingkungan secara semu. *Ketiga*, sekolah belum mampu menghadirkan alumni yang memiliki kapasitas moral yang tinggi. Sehingga akan dijumpai para alumni yang hanya pandai dari sisi intelektual namun tidak memiliki kendali moral yang mumpuni. *Keempat*, sekolah masih belum mampu menyiapkan siswa untuk menghadapi permasalahan hidup. Permasalahan hidup yang akan dihadapi tidak hanya bersifat kognisi semata, namun multi-komplek. Sehingga sekolah mestinya menyiapkan yang multi-komplek tersebut. *Kelima*, siswa belum ditempatkan sebagai subyek didik tapi sebagai obyek didik dalam proses

pembelajaran di sekolah. Ini akibat dari pandangan bahwa pendidikan berpusat pada guru.⁷

Adapun Sekolah Alam sendiri adalah sekolah yang berusaha memaknai alam semesta sebagai sumber belajar dan pembelajaran. Kata “alam” dalam konteks Sekolah Alam ini bisa bermakna 2, yaitu: a) alam semesta sebagai sebagai makhluk ciptaan Allah; b) alam dalam arti pengalaman. Pengertian pertama bahwa “alam” sebagai “alam semesta” diterjemahkan bahwa alam semestinya dimanfaatkan sebagai sumber belajar dan media untuk menemukan kebenaran yang tidak pernah habis sepanjang masa. Hal ini mengacu pada dialog nabi Ibrahim dengan kaumnya yang terdapat dalam QS. Al-Anam: 74-78:

وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ لِأَبِيهِ أَزَرَ اتَّخَذُ أَصْنَامًا آلِهَةً إِنِّي أَرَاكَ وَقَوْمَكَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ
() وَكَذَلِكَ نُرِي إِبْرَاهِيمَ مَلَكُوتَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَلِيَكُونَ مِنَ الْمُوقِنِينَ () فَلَمَّا جَنَّ
عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَى كَوْكَبًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَا أَحِبُّ الْآفَلِينَ () فَلَمَّا رَأَى الْقَمَرَ
بَازِغًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لئن لَمْ يَهْدِنِي رَبِّي لَأَكُونَنَّ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ () فَلَمَّا
رَأَى الشَّمْسَ بَازِغَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يَا قَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِمَّا تُشْرِكُونَ

“Dan ingatlah saat Ibrahim berkata kepada bapaknya, Azar, “Pantaskah kamu menjadikan berhala-berhala sebagai tuhan-tuhan? Aku melihat kamu dan kaummu dalam kesesatan.” Demikianlah Kami memperlihatkan kepada Ibrahim tanda-tanda keagungan di langit dan bumi dan (Kami memperlihatkannya) agar dia termasuk orang yang yakin. Saat malam telah tiba, dia melihat sebuah bintang (lalu) dia berkata: “Inilah Tuhanku”, tetapi tatkala bintang itu tenggelam dia berkata: “Saya tidak menyukai yang tenggelam.” Kemudian tatkala dia melihat bulan terbit dia berkata: “Inilah Tuhanku.” Tetapi setelah bulan itu terbenam, dia berkata: “Sesungguhnya jika Tuhanku tidak memberi petunjuk kepadaku, pastilah aku termasuk orang yang sesat.” Kemudian tatkala ia melihat matahari terbit, dia berkata: “Inilah Tuhanku, ini yang lebih besar.” Maka tatkala

⁷ Diunduh dari website resmi Sekolah Dasar Islam Terpadu Nurul Islam <http://www.sekolahalamjogja.com/> pada tanggal 11 November 2017 pukul 20:03

matahari itu terbenam, dia berkata: “Hai kaumku, sesungguhnya aku berlepas diri dari apa yang kamu persekutukan.” (QS. al-An’am: 74 – 78).⁸

Dalam keterangan ini menunjukkan bahwa, Ibrahim berusaha untuk menemukan Tuhan dengan cara melihat fenomena alam yang bisa diamati dan dirasakan. Ibrahim tidak puas dengan apa yang dia lihat yang oleh masyarakatnya disebut sebagai Tuhan. Pada akhirnya, dia berkesimpulan bahwa dibalik realitas alam yang nampak ada sosok Sang Pencipta alam semesta. Dalam konteks bahasan ini, siswa di sekolah alam dihadapkan pada realitas alami untuk melakukan penelitian-penelitian ilmiah sederhana sehingga dapat memperkuat keimanan kepada Sang Pencipta.

Sementara “alam” dalam arti “pengalaman” memberikan pemahaman bahwa belajar adalah memberikan pengalaman-pengalaman kepada siswa sehingga dapat memberikan bekal ketika menapaki hidupnya kelak. Sehingga pendidikan yang totalitas dalam kaca mata Sekolah Alam adalah ketika: a) tambah pengalaman tambah pula pengetahuannya (*IQ/Intelligence Quotient*); b) tambah pengalaman tambah pula ketangkasannya (*PQ/Physical Quotient*); c) tambah pengalaman tambah pula kebijaksanaannya (*EI/Emotional Intelligence*); d) tambah pengalaman tambah pula keimanannya (*SI/Spiritual Intelligence*).

Sementara itu, rasionalisasi kurikulum Sekolah Alam secara garis besar mengacu pada konsep penciptaan manusia dari Sang Pencipta. Allah menciptakan manusia dengan 2 dimensi yaitu: a) sebagai Hamba Allah (*'abd Allah*); dan b) sebagai Pemimpin (*khalifah Allah fi al-ardh*). Turunan dari dimensi pertama yaitu

⁸Mubarakfuri, Shafiyurrahman. 2006. *Tafsir Ibnu Katsir, terj.* Bogor: Pustaka Ibnu Katsir. h. 343.

menuntut konsekuensi logis kepada manusia untuk taat, rajin, beribadah karena manusia sebagai hamba-Nya. Sedangkan konsekuensi logis manusia sebagai pemimpin adalah semestinya manusia mampu menjaga kelestarian alam, merawat bumi dan alam semesta, tidak mengotori sungai, tidak membuang sampah sembarangan, dan sebagainya.

Sedangkan pengembangan konsep kurikulum di atas dapat dilakukan dengan metode-metode sebagai berikut: dalam hal pengembangan nilai moral dan etika dilakukan dengan metode keteladanan (*uswah*, bahasa Arab); dalam hal pengembangan logika berpikir dilakukan metode belajar sambil melakukan di alam terbuka; dalam hal pengembangan jiwa kepemimpinan dilakukan metode *outbound training*; dalam hal pengembangan jiwa kewirausahaan dikembangkan program *market day*, *visiting expert*, dan sebagainya.

Dari sisi legal dan standar, SDIT Alam Nurul Islam sejak awal berdiri sudah mengikuti 2 kali proses akreditasi dari pemerintah⁹. Proses akreditasi sekolah dari pemerintah melalui Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah (BAN-S/M) ini merupakan upaya untuk meningkatkan mutu pendidikan dengan melakukan standarisasi pendidikan pada lembaga sekolah. Dalam proses tersebut sekolah diharuskan memenuhi 8 standar pendidikan. Delapan standar yang dimaksud adalah standar isi, standar proses, standar kompetensi lulusan, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar

⁹Akreditasi pertama dilalui pada tahun 2009 dengan mendapatkan predikat nilai A, dan yang kedua pada tahun 2014 mendapatkan predikat nilai A juga. (Wawancara dengan wakil kepala sekolah tanggal 16 Januari 2018)

pendanaan dan standar penilaian. Kedelapan standar tersebut merupakan batas terendah yang harus dipenuhi oleh sekolah baik negeri maupun swasta.

Oleh karena SDIT Alam Nurul Islam merupakan sekolah swasta maka standar akreditasi dari pemerintah tersebut harus dipenuhi. Pemenuhan standar tersebut merupakan pencapaian standar minimal. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan hasil akreditasi tahun 2009 dengan predikat nilai A. Juga, pada penilaian akreditasi tahun 2014 dengan predikat nilai A.¹⁰

Ada beberapa hal yang menjadi poin penting terkait ketertarikan orangtua terhadap SDIT Alam Nurul Islam, yaitu:

1. *Full day school*

Waktu belajar siswa dari pagi sampai sore yaitu jam 07.15 sampai 16.00 WIB.

2. *Tahfidz*

Program tahfidz (menghafal al-Quran) diwajibkan bagi seluruh siswa kelas 1-6.

Target yang ditetapkan yaitu 2 juz yaitu juz 30 dan juz 29.

3. *Outbound*

Outbound merupakan metode pembelajaran berbasis alam yang diterapkan sebagai salah satu program unggulan. Secara garis besar, pelaksanaan outbound terbagi menjadi 2 bagian: *high impact* dan *low impact*.

4. Sesuai dengan standar kurikulum nasional

¹⁰Wawancara dengan wakil kepala sekolah tanggal 16 Januari 2018

Sekolah ini menggunakan standar kurikulum nasional sebagaimana sekolah pada umumnya. Namun sekolah ini berusaha merekayasa metode pembelajaran sehingga menarik dan efektif bagi ketercapaian tujuan pembelajaran.

5. Sekolah alam

Brand yang sengaja dibangun sekolah ini adalah sekolah alam. (Keterangan tentang sekolah alam terdapat pada halaman 6).

6. Karakter SIP (Sholih, Ilmuwan, Pemimpin)

Sekolah ini merumuskan karakter siswa yang diharapkan tumbuh dari para siswa dengan jargon SIP. Sholih merupakan gambaran kematangan siswa secara spiritual-afeksi; Ilmuwan, sekolah ini berupaya mencetak ilmuwan-ilmuwan cilik melalui penelitian-penelitian sederhana untuk fasilitasi keingintahuan para siswa; Pemimpin, sekolah ini berupaya mencetak calon pemimpin melalui pelatihan kepemimpinan secara berkala (outbound).

7. Pembelajaran langsung melakukan

Pada dasarnya pembelajaran akan mudah dicerna dengan metode pembelajaran langsung melakukan (*learning by doing*) sehingga pembelajaran akan lebih efektif serta efisien.

Di usianya yang masih relatif muda, sekolah yang bernaung dibawah payung Yayasan Nurul Islam Yogyakarta ini sekarang mempunyai siswa sebanyak 464 orang. Dengan jumlah guru dan karyawan sebanyak 40 orang yang bekerja dari hari Senin sampai Jumat pada setiap pekannya. Dari 400 siswa tersebut berdomisili tersebar di 3 kabupaten/kota: Sleman, Bantul, dan Kota Yogyakarta. Dari sisi jarak,

tempat tinggal siswa ke sekolah rata-rata diperkirakan antara 0 sampai 30 kilometer.¹¹

Data sederhana tersebut di atas menggambarkan bahwa animo masyarakat terhadap SDIT Alam Nurul Islam sangat tinggi. Terbukti dengan jumlah siswa yang kian tahun kian meningkat. Bahkan jumlah calon pendaftar yang ingin masuk ke sekolah ini selalu melebihi jumlah kuota yang disediakan sekolah.

Berpijak dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk menelusuri manajemen strategi pemasaran yang diterapkan di sekolah tersebut. Karena dengan mengetahui strategi maupun manajemen pemasaran, dapat diketahui tingkat ketertarikan masyarakat sehingga mereka memilih sekolah tersebut. Mengingat semakin ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan baik sekolah negeri maupun sekolah swasta.

B. Identifikasi Masalah

1. Apa yang menjadi ciri khas SDIT Alam Nurul Islam?
2. Faktor apa yang mempengaruhi orangtua siswa menyekolahkan di SDIT Alam Nurul Islam?
3. Strategi pemasaran apa yang digunakan oleh SDIT Alam Nurul Islam dalam penerimaan peserta didik baru?
4. Manajemen seperti apakah yang diterapkan dalam pemasaran jasa pendidikan di SDIT Alam Nurul Islam?

¹¹ Observasi Sekolah pada bulan November 2017.

C. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan di SDIT Alam Nurul Islam?
2. Bagaimana strategi pemasaran pendidikan yang efektif dalam penerimaan peserta didik baru di SDIT Alam Nurul Islam?
3. Bagaimana manajemen strategi pemasaran pendidikan di SDIT Alam Nurul Islam?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Umum

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti maka tujuan umum penelitian ini adalah untuk memaparkan dan mengetahui yang berkaitan dengan manajemen strategi pemasaran pendidikan.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan di SDIT Alam Nurul Islam.
- b. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang efektif dalam penerimaan peserta didik baru di SDIT Alam Nurul Islam.
- c. Untuk mengetahui manajemen strategi pemasaran SDIT Alam Nurul Islam.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi SDIT Alam Nurul Islam untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan pada sisi manajemen strategi pemasaran pendidikan terutama pada saat penerimaan peserta didik baru berlangsung.

2. Untuk Prodi

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah khazanah pustaka dan referensi tentang penelitian yang terkait dengan manajemen pendidikan Islam terutama pada sisi manajemen pemasaran pendidikan.

3. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat dalam usaha mengembangkan teori tentang manajemen strategi pemasaran pendidikan terutama di sekolah-sekolah Islam.

E. Tinjauan Pustaka

Peneliti memberikan identifikasi ulasan mengenai penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan pemasaran jasa pendidikan. Berdasarkan penelusuran tersebut, peneliti berhasil menemukan hasil riset yang memiliki tema serta relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tesis Dedik Fatkhul Anwar dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan Di Madrasah Muallimin Yogyakarta. Tesis ini mengungkap 2 cara yang dilakukan oleh Madrasah

Muallimin Yogyakarta dalam upaya menggaet peserta didik. *Pertama*, pemasaran langsung yaitu pemasaran menggunakan media seperti IT, brosur, video profile dan sebagainya. *Kedua*, pemasaran tidak langsung yaitu peran untuk mengoptimalkan madrasah di tengah masyarakat lewat peran siswa, alumni dan orangtua/wali siswa. Fokus penelitian pada tesis ini lebih kepada strategi pemasaran jasa pendidikan sementara penelitian ini lebih fokus pada manajemen strateginya.

2. Tesis Muhammad Ihsan yang berjudul Strategi Pemasaran Madrasah, Studi Terhadap Penerimaan Siswa Baru Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim Tahun 2008¹².

Tesis ini berbicara tentang implementasi program pemasaran lembaga pendidikan Islam pada Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim lebih fokus pada pemasaran madrasah secara umum. Sementara peneliti akan fokus pada sisi manajemen strategi pemasarannya.

3. Tesis Abdullah yang berjudul: Marketing Pendidikan, Telaah Terhadap Promosi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta¹³. Tesis ini meneliti tentang teknik promosi yang di lakukan oleh Humas UIN dan Fishum dengan menggolongkan menjadi 4 bagian: iklan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan. Urutan dalam mendapatkan informasi di

¹²Ihsan, Muhammad. 2009. *Strategi Pemasaran Madrasah, Studi Terhadap Penerimaan Siswa Baru Madrasah Tsanawiyah Wahid Hasyim Tahun 2008*, Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.

¹³Abdullah. 2007. *Marketing Pendidikan Telaah Terhadap Promosi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.

tingkat mahasiswa sebagai berikut: iklan (57,97 persen), *personal selling* (28,98 persen), promosi penjualan (7,24 persen) dan publisitas (5,79 persen).

Hubungan tesis Abdullah di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan perbedaan pada teknik promosi pendidikan serta subyek penelitian. Tesis Abdullah lebih banyak pada teknik promosi pendidikan sementara peneliti lebih menekankan pada manajemen strategi pemasarannya. Pada sisi obyek penelitian tesis Abdullah fokus pada pendidikan tinggi, sementara obyek peneliti pada pendidikan dasar.

Dari 3 tesis yang peneleiti paparkan di atas, jika dibandingkan akan ditemukan sisi kesamaan dan sisi pembedaan dengan tesis peneliti. Kesamaan tesis peneliti ini dengan ke-3 tesis tersebut sama-sama berbicara tentang pemasaran jasa pendidikan sekolah/ perguruan tinggi. Sedang pembedaannya pada tesis ini lebih menyoroti sisi manajemen strateginya dalam memasarkan jasa pendidikan. Berbicara manajemen dalam konteks ini tentu setelah berbicara strategi pemasaran jasa pendidikan.

Jadi posisi penelitian ini sangat jelas yaitu mengemukakan manajemen dari beberapa strategi yang diupayakan oleh lembaga dalam rangka memasarkan jasa pendidikan kepada masyarakat.

