

**MARKETING MIX JASA PENDIDIKAN DI SD NU MASTER  
SOKARAJA BANYUMAS**



**TESIS**

Disusun dan diajukan kepada Pascasarjana  
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Pendidikan

oleh:

**ISNA ZAHROTUN AFIFAH**

**214120500015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KIAI HAJI  
SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2023**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553  
Website : [www.pps.uinsaizu.ac.id](http://www.pps.uinsaizu.ac.id) Email : [pps@uinsaizu.ac.id](mailto:pps@uinsaizu.ac.id)

**PENGESAHAN**

Nomor 1015 Tahun 2023

Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto mengesahkan Tesis mahasiswa:

Nama : Isna Zahrotun Affah  
NIM : 214120500015  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja Banyumas

Telah disidangkan pada tanggal **25 Mei 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Magister Pendidikan (M.Pd.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tesis.

Purwokerto, 31 Mei 2023  
Direktur,



**Sunhaji**



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik. Silakan cek keaslian dokumen pada [tte.kemenag.go.id](http://tte.kemenag.go.id)

Token : 7fm2Gs



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250,  
Fax : 0281-636553

Website : [www.pps.uinsu.ac.id](http://www.pps.uinsu.ac.id) Email : [pps@uinsu.ac.id](mailto:pps@uinsu.ac.id)

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : Isna Zahrotun Afifah  
NIM : 214120500015  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Master  
Sokaraja

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag NIP. 19681008 199403 1 001 Ketua Sidang/ Penguji		5/6-2023
2.	Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag NIP. 19741217 200312 1 006 Sekretaris/Penguji		31/5-23
3.	Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd NIP. 19720420 200312 1 001 Pembimbing/Penguji		5-6-23
4.	Prof. Dr. Subur, M.Ag NIP. 19670307 199303 1 005 Penguji Utama		31/5 2023
5.	Dr. H. M. Slamet Yahya, M.Ag NIP. 19721104 200312 1003 Penguji Utama		30-05-23

Purwokerto, 30 Mei 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

**Dr. Rohmat, M.Ag, M.Pd**  
NIP. 19720420 200312 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Tesis

Kepada Yth.  
Direktur Pascasarjana  
UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri  
Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan koreksi serta perbaikan-perbaikan seperlunya, maka dengan ini saya sampaikan naskah mahasiswa:

Nama : Isna Zahrotun Afifah  
NIM : 214120500015  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Master  
Sokaraja Banyumas

Dengan ini mohon agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat disidangkan dalam ujian tesis.

Demikian nota dinas ini disampaikan. Atas perhatian Bapak, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 11 Mei 2023

Pembimbing



**Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd**

NIP. 19720420 200312 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul: “Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja Banyumas” seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun pada bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Purwokerto, 11 Mei 2023

Hormat Saya



Isna Zahrotun Afifah  
214120500015



# MARKETING MIX JASA PENDIDIKAN DI SD NU MASTER SOKARAJA BANYUMAS

## ABSTRAK

Aktivitas pemasaran dalam lembaga pendidikan dilakukan untuk memberikan informasi dan mengomunikasikan hal-hal yang berkaitan dengan keunggulan sebuah lembaga pendidikan, agar lebih mudah dalam menghadapi persaingan. Namun tujuan utama pemasaran jasa pendidikan adalah untuk menjadikan jasa tersebut sebagai sebuah pelayanan yang menghasilkan kepuasan/keuntungan bagi pelanggan. Adanya *marketing mix* atau bauran dalam lembaga pendidikan bertujuan untuk membantu memahami hal apa yang harus difokuskan dalam upaya pemasaran jasa pendidikan. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis *marketing mix* jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berarti bahwa penelitian ini dilakukan di lapangan untuk memperoleh data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari aktivitas yang diamati atau informasi secara langsung, dengan mengunjungi lokasi penelitian yang berada di SD NU Master Sokaraja Banyumas. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas manajemen pemasaran jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja dilaksanakan melalui beberapa bauran pemasaran meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang/SDM, bukti fisik, proses, dan adanya siklus sosial berupa kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial. *Pertama*, produk jasa pendidikan yang ditawarkan berupa program-program unggulan dan ekstrakurikuler sekolah. *Kedua*, harga/biaya disesuaikan dengan program dan terdapat diskon/potongan harga. *Ketiga*, tempat yang disediakan sudah terjamin dari segi legalitas dan tata letak. *Keempat*, promosi dilakukan melalui media sosial, kunjungan/sosialisasi, dan acara besar sekolah. *Kelima*, SDM berupa kepala sekolah, guru, dan karyawan. *Keenam*, bukti fisik berupa fasilitas-fasilitas di sekolah. *Ketujuh*, proses penyaluran jasa pendidikan mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Kedelapan*, kebutuhan afiliasi pelanggan jasa pendidikan beragam, namun sekolah tetap memberikan program yang sesuai dengan *ahlussunnah wal jama'ah an-nahdhiyah*. *Kesembilan*, gaya hidup pelanggan jasa pendidikan beragam namun tidak saling membedakan. *Kesepuluh*, kelas sosial pelanggan jasa pendidikan diwadahi dengan adanya Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG).

**Kata Kunci:** Jasa Pendidikan, *Marketing Mix*

## **MARKETING MIX EDUCATION SERVICES AT SD NU MASTER SOKARAJA BANYUMAS**

### **ABSTRACT**

Marketing activities in educational institutions are carried out to provide information and communicate matters related to the advantages of an educational institution, so that it is easier to face competition. However, the main purpose of marketing educational services is to make these services a service that generates satisfaction/benefits for customers. The existence of a marketing mix or mix in educational institutions aims to help understand what things should be focused on in efforts to market educational services. This study aims to describe and analyze the marketing mix of educational services at SD NU Master Sokaraja.

This research is a descriptive qualitative research which means that this research was conducted in the field to obtain descriptive data in the form of written or spoken words from observed activities or direct information, by visiting the research location which is at SD NU Master Sokaraja Banyumas. The data collection techniques used are interviews, observation, and documentation.

The results of the study show that the marketing management activities for education services at SD NU Master Sokaraja are carried out through several marketing several marketing mixes includes product, price, place, promotion, people/human resources, physical evidence, process, and the existence of a social cycle in the form of affiliation needs, lifestyle, and social class. First, the education service products offered are in the form of excellent and school extracurricular programs. Second, prices/fees are adjusted to the program and there are discounts/discounts. Third, the place provided is guaranteed in terms of legality and layout. Fourth, promotions are carried out through social media, visits/ outreach, and big school events. Fifth, people/human resources in the form of school principals, teachers, and employees. Sixth, physical evidence in the form of facilities at school. Seventh, the process of distributing educational services prioritizes service and customer satisfaction. Eighth, the affiliation needs of education service customers vary, but schools still provide programs that are in accordance with ahlussunnah wal jama'ah an-nahdhiyah. Ninth, the lifestyles of customers of education services are varied but do not discriminate against each other. Tenth, the social class of customers of education services is accommodated by the Association of Parents of Students and Teachers (POMG).

**Keywords: Educational Services, Marketing Mix**

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah tata sistem penulisan kata-kata bahasa asing (arab) dalam bahasa Indonesia yang digunakan oleh penulis dalam tesis. Pedoman transliterasi didasarkan pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor:158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es dan ye
ص	šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	G	ge



ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāw	w	w
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	yā'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
عنة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-aulyā'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----◌-----	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----◌-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----◌-----	Dammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Faṭḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جَاهِلِيَّة	ditulis	<i>Ā</i>
	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati تَنْسَى	ditulis	<i>ā</i>
	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + ya' mati كَرِيم	ditulis	<i>ī</i>
	ditulis	<i>karīm</i>
4. Dammah + wawu mati فُرُوض	ditulis	<i>ū</i>
	ditulis	<i>furūd</i>

### F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati قَوْل	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْشُكْرْتُمْ	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوالفروض	ditulis	<i>Żawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri."

(Q.S Ar-Ra'du Ayat 11)





## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmannirohim*

**Saya persembahkan tesis ini untuk:**

Pertama: Orang tua (Bapak Ibrahim dan Ibu Nur Kholisoh)

Kedua: Keluarga, guru, dan sahabat

Ketiga: Semua rekan seperjuangan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam,  
Kelas MPI B, Pascasarjana, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirobbil' alamin*, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga dalam segala keterbatasan, dan ketidakmampuan penulis, Allah selalu memberikan kemudahan dan kelancaran untuk mengerjakan tesis yang berjudul “Marketing Mix Jasa Pendidikan SD NU Master Sokaraja”, hingga selesai. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan umat Islam.

Karya tulis ini merupakan tesis yang diajukan kepada Program Pascasarjana Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd). Tesis ini dapat diselesaikan dengan berbagai arahan, motivasi, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ungkapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. K.H Mohammad Roqib, M.Ag selaku Rektor UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr.H.Sunhaji, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang telah banyak membimbing mahasiswa dengan penuh dedikasi.
3. Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, sekaligus selaku Dosen Pembimbing Tesis, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
4. Prof. Dr. Subur, M.Ag, Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag, dan Dr. H. M. Slamet Yahya, M.Ag selaku dosen penguji tesis, yang telah memberikan arahan, perbaikan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
5. Segenap dosen, karyawan, dan civitas akademik UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dani Sistriani, M.Pd, selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, serta seluruh dewan guru dan karyawan yang telah memberikan izin penelitian dan meluangkan waktunya untuk memberikan informasi.
7. Orang tua tercinta, Bapak Ibrahim dan Ibu Nur Kholisoh, yang senantiasa memberikan doa, nasihat, dan dukungan hingga selesainya tesis ini.
8. Kakak saya Muhammad Ibnu Fadli dan Kakak Ipar saya Retno Cahyati yang telah memberikan motivasi hingga selesainya tesis ini.
9. Guru-guru saya di Pondok Pesantren Al-Jamil Mersi Purwokerto Timur, Mbah Nyai Siti Nur Chasanah, Bapak Muhammad Ja'far beserta keluarga, yang senantiasa memberikan doa dan nasihat.
10. Keluarga besar Mbah H.Abdul Mukti dan Mbah H.Sirodjudin Sakir yang senantiasa saling mendoakan dan memberikan dukungan.
11. Sahabat-sahabat saya, Mahdiyyah Nur Jannah, Diya'u Zakkiyah, Rahma Maitri Saffanah, Anindya Ulil Fatwati, Dyah Ayu Pangestika, Hasri Nur Azizah, dan teman-teman lainnya, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, hiburan, dan semangat hingga selesainya tesis ini.
12. Sahabat-sahabat MEELATHERA, Alumni Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, angkatan 2017.
13. Teman seperjuangan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2021, khususnya kelas B, yang telah berjuang menuntut ilmu bersama di UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Pada tesis ini tentu masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Besar harapan penulis, tesis ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi sesama. Penulis sangat mengharapkan saran dan masukan yang membangun sebagai perbaikan untuk kedepan. Semoga segala bentuk kebaikan, keikhlasan, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis menjadi amal jariyah. Aamiin...

Purwokerto, 11 Mei 2023



**Isna Zahrotun Afifah**  
NIM. 214120500015

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN DIREKTUR</b> .....	i
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK (BAHASA INDONESIA)</b> .....	v
<b>ABSTRAK (BAHASA INGGRIS)</b> .....	vi
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	xi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	xii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
A. Kajian Teori .....	9
1. Manajemen Pemasaran .....	9
a. Pengertian Manajemen .....	9
b. Fungsi-Fungsi Manajemen .....	10



c.	Pengertian Pemasaran.....	11
d.	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
e.	Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran.....	13
f.	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	14
2.	Jasa Pendidikan.....	15
a.	Definisi Jasa Pendidikan.....	15
b.	Karakteristik Jasa Pendidikan.....	16
3.	<i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	17
c.	Konsep <i>Marketing Mix</i> .....	17
d.	Unsur-Unsur <i>Marketing Mix</i> .....	18
4.	<i>Marketing Mix</i> Jasa Pendidikan.....	21
B.	Penelitian Relevan.....	29
C.	Kerangka Berfikir.....	38
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
C.	Subjek dan Objek Penelitian.....	41
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
E.	Teknik Analisis Data.....	47
F.	Teknik Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>51</b>
A.	Profil SD NU Master Sokaraja.....	51
1.	Sejarah SD NU Master Sokaraja.....	51
2.	Letak Geografis SD NU Master Sokaraja.....	52
3.	Visi dan Misi SD NU Master Sokaraja.....	54

4. Tujuan SD NU Master Sokaraja.....	54
5. <i>Quality Assurance</i> SD NU Master Sokaraja .....	55
6. Program Unggulan SD NU Master Sokaraja.....	56
7. Ekstrakurikuler SD NU Master Sokaraja .....	58
8. Keadaan Tenaga Pendidik dan Kependidikan SD NU Master Sokaraja .....	59
9. Keadaan Peserta Didik SD NU Master Sokaraja .....	60
10. Keadaan Ruang SD NU Master Sokaraja .....	61
B. Analisis <i>Marketing Mix</i> Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja ...	61
1. Produk Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja.....	61
2. Harga/Biaya Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	75
3. Tempat/Lokasi Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	83
4. Promosi Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	86
5. Orang/SDM Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja.....	98
6. Bukti Fisik Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	101
7. Proses Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja.....	105
8. Kebutuhan Afiliasi Pelanggan Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	112
9. Gaya Hidup Pelanggan Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	116
10. Kelas Sosial Pelanggan Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	121
Hasil Penelitian <i>Marketing Mix</i> jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja .....	125
Hasil Angket/Kuisisioner <i>Marketing Mix</i> jasa Pendidikan di SD NU Master	

Sokaraja .....	130
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	132
A. Kesimpulan .....	132
B. Saran .....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3.1 Alokasi Waktu Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Identitas Sekolah .....	53
Tabel 4.2 Jumlah Tenaga Pendidik dan Kependidikan.....	59
Tabel 4.3 Nama dan Jabatan Tenaga Pendidik dan Kependidikan .....	59
Tabel 4.4 Keadaan Peserta Didik .....	60
Tabel 4.5 Keadaan Ruangan .....	61
Tabel 4.6 Rincian Biaya Pendidikan.....	79
Tabel 4.7 Media Pendaftaran Peserta Didik Baru .....	96
Tabel 4.8 Waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).....	98
Tabel 4.9. Hasil Penelitian <i>Marketing Mix</i> Jasa Pendidikan.....	125





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman.....	48
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Pengumpulan Data.....	49
Gambar 3.3 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.....	50
Gambar 4.1 Hasil Kuisisioner <i>Marketing Mix</i> Jasa Pendidikan .....	130



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Instrumen Pengumpulan Data
- Lampiran 2. Hasil Wawancara Kepala Sekolah
- Lampiran 3. Hasil Wawancara Waka Bidang Humas
- Lampiran 4. Hasil Wawancara Guru
- Lampiran 5. Hasil Wawancara Orang Tua/Wali Peserta Didik
- Lampiran 6. Dokumentasi dengan Narasumber
- Lampiran 7. Dokumentasi Profil SD NU Master Sokaraja
- Lampiran 8. Dokumentasi Kegiatan SD Master Sokaraja
- Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG)
- Lampiran 10. Surat Observasi Pendahuluan
- Lampiran 11. Surat Izin Penelitian dari Pascasarjana
- Lampiran 12. Surat Izin Penelitian dari SD NU Master Sokaraja
- Lampiran 13. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari SD NU Master Sokaraja
- Lampiran 14. SK Pembimbing
- Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga pendidikan merupakan wadah bagi masyarakat untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Lembaga pendidikan adalah sebuah forum atau institusi yang dalam kondisi tertentu menyelenggarakan aktivitas pembelajaran.<sup>1</sup> Lembaga pendidikan juga merupakan suatu organisasi belajar. Pendidikan dianggap menjadi suatu kebutuhan bagi individu maupun masyarakat, dan pemerintah. Pada saat ini, Ilmu pengetahuan semakin dibutuhkan untuk membangun masa depan yang lebih baik, sekaligus menjadi pemecah masalah yang terjadi saat ini. Selain itu, besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap penyelenggaraan pendidikan, dapat dilihat dari animo masyarakat yang mulai menyekolahkan anaknya ke lembaga pendidikan, selain itu, pemerintah juga telah menyiapkan dan menyelenggarakan program pendidikan secara menyeluruh, sehingga tidak ada lagi istilah buta huruf, gagal teknologi, atau bahkan miskin pengetahuan. Masyarakat saat ini mulai memahami pentingnya pendidikan bagi kehidupan sehari-hari untuk menyongsong masa depan.

Pendidikan diberikan untuk mengarahkan dan mengantarkan peserta didik mencapai tujuan. Hal tersebut berkaitan dengan upaya serta usaha seorang guru yang telah diberikan tanggung jawab dari masyarakat atau orang tua peserta didik. Limpahan tanggung jawab tersebut dikarenakan orang tua tidak cukup mampu atau tidak memiliki banyak waktu untuk mengarahkan dan mendidik anak-anaknya secara intensif, yang disebabkan oleh kesibukan orangtua untuk bekerja.<sup>2</sup>

Dampak globalisasi telah menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia pendidikan. Tuntutan masyarakat saat ini mengakibatkan sebuah lembaga pendidikan bukan hanya sebagai lembaga sosial, namun lembaga

---

<sup>1</sup> Moh Roqib, *Ilmu Pendidikan Islam Pengembangan Pendidikan Integratif di Sekolah Keluarga dan Masyarakat*, (Yogyakarta: LKiS, 2021), hlm. 121.

<sup>2</sup> Tutuk Ningsih, *Sosiologi Pendidikan* (Banyumas: Rizquna, 2020), hlm. 70.

pendidikan harus diseriuisi dengan mengelolanya secara profesional, sehingga akan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas. Lembaga pendidikan setidaknya mampu menerapkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan/evaluasi yang baik dalam menyelenggarakan pendidikan. Selain itu, para *stakeholder* juga dituntut untuk mampu menyusun strategi agar lebih menarik perhatian para pelanggan pendidikan.

Realita di lapangan dapat dilihat bahwa masih terdapat masalah pada sekolah yang mengalami kekurangan peserta didik. Banyak berita yang beredar mengenai ditutupnya sekolah karena kekurangan peserta didik, baik berita melalui surat kabar, koran, televisi, maupun media sosial. Hal ini ditunjukkan pada pemberitahuan di Kompas.com yang diterbitkan pada 18 Juli 2022, memaparkan bahwa SD Negeri Candirejo 2, yang terletak di Dusun Blembem, Candirejo, Semim, Gunungkidul, Yogyakarta harus menutup pelayanan pendidikannya. Hal ini terjadi karena sekolah tersebut mengalami kekurangan siswa. Kepala Bidang SD, Dinas Pendidikan Gunungkidul, akhirnya memberikan solusi yaitu dengan menggabungkan siswa di sekolah tersebut dengan sekolah lain yang memiliki cukup siswa, agar siswa tetap dapat mengikuti kegiatan belajar mengajar.<sup>3</sup> Berita lain juga muncul dari pemberitahuan di Jawa Pos yang diterbitkan pada 2 Juli 2022, memaparkan bahwa SD Negeri 1 Sruwen hanya mendapatkan satu siswa pada tahun ajaran 2022/2023. Kepala Disdikbudpora Kabupaten Semarang melakukan perpanjangan pendaftaran peserta didik baru hingga 11 Juli, dengan harapan agar sekolah tersebut bisa mendapatkan tambahan siswa.<sup>4</sup>

Berdasarkan realita tersebut, maka lembaga pendidikan saat ini dituntut untuk mampu menganalisis lingkungan dengan melihat apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga mampu mengembalikan dan

---

<sup>3</sup> Markus Yuwono, "Tak Hanya Sekolah Swaswa SD Negeri di Gunungkidul pun Tutup Ini Penyebabnya", Kompas.com, <https://yogyakarta.kompas.com>, Yogyakarta, 18 Juli 2022, diakses pada 26 Oktober 2022 pukul 11.09 WB.

<sup>4</sup> Jawa Pos, "SDN 1 Sruwen Hanya Dapat Satu Siswa", radarsemarang.id, <https://radarsemarang.jawapos.com>, Semarang, 2 Juli 2022, diakses pada 26 Oktober 2022 pukul 11.34 WIB.



meningkatkan kepercayaan masyarakat. Selain itu, sistem pengelolaan sekolah juga harus diperbaiki terutama dalam manajemen pemasaran pendidikan agar sekolah yang ditawarkan dapat diterima oleh masyarakat, serta dapat mempertahankan eksistensinya agar tidak terjadi penutupan layanan sekolah yang disebabkan karena kekurangan peserta didik. Pengelolaan sekolah melalui manajemen pemasaran jasa pendidikan tersebut juga harus bersifat fleksibel sesuai dengan perkembangan zaman, serta fenomena yang terjadi, sehingga aktivitas tersebut menjadi produktif, untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan. Fungsi pemasaran pendidikan tidak sekedar untuk menawarkan jasa kepada pelanggan jasa pendidikan, namun menjadikan jasa tersebut sebagai sebuah pelayanan yang menghasilkan kepuasan/keuntungan bagi pelanggan. Pemasaran pendidikan yang dibutuhkan adalah pemasaran yang dilakukan untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan kualitas, dan nilai, yang dipromosikan secara efektif dengan mengutamakan kepuasan pelanggan untuk mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan.

Pemasaran pendidikan dilakukan untuk memberikan informasi dan mengomunikasikan hal-hal yang berkaitan dengan keunggulan sebuah lembaga pendidikan, agar lebih mudah dalam menghadapi persaingan. Namun tujuan utama pemasaran jasa pendidikan adalah untuk memuaskan pelanggan.<sup>5</sup> Lembaga pendidikan juga menyadari bahwa adanya perkembangan lembaga pendidikan berasal dari penyesuaian layanan dengan kebutuhan pelanggan.<sup>6</sup> Pemasaran jasa pendidikan dapat diwujudkan melalui kreativitas dan inovasi dari pengelola pendidikan serta meningkatkan keunggulan sekolah agar diminati oleh para pelanggan jasa pendidikan. Lembaga pendidikan juga dapat melakukan pemasaran dengan memperhatikan *marketing mix* jasa pendidikan,

---

<sup>5</sup> Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah", Jurnal Madaniyah, Vol.7, No.2, Agustus 2017, hlm. 262.

<sup>6</sup> Novan Ardy Wiyani, *Total Quality Management dalam Pendidikan Konsep dan Implementasinya*, (Yogkatarta: Gava Media, 2020), hlm. 52.

yang terdiri atas elemen-elemen seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.<sup>7</sup>

Salah satu tanda bahwa sekolah dianggap berkualitas dapat dilihat dari pengelolaan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan, karena dengan demikian maka masyarakat juga akan menilai baik terhadap sekolah. Dengan begitu, sekolah akan memiliki citra positif, serta mampu meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat, baik dari masyarakat yang tinggal di sekitar sekolah maupun masyarakat secara luas.<sup>8</sup> Sekolah juga dituntut untuk melakukan strategi pemasaran jasa pendidikan yang menunjukkan keunikan atau beda dari yang lain.<sup>9</sup> Selain itu, dalam hal pemasaran jasa pendidikan, keramahan dan kerendahan hati dari mereka yang terlibat dalam pemasaran juga akan membangkitkan minat pelanggan untuk mendaftarkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan tersebut. Hal ini seperti yang tercantum dalam Qur'an Surat Al Imron Ayat 159 yaitu sebagai berikut<sup>10</sup>:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka

<sup>7</sup> Maisah, dkk, “Penerapan 7P Sebagai Pemasaran Pendidikan Tinggi”, Jurnal JEMSI, Vol. 1, No. 4, Maret 2020, hlm. 328.

<sup>8</sup> Bilqis Ansori dan Rivo Nugroho, “Strategi Pemasaran Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan”, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol. 4, No. 1, 2016, hlm. 2.

<sup>9</sup> Talimah dan Chairi Agusna, “Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Pelanggan di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya”, Jurnal Intelektual Prodi MPI FTIK UIN Ar-Raniry, Vol. 10, No. 1, Edisi Januari-Juni 2021, hlm. 57.

<sup>10</sup> Muwafiqus Shobri, dkk, “Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah”, Jurnal Al-Yazidiy: Ilmu Sosial, Humaniora, dan Pendidikan, Vol.4, No.1, 2022, hlm. 14.

bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Saat ini, lembaga pendidikan mulai menerapkan manajemen pemasaran jasa pendidikan adalah SD NU Master Sokaraja Banyumas, yang terletak di Jalan Krida Mandala, Dusun II Sokaraja Tengah, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Sekolah tersebut merupakan sekolah dengan konsep *full day school* yang unggul dalam penanaman karakter religiusitas serta menawarkan berbagai program-program keagamaan. Sekolah ini terbilang masih baru yaitu didirikan pada tahun 2017. Namun, dengan usianya yang masih muda, sekolah ini sudah terakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional dengan predikat A (unggul) pada tahun 2018. Sekolah tersebut juga unggul dalam beberapa program seperti Tahfidz Qur'an, *multiple language*, *entrepreneur*, dan IT, dengan berbekal SDM yang berkualitas dan mumpuni dalam masing-masing bidang program tersebut. Hal ini yang menjadikan daya tarik bagi pelanggan jasa pendidikan khususnya orang tua untuk menjadikan sekolah tersebut sebagai sekolah pilihan bagi anak-anaknya. Sekolah ini juga mampu merekrut peserta didik yang terbilang cukup banyak disetiap tahun ajaran baru, melalui manajemen pemasaran jasa pendidikan.

Berangkat dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai manajemen pemasaran jasa pendidikan dengan menganalisis bauran pemasaran (*marketing mix*) di SD NU Master Sokaraja Banyumas. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan mengangkat tesis dengan judul **“Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Mater Sokaraja Banyumas”**.

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan batasan penelitian dengan memfokuskan pada *marketing mix* jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja Banyumas. Adapun peneliti fokus menganalisis bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P menurut James dan Phillips yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion*

(promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses). Selain itu, peneliti juga menambahkan perspektif siklus sosial dalam bauran pemasaran yaitu kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus dan subfokus penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana *marketing mix* jasa pendidikan (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses, kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial) di SD NU Master Sokaraja Banyumas?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis *marketing mix* jasa pendidikan (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses, kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial) di SD NU Master Sokaraja Banyumas.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun setelah dilakukan penelitian, maka akan menghasilkan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah karya ilmiah yang menambah khazanah keilmuan pada dunia pendidikan.
  - b. Menambah wawasan keilmuan dalam bidang manajemen pemasaran jasa pendidikan terutama mengenai semua aspek yang berhubungan dengan *marketing mix* jasa pendidikan.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Lembaga Pendidikan
 

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam perbaikan dan pengambilan keputusan, serta mampu memberikan kontribusi positif dan evaluasi terhadap SD NU Master Sokaraja Banyumas.
  - b. Bagi Peneliti Selanjutnya



Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi/rujukan dan memperkaya teori serta menambah pengetahuan dan pengalaman yang terjadi di lembaga pendidikan yang diteliti, agar peneliti selanjutnya mampu mengembangkan penelitian secara lebih detail dan rinci terkait *marketing mix* jasa pendidikan.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan disusun untuk mempermudah penyusunan fokus penelitian. Sistematika penulisan berisi tentang deskripsi alur penulisan tesis yang terdiri dari bagian pertama, bagian inti, dan bagian akhir.

Bagian pertama berisi halaman formalitas yang terdiri dari cover, bukti pengesahan tim penguji, pengesahan tim pembimbing, nota dinas pembimbing, pernyataan keaslian, abstrak, pedoman transliterasi, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

Bagian inti berisi Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV dan Bab V yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan, yang akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, yang akan menjelaskan tentang kajian teori, kajian pustaka/hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berfikir/konseptual. Teori yang digunakan meliputi konsep manajemen pemasaran, jasa pendidikan, *marketing mix*, dan *marketing mix* jasa pendidikan.

Bab III Metode Penelitian, yang akan membahas terkait jenis dan pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

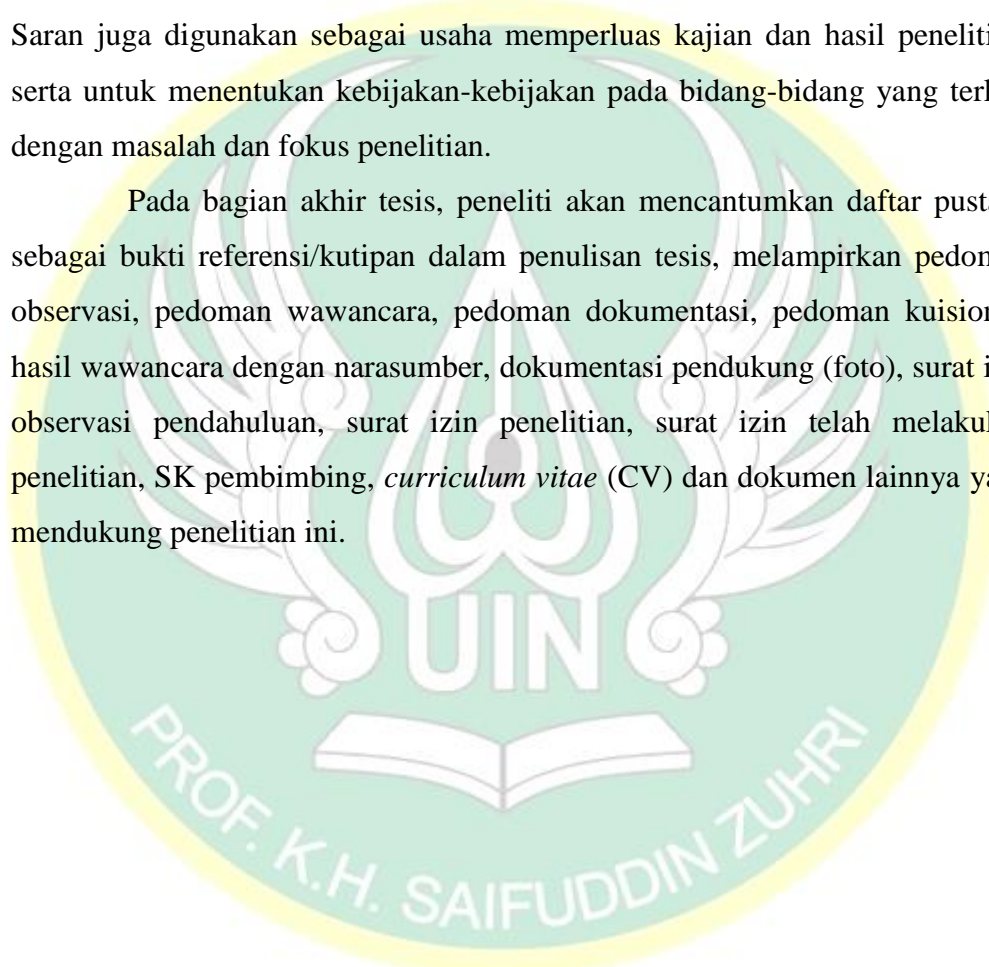
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang akan menjelaskan tentang deskripsi profil wilayah penelitian, analisis hasil penelitian dan penyajian data yang memuat bauran pemasaran/*marketing mix* jasa pendidikan yang terdiri dari produk, proses, harga, tempat, promosi, bukti fisik, proses, kebutuhan



afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial, serta menampilkan hasil penyebaran kuisioner.

Bab V Penutup, yang akan menyajikan kesimpulan, dan saran. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, yang berisi uraian mengenai langkah-langkah yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait yaitu lembaga pendidikan yang diteliti dan peneliti selanjutnya. Saran juga digunakan sebagai usaha memperluas kajian dan hasil penelitian, serta untuk menentukan kebijakan-kebijakan pada bidang-bidang yang terkait dengan masalah dan fokus penelitian.

Pada bagian akhir tesis, peneliti akan mencantumkan daftar pustaka sebagai bukti referensi/kutipan dalam penulisan tesis, melampirkan pedoman observasi, pedoman wawancara, pedoman dokumentasi, pedoman kuisioner, hasil wawancara dengan narasumber, dokumentasi pendukung (foto), surat izin observasi pendahuluan, surat izin penelitian, surat izin telah melakukan penelitian, SK pembimbing, *curriculum vitae* (CV) dan dokumen lainnya yang mendukung penelitian ini.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Teori.

#### 1. Tinjauan tentang Manajemen Pemasaran

##### a. Pengertian Manajemen

Secara etimologi manajemen berasal dari kata “*to manage*” yang berarti mengatur, menata, atau mengelola.<sup>1</sup> Manajemen dapat digambarkan sebagai suatu sistem terbuka yang berinteraksi dengan lingkungannya dalam proses mengubah *input* (masukan) yang berupa sumber daya, menjadi *output* (keluaran) yang berupa produk barang dan jasa.<sup>2</sup> Manajemen juga merupakan ilmu dan seni mengatur, mengendalikan, mengadakan komunikasi dalam memberi manfaat ke semua sumber daya yang ada dalam suatu organisasi atau lembaga berdasarkan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*, untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien.<sup>3</sup>

Beberapa tokoh mengemukakan tentang fungsi manajemen, diantaranya adalah G.R Terry, yang mengemukakan bahwa manajemen merupakan sebuah proses khusus yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan bersama melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.<sup>4</sup> Berdasarkan beberapa pengertian mengenai manajemen, maka dapat diketahui bahwa manajemen adalah proses mengatur sebuah organisasi atau lembaga, yang didalamnya terdapat aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan agar dapat

---

<sup>1</sup> M.Anang Firmansah dan Budi W.Mahardika, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm 1.

<sup>2</sup> Priyono, *Pengantar Manajemen*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2007), hlm. 20.

<sup>3</sup> Suhelayanti, dkk, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 20210), hlm. 2.

<sup>4</sup> Abd Rohman, *Dasar-dasar Manajemen*, (Malang: Inteligencia Media, 2017), hlm. 10.

menperoleh hasil secara maksimal serta untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga secara efektif dan efisien.

#### b. Fungsi-fungsi Manajemen

George R Terry mengemukakan bahwa aktivitas manajemen terdapat empat fungsi yaitu POAC yang terdiri dari *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan).<sup>5</sup> Adapun fungsi-fungsi manajemen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1) Perencanaan

Perencanaan merupakan aktivitas utama untuk menentukan dasar yang dilakukan seorang manajer saat mengelola dan memimpin sebuah lembaga atau organisasi. Dalam perencanaan juga mempertimbangkan tujuan, dimana tujuan yang dimaksud adalah target atau hasil yang diinginkan, sehingga akan mengarahkan keputusan serta menetapkan kriteria untuk mengukur hasil kerja.<sup>6</sup>

##### 2) Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah upaya untuk menciptakan hubungan kerja antar personalia, agar dapat bekerjasama dengan baik untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>7</sup> Pengorganisasian juga merupakan suatu aktivitas manajemen untuk mengelompokkan orang, pembagian tugas, peran, dan tanggung jawab untuk menciptakan kegiatan yang efektif dan efisien.<sup>8</sup>

##### 3) Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah aktivitas untuk menggerakkan anggota kelompok agar melaksanakan pekerjaan berdasarkan tugas masing-masing.

---

<sup>5</sup> Candra Wijaya dan Muhammad Rifa'i, *Dasar-dasar Manajemen (Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien)*, (Medan: Perdana Publishing, 2016), hlm. 26

<sup>6</sup> Ali Sadikin, dkk, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), hlm. 24.

<sup>7</sup> Candra Wijaya dan Muhammad Rifa'i, *Dasar-dasar Manajemen...*, hlm. 40.

<sup>8</sup> M. Anang Firmansah dan Budi W. Mahardika, *Pengantar Manajemen...*, hlm. 16.

Pelaksanaan juga dapat disebut sebagai pengarahan, dimana seorang manajer bertanggungjawab untuk memberikan arahan kepada masing-masing departemen, dengan cara mempengaruhi maupun memotivasi.<sup>9</sup>

#### 4) Pengawasan

Fungsi pengawasan biasa disebut sebagai aktivitas pengendalian, yaitu proses pengukuran hasil kerja terhadap tujuan yang telah ditentukan.<sup>10</sup> Pengawasan dilakukan agar suatu pekerjaan berjalan sesuai dengan visi, misi, serta peraturan didalam sebuah lembaga atau organisasi. Pada tahapan ini, manajer melakukan evaluasi terhadap efektifitas kinerja dan keberhasilan, mengklarifikasi dan mengoreksi, serta memberikan solusi atas masalah yang muncul selama bekerja.<sup>11</sup>

#### c. Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *marketing*. Menurut Kotler dan Gary Amstrong, pemasaran (*marketing*) merupakan aktivitas manusia untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui aktivitas pertukaran. Sedangkan menurut Philip Kotler, pemasaran merupakan proses sosial dan manajemen antara seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan produk dan nilai.<sup>12</sup> Pemasaran juga merupakan proses menciptakan, mengkomunikasikan, serta menawarkan nilai kepada pelanggan, kemudian mengelola hubungan dengan agar saling menguntungkan.<sup>13</sup> Sedangkan pasar adalah sekelompok konsumen potensial dengan kebutuhan dan keinginan dan daya beli untuk dipuaskan.<sup>14</sup>

---

<sup>9</sup> Ali Sadikin, dkk, *Pengantar Manajemen...*, hlm. 16.

<sup>10</sup> Abd Rohman, *Dasar-dasar Manajemen...*, hlm. 31.

<sup>11</sup> Mulyadi dan Widi Winarso, *Pengantar Manajemen*, (Banyumas: CV Pena Persada, 2020), hlm. 5

<sup>12</sup> Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran*, (Banten: Unpam Press, 2020), hlm. 13.

<sup>13</sup> Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: EP Press Digimedia, 2018), hlm. 9.

<sup>14</sup> Ngatno, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 3.



Pemasaran juga merupakan usaha menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat, waktu, serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.<sup>15</sup> Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau lembaga, baik penyedia produk barang maupun jasa dalam mempertahankan eksistensinya, dimana tujuannya adalah bukan hanya untuk komersial atau mencari laba, namun juga memberikan layanan atau kepuasan kepada konsumen/pelanggan.

#### d. Pengertian Manajemen Pemasaran

Adapun manajemen pemasaran adalah proses analisa, perencanaan, penerapan, dan pengendalian untuk menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan sesuai dengan tujuan organisasi.<sup>16</sup> Aktivitas manajemen pemasaran mencakup barang, ide, dan jasa, yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, untuk menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang berkaitan.<sup>17</sup> Manajemen pemasaran juga merupakan proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Peranan manajemen pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan

---

<sup>15</sup> Amiruddin, *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: K-Media, 2021), hlm. 25.

<sup>16</sup> Farida Yulianti, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 2.

<sup>17</sup> Zulki Zulkifli Noor, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2010), hlm. 3.



menghasilkan laba. Adapun sasaran manajemen pemasaran adalah menarik pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan produk/jasa, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.<sup>18</sup> Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa manajemen pemasaran adalah aktivitas menganalisis perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian atas program-program yang didesain untuk menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan antara produsen/penjual dan konsumen/pembeli, yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar, serta untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan atau lembaga.

e. Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran

Adapun prinsip-prinsip dalam manajemen pemasaran adalah sebagai berikut:

1) *Target market* (penargetan pasar)

*Target market* atau penargetan pasar berarti mengembangkan para pelanggan potensial dengan jalan mengetahui siapa saja yang berinteraksi dalam proses pembelian, serta peran dan bagaimana tanggung jawab mereka sebenarnya. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat strategi yang tepat sasaran untuk mengatur dan mengumpulkan data terkait apa yang dibutuhkan pasar, dan menentukan target-target yang tepat.

2) *Engagement* (interaksi)

*Engagement* atau interaksi adalah tentang bagaimana cara menjangkau orang yang tepat dan pada waktu yang tepat pula. Dalam arti luas bahwa aktivitas pemasaran harus dilakukan dengan cara penyampaian konten, media, dan berbagai panduan aktivitas yang tepat, termasuk dalam hal kehumasan, media sosial, acara-acara seminar, dan hal lain yang mendorong terciptanya permintaan pasar.

---

<sup>18</sup> Satriadi, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), hlm. 2.

### 3) *Conversion*

*Conversion* yang dimaksud adalah dengan mengubah pelanggan potensial menjadi pembeli, atau seorang penjual perantara menjadi mitra baru dalam perusahaan atau lembaga. Hal ini berarti bahwa dalam aktivitas pemasaran harus merancang strategi-strategi yang cocok untuk pelanggan yang berkualitas dan sudah terkolaborasi dengan penjual dalam memberikan arahan-arahan yang lebih tepat.

### 4) *Analytics and Reporting*

Analisis dan pelaporan data merupakan hal yang sangat penting dalam proses pemasaran, sebagai bahan informasi untuk membuat sejumlah keputusan dalam perusahaan atau lembaga, serta sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki kualitas perusahaan/lembaga, baik dalam hal layanan, maupun produk/jasa yang ditawarkan, sehingga nantinya akan mengetahui tindakan-tindakan apa saja yang berhasil dan yang belum berhasil.

### 5) *Marketing Technology* (teknologi pemasaran)

Teknologi pemasaran yang dimaksud adalah sistem atau *tool* yang akan menunjang kegiatan pemasaran secara digital dengan memadukan perangkat elektronik, internet, dan platform agar mempermudah calon pelanggan untuk saling berhubungan sehingga aktivitas pemasaran dapat berjalan dengan maksimal.<sup>19</sup>

#### f. Fungsi Manajemen Pemasaran

Fungsi manajemen pemasaran adalah aktivitas menganalisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya melalui riset pasar, sehingga dapat memperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dimiliki. Adapun manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai berikut:

---

<sup>19</sup> Satriadi, dkk, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 7.

### 1) Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran dalam hal ini terbagi menjadi dua fungsi yaitu fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Adapun dalam fungsi pembelian berarti suatu peran manajemen pemasaran berfungsi sebagai proses timbal balik dari suatu aktivitas penjualan, maka dari itu diperlukan strategi khusus untuk memahami kegiatan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Sedangkan pada fungsi penjualan termasuk dalam suatu aktivitas untuk mempertemukan penjual dan pembeli yang bisa dilakukan secara langsung maupun melalui perantara.

### 2) Fungsi fisis

Fungsi fisis pada manajemen pemasaran terfokus pada kegunaan waktu, lokasi, dan bentuk yang perlu dipertimbangkan pada suatu produk ketika suatu produk itu akan diangkut, diproses, dan disimpan hingga sampai ke tangan konsumen.

### 3) Fungsi penyedia sarana

Manajemen pemasaran juga memiliki fungsi sebagai penyedia sarana karena akan berkaitan dengan segala kegiatan yang mampu melancarkan operasional pemasaran. Fungsi ini mencakup segala proses pengumpulan, komunikasi, penyortiran sesuai standar dan pembiayaan.<sup>20</sup>

## 2. Tinjauan tentang Jasa Pendidikan

### a. Definisi Jasa Pendidikan

Jasa merupakan segala manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, yang tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun.<sup>21</sup> Jasa juga merupakan aktivitas yang memiliki *output* berupa karya atau produk serta memberikan nilai tambah berupa

<sup>20</sup> Satriadi, dkk, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 9.

<sup>21</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm.

kenyamanan, kecocokan, kepraktisan, dll.<sup>22</sup> Sedangkan pendidikan merupakan proses membentuk sikap dan perilaku seseorang atau kelompok orang untuk mematangkan manusia melalui pendidikan dan pelatihan, proses produksi, dan pola mendidik.<sup>23</sup>

Maka dapat dijelaskan bahwa jasa pendidikan merupakan segala kegiatan pendidikan yang memprioritaskan pelayanan dalam prosesnya, yang ditawarkan kepada pihak tertentu secara individu/kelompok, tidak berwujud, dan tidak dapat dimiliki, namun bisa dirasakan kegunaannya.

#### b. Karakteristik Jasa Pendidikan

Karakteristik jasa pendidikan berarti sifat dari jasa pendidikan. Adapun karakteristik jasa pendidikan meliputi:

##### 1) Tidak wujud (*intangibility*)

Pelanggan jasa pendidikan tidak dapat meraba, melihat, dan mencium *output* nya sebelum menggunakannya.

##### 2) Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Jasa pendidikan tidak bisa dipisahkan dari sumbernya (sekolah). Jasa pendidikan digunakan secara menyeluruh.

##### 3) Beragam (*variability*)

Jasa pendidikan memiliki sifat variabel atau bermacam-macam, yang berarti bahwa jasa pendidikan merupakan hasil keluaran tidak standar. Tidak ada standar yang dimaksud adalah jasa pendidikan mempunyai beberapa bentuk, jenis, dan kualitas.

##### 4) Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa pendidikan tidak dapat disimpan digudang atau digunakan sebagai bahan/barang persediaan. Tidak tahan lama dapat digambarkan dengan adanya sekolah yang kosong atau tidak ada siswa sehingga mengakibatkan berkurangnya pendapatan sekolah.

---

<sup>22</sup> Bambang Wiyono, "Produk-produk Jasa Pendidikan", Intizam : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 3, No. 2, April 2020, hlm. 37.

<sup>23</sup> Rahmat Hidayat dan Abdillah, *Ilmu Pendidikan*, (Medan: LPPPI, 2019), hlm. 23.



### 5) Kepemilikan (*ownership*)

Karakter kepemilikan ini dapat digambarkan bahwa peserta didik membayar biaya pendidikan, kemudian mereka akan mendapatkan fasilitas sekolah.<sup>24</sup>

## 3. Tinjauan tentang *Marketing Mix*

### a. Konsep *Marketing Mix*

*Marketing* merupakan fungsi yang berubah secara terus-menerus, dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang berubah-ubah pula. Tujuan dari *marketing* adalah untuk membantu dan merangsang pertukaran, yaitu pertukaran untuk memuaskan keinginan serta kebutuhan manusia. Hubungan-hubungan *marketing* meliputi dua orang atau lebih, beserta alat atau mesinnya.<sup>25</sup> Maka dapat dijelaskan bahwa *marketing* merupakan aktivitas proses mengomunikasikan, menciptakan, dan menukarkan barang atau jasa yang memiliki nilai untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Adapun Kotler mendefinisikan bauran pemasaran adalah elemen pemasaran yang dapat dikendalikan dan diintegrasikan oleh perusahaan, untuk mencapai tujuan di pasar sasaran.<sup>26</sup> Mc Carthy mengemukakan bahwa ada empat elemen *marketing mix* yaitu 4P (*product, place, promotion* dan *price*). Namun, pendekatan tersebut hanya bisa diterapkan di pemasaran produk, sehingga masih terdapat keterbatasan untuk diterapkan pada sektor jasa. Oleh karena itu, konsep tersebut kemudian ditambahkan oleh Philips yang meliputi tujuh unsur yang dikenal dengan istilah 7P (*product, price, place, dan promotion, people, physical evidence, dan process*).<sup>27</sup>

<sup>24</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 2.

<sup>25</sup> Winardi, *Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, (Bandung: Mandar Maju, 2018), hlm.4.

<sup>26</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, cet. Ke-1, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 291.

<sup>27</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 69.



Maka dapat dijelaskan bahwa *marketing mix* adalah gabungan dari beberapa variabel pemasaran yang mengacu pada serangkaian tindakan pemasaran untuk mempromosikan suatu produk barang atau jasa, yang memiliki target dalam suatu waktu tertentu, dan bertujuan untuk meningkatkan minat pelanggan serta memberikan kepuasan bagi pelanggan.

b. Unsur-Unsur *Marketing Mix*

Adapun unsur-unsur *marketing mix* menurut James dan Philips meliputi 7 elemen yaitu sebagai berikut:

1) *Product* (produk)

Produk adalah bentuk fisik, jasmani, psikis, dan simbolik yang dibentuk untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.<sup>28</sup> Kotler juga menjelaskan bahwa produk terdiri dari jasa, simbolis, serta elemen-elemen fisik untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan.<sup>29</sup> Produk juga dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut berupa fitur, fungsi, manfaat, dan penggunaan, yang digunakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

2) *Price* (harga)

Harga merupakan sejumlah biaya yang ditawarkan untuk sebuah produk atau jasa.<sup>30</sup> Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang memiliki kemanfaatan tertentu yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu jasa.<sup>31</sup> Kotler juga menyampaikan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen-elemen yang lainnya menimbulkan adanya biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, karena harga dapat diubah dengan cepat bergantung

---

<sup>28</sup> Ari Setyaningrum, dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2015), hlm. 87.

<sup>29</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 71.

<sup>30</sup> Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hlm. 128.

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), hlm. 193.

dengan kondisi sebuah perusahaan/lembaga sebagai penyedia produk, maupun kondisi konsumen/pelanggan sebagai pengguna produk.<sup>32</sup>

3) *Place* (tempat)

Tempat adalah kumpulan organisasi, yang mengakibatkan suatu jasa tersedia dan pelanggan dapat menikmatinya.<sup>33</sup> Lokasi juga berhubungan dengan tempat perusahaan/lembaga penyedia produk barang/jasa harus bermarkas dalam melakukan aktivitasnya. *Place* juga bisa diartikan sebagai saluran pemasaran. Lokasi yang strategis, nyaman, dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.<sup>34</sup>

4) *Promotion* (promosi)

*Promosi* merupakan sebuah proses mengomunikasikan pemasaran, serta pertukaran informasi antara produsen dan konsumen<sup>35</sup> promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang berfungsi untuk membuka pangsa pasar yang baru, atau memperluas jaringan pemasaran. Promosi juga merupakan aktivitas pemasaran yang berupaya untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk pasar sasaran (konsumen) atas perusahaan dan produknya agar bersedia untuk membeli, menerima, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.<sup>36</sup> Adapun bauran pemasaran memiliki macam-macam promosi seperti:

- a) Periklanan
- b) Penjualan pribadi
- c) Publisitas

---

<sup>32</sup> Maisah, dkk, “Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi”, JEMSI: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi, Vol. 1, No. 4, Maret 2020, hlm. 329.

<sup>33</sup> Mokoginta E-Book, *Manajemen Pemasaran* Jilid I, Edisi Internal, hlm. 128.

<sup>34</sup> Maisah, dkk, “Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran...”, hlm. 330.

<sup>35</sup> Ari Setiyaningrum, dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hlm. 223.

<sup>36</sup> Maisah, dkk, “Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran...”, hlm. 330.

d) Promosi<sup>37</sup>

5) *People* (orang)

Orang dalam konteks ini merupakan seseorang yang berperan untuk menyajikan jasa serta mempengaruhi persepsi pelanggan atau konsumen.<sup>38</sup> Orang dalam pemasaran juga biasa disebut sebagai sumber daya manusia. Pada bauran pemasaran, semua sikap, tindakan, dan penampilan sumber daya manusia disebut lembaga/perusahaan akan berpengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian produk/jasa.<sup>39</sup>

6) *Physical Avidence* (bukti fisik)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat produk/jasa diciptakan, yang secara langsung berinteraksi dengan konsumennya. Bukti fisik juga merupakan sesuatu yang mampu menarik minat konsumen untuk memakai suatu jasa.<sup>40</sup> Maka bukti fisik dalam pemasaran biasa disebut sebagai sarana dan prasarana.

7) *Process* (proses)

Proses yang dimaksud dalam bauran pemasaran adalah pendistribusian jasa dari produsen kepada konsumen/pelanggan, yang dapat dirasakan oleh pelanggan jasa<sup>41</sup>. Proses juga merupakan prosedur, mekanisme, dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan produk/jasa dari produsen kepada konsumen.

---

<sup>37</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 164.

<sup>38</sup> Imam Faizin, "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*", *Jurnal Madaniyah*, Vol. 7, No. 2, Agustus 2017, hlm. 270.

<sup>39</sup> Maisah, dkk, "*Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran...*", hlm. 331.

<sup>40</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Konsumen dan Layalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 62.

<sup>41</sup> Imam Faizin, *Strategi Pemasaran Jasa...*, hlm. 271.

#### 4. Tinjauan tentang *Marketing Mix* Jasa Pendidikan

Menurut Fandy Tjibtono, pemasaran jasa pendidikan adalah sebuah aktivitas memberikan layanan pendidikan kepada pelanggan, agar mendapatkan kepuasan.<sup>42</sup> Sedangkan menurut David dan Lockhart, pemasaran jasa pendidikan adalah strategi agar pelanggan menganggap bahwa lembaga pendidikan akan membantu para pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>43</sup> James dan Phillips menyatakan bahwa setiap sekolah memiliki unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) yang didasari oleh kebutuhan pelanggan.<sup>44</sup> Adapun *marketing mix* dalam pemasaran jasa pendidikan dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Produk Jasa Pendidikan

Produk yang dimaksud adalah sebuah layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan kepada sasarannya, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan jasa pendidikan, serta menciptakan kepuasan dan hubungan yang berkelanjutan.<sup>45</sup> Produk pendidikan merupakan hasil kinerja tidak berwujud dan mudah hilang, lebih cepat dirasakan dihati dan perasaan daripada dimiliki, dan pelanggan dapat dengan mudah ikut berpartisipasi dalam penggunaan jasa tersebut. Dengan demikian, pelanggan tidak hanya membeli jasa, namun membeli manfaat dan nilai baik dari produk yang ditawarkan.<sup>46</sup>

Produk jasa yang ditawarkan lembaga pendidikan kepada masyarakat berupa reputasi, prospek, dan variasi pilihan bagi para peserta didik untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkan demi keberhasilan di masa yang akan datang. Lembaga pendidikan harus bisa

---

<sup>42</sup> Fandy Tjibtono, *Pemasaran Jasa...*, hlm. 30.

<sup>43</sup> Tihalmah dan Chairi Agusna, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 58.

<sup>44</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 71.

<sup>45</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Alfabeta: Bandung, 2015), hlm. 90.

<sup>46</sup> Philip Kotler dan Kevin L Keller, *Marketing Management*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan dengan judul *Manajemen Pemasaran Jilid Dua Edisi Dua Belas*, (Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008), hlm. 4



menghasilkan kompetensi lulusan, yaitu kualifikasi dari kemampuan lulusan dari lembaga pendidikan tersebut yang mencakup pengetahuan afektif, pedagogik, dan keterampilan (*skill*).<sup>47</sup>

b. Harga/Biaya Jasa Pendidikan

Harga *marketing jasa* pendidikan yang dimaksud adalah biaya (*costing*), yang disesuaikan antara pengeluaran dengan pendapatan pelanggan jasa pendidikan, serta penawaran harga kepada pelanggan jasa pendidikan.<sup>48</sup> Biaya pendidikan juga merupakan sejumlah kewajiban uang yang harus ditunaikan oleh konsumen atau pengguna jasa pendidikan untuk mendapatkan suatu produk/jasa yang diinginkan.<sup>49</sup> Keputusan untuk menentukan harga atau tarif jasa pendidikan yang ditawarkan merupakan persyaratan pembayaran yang ditanggung oleh konsumen atau sasaran pendidikan.<sup>50</sup>

Buchari Alma dan Ratih Hurriyati menjelaskan penentuan biaya pendidikan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut<sup>51</sup>:

- 1) *Unit pricing*, yang berarti bahwa uang yang wajib dibayar oleh peserta didik adalah ditetapkan secara per unit, misalnya permodul yang diambil sampai mendapatkan ijazah.
- 2) *Two part pricing*, yaitu peserta didik membayar iuran yang sama, misalnya untuk pembayaran uang pembangunan atau SPP.
- 3) *Term or semester pricing*, yaitu pembayaran peserta didik ditetapkan selama satu semester.

---

<sup>47</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya, “Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Falah Bogor”, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 2, No. 02, Tahun 2019, hlm. 143.

<sup>48</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 71.

<sup>49</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya, “Implementasi Manajemen Pemasaran...”, hlm. 144.

<sup>50</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 91.

<sup>51</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategis Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 41.



- 4) *Differential pricing*, yaitu peserta didik hanya membayar sesuai dengan kegiatan yang diikuti, misalnya kelas IPA, IPS, atau Bahasa, maka akan diberikan nominal harga yang berbeda.
- 5) *Negotiated pricing*, yaitu penetapan biaya pendidikan dirundingkan antara pihak sekolah dengan mempertimbangkan kemampuan, kedudukan, pekerjaan, dan tingkat ekonomi.
- 6) *Quantity discount*, yaitu sejumlah calon peserta didik yang berasal dari sebuah kantor atau instansi tertentu ingin mengenyam pendidikan di sebuah sekolah, kemudian kelompok tersebut secara khusus diberikan diskon atau potongan biaya.
- 7) *Preak loak pricing*, yaitu sekolah menetapkan pembayaran tergantung pada siapa yang mampu membayar lebih tinggi. Jika ada yang mampu membayar biaya pendidikan dengan nominal yang lebih tinggi, maka peserta didik tersebut akan diprioritaskan dan mendapatkan pelayanan khusus, sepanjang calon peserta didik tersebut juga memenuhi semua kriteria yang telah ditetapkan oleh sekolah.

c. Tempat/Lokasi Jasa Pendidikan

Lokasi yang dimaksud adalah akses, penampilan, dan keseluruhan kondisi sekolah.<sup>52</sup> Lokasi atau tempat juga berarti keberadaan lembaga pendidikan dalam menyelenggarakan aktivitas pendidikan. Lokasi atau tempat yang diharapkan dalam penyelenggaraan aktivitas pendidikan berada di wilayah yang mudah diakses oleh pengguna jasa pendidikan. Selain itu, berada di wilayah strategis, nyaman, dan mudah dijangkau.<sup>53</sup>

Adapun James dan Philip menentukan unsur-unsur atau kategori saluran distribusi jasa pendidikan menjadi tiga bagian yaitu:

- 1) Penampilan jasa pendidikan, yaitu seberapa efektif bentuk, penampilan dan lokasi sekolah.

---

<sup>52</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 72.

<sup>53</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya, "*Implementasi Manajemen Pemasaran...*", hlm. 144.

- 2) Sekolah yang harus memiliki kultur budaya yang baik, yaitu sekolah senantiasa berorientasi pada kepuasan pelanggan dan pengunjung jasa pendidikan.
- 3) Hubungan mula-mula dan aksesibilitas jasa pendidikan, yaitu berkaitan dengan kultur budaya yaitu menyangkut cara individu dalam berhubungan dan berkomunikasi dengan sekolah.<sup>54</sup>

#### d. Promosi Jasa Pendidikan

Promosi jasa pendidikan yang dimaksud merupakan aktivitas mengomunikasikan sebuah manfaat atau keunggulan sekolah kepada pelanggan.<sup>55</sup> Promosi terdiri dari: tujuan atau sasaran, media, pesan, biaya, dan alat promosi.<sup>56</sup> Tujuan dari promosi jasa pendidikan adalah untuk menyampaikan informasi yang jelas kepada masyarakat berkaitan dengan produk jasa pendidikan yang ditawarkan, dalam penyampaian diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen akan keunggulan jasa pendidikan yang ditawarkan. Dalam melakukan kegiatan ini, biasanya sebuah lembaga pendidikan mempromosikan lembaganya melalui media sosial, maupun melalui sosialisasi di lingkungan masyarakat.<sup>57</sup>

Adapun prinsip-prinsip promosi yang perlu diperhatikan oleh lembaga pendidikan dalam memasarkan jasa pendidikan, yaitu sebagai berikut:

##### 1) *Marketing* seimbang

Hal ini berarti bahwa lembaga pendidikan tidak hanya sibuk melakukan promosi untuk mencari peserta didik sebanyak-banyaknya, namun juga melakukan pembenahan internal dari sekolah itu sendiri, sehingga apa yang ditawarkan sesuai dengan apa yang terjadi di sekolah.

---

<sup>54</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 131.

<sup>55</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 72.

<sup>56</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 94.

<sup>57</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya, "*Implementasi Manajemen Pemasaran...*", hlm. 144.

2) Tidak bersifat statis

Pada saat melakukan promosi, sekolah harus menyiapkan strategi-strategi promosi yang relevan dan tidak hanya bertumpu pada satu strategi saja.

3) Tidak meniru

Lembaga pendidikan harus mampu menciptakan strategi promosinya sendiri, tidak meniru sekolah lain, karena masing-masing sekolah memiliki perbedaan.

4) Berorientasi pada jangka panjang

Aktivitas promosi harus dirancang untuk menjangkau masa kini dan masa yang akan datang dan melakukan kerjasama dengan organisasi atau instansi lain.

5) Berorientasi dari hasil pengalaman

Kegiatan promosi yang dilakukan sekolah harus berkaca pada hasil kegiatan promosi sebelumnya, sehingga tidak melakukan kesalahan yang kedua kalinya, dan menjadi bahan evaluasi.<sup>58</sup>

e. Orang/SDM Jasa Pendidikan

Orang dalam konteks bauran pemasaran jasa pendidikan adalah seseorang yang ikut dalam menyediakan jasa pendidikan.<sup>59</sup> Orang dalam juga dapat diartikan sebagai sumber daya manusia yang terlibat secara langsung dalam aktivitas pemasaran jasa pendidikan, maupun dalam aktivitas pendidikan secara umum. SDM yang dimaksud meliputi tenaga pendidik (guru), maupun tenaga kependidikan (staf administrasi, petugas keamanan, dll). Sumber daya manusia ini merupakan salah satu aset sekolah yang sangat penting, karena bisa berdampak terhadap keberhasilan tujuan dari pendidikan tersebut. Oleh karena itu, dalam

---

<sup>58</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate ...*, hlm. 184.

<sup>59</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 72.

pengelolaan SDM harus dilakukan secara profesional berdasarkan kualifikasi dan kompetensinya.<sup>60</sup>

f. Bukti Fisik Jasa Pendidikan

Bukti fisik dalam *marketing* pendidikan berarti bahwa pelanggan jasa pendidikan memperoleh manfaat, sehingga menimbulkan pertanyaan tentang pengawasan/evaluasi.<sup>61</sup> Adapun bukti fisik dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dapat dibagi menjadi dua komponen, yaitu:

1) *Essensial evidence* (bukti penting)

Bukti penting ini merupakan pemberian layanan jasa dalam bentuk desain ruang kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga, laboratorium, kantor tata usaha, dan lain sebagainya.

2) *Peripheral evidence* (bukti pendukung)

Bukti pendukung merupakan nilai tambah yang tidak dapat berdiri sendiri, artinya jika tidak ada tindakan dari pihak pemberi jasa pendidikan maka tidak berarti apa-apa atau hanya berfungsi sebagai pelengkap saja. Adapun bukti pendukung pemasaran jasa pendidikan berupa catatan prestasi siswa, raport per semester, dll.<sup>62</sup>

g. Proses Jasa Pendidikan

Proses yang dimaksud adalah sistem operasional sekolah yang mengelola pembagian tugas/tanggung jawab, penempatan karyawan sekolah, dan mengoordinasikan serta mencari sumber daya untuk membantu pelaksanaan pemasaran.<sup>63</sup> Proses juga merupakan prosedur mekanisme yang harus dilakukan dalam rangkaian aktivitas menyampaikan jasa yang dilakukan dari produsen kepada konsumen atau pengguna jasa pendidikan. Dalam konteks jasa pendidikan, proses pendidikan adalah kegiatan belajar mengajar, yang dilakukan untuk merealisasikan tujuan lembaga pendidikan dan menciptakan lulusan yang

<sup>60</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya, "*Implementasi Manajemen Pemasaran...*", hlm. 144.

<sup>61</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 72.

<sup>62</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate...*, hlm. 240.

<sup>63</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 72.



berkualitas.<sup>64</sup> Pada proses penyaluran jasa, yang diupayakan adalah bagaimana proses dalam mentransfer jasa yang dilakukan oleh guru kepada peserta didiknya melalui proses belajar mengajar.

Berdasarkan bauran pemasaran (*marketing mix*) jasa pendidikan yang dipaparkan diatas, maka peneliti menambahkan perspektif siklus sosial seperti afiliasi sosial, gaya hidup, dan kelas sosial, yang dapat dibaurkan kedalam aktivitas pemasaran jasa pendidikan di sekolah, yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Kebutuhan Afiliasi Pelanggan Jasa Pendidikan

Afiliasi disebut sebagai motif sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan pemeliharaan sikap yang hangat dan bersahabat dalam berhubungan dengan orang lain. Kebutuhan akan afiliasi menyatakan bahwa perilaku sangat dipengaruhi oleh keinginan untuk memperoleh persahabatan, penerimaan, dan untuk menjadi bagian dari sebuah kelompok atau komunitas. Kebutuhan afiliasi ini serupa dengan kebutuhan sosial Maslow, yaitu kebutuhan yang menggambarkan bahwa individu butuh untuk meningkatkan dirinya pada kelompok tertentu dan mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tersebut.<sup>65</sup> Adapun pada pemasaran jasa pendidikan, afiliasi yang dimaksud adalah salah satu cara menarik minat masyarakat dengan memanfaatkan sosialisasi dan mengidentifikasi kesamaan kelompok, sebagai contoh sebuah lembaga yang berdiri dibawah naungan organisasi masyarakat atau organisasi keagamaan tertentu, maka akan lebih banyak diminati oleh kelompok masyarakat yang memiliki kesamaan organisasi tersebut.

---

<sup>64</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya, “*Implementasi Manajemen Pemasaran...*”, hlm. 145.

<sup>65</sup> Bakti Hasanudin dan Sudjatno, “*Pengaruh Kebutuhan Afiliasi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Line @Organisasi Kampus Badan Eksekutif Mahasiswa*” , Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol. 6, No. 1, 2018, hlm. 2.

#### b. Gaya Hidup Pelanggan Jasa Pendidikan

Gaya hidup merupakan pola hidup yang menentukan seseorang memilih untuk menggunakan waktu, uang, energi, dan merefleksikan nilai-nilai, rasa, dan kesukaan. Gaya hidup juga dapat digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini seseorang yang bersifat tidak permanen dan cepat berubah.<sup>66</sup> Gaya hidup memiliki tujuan untuk membentuk citra yang dibanggakan bagi pengguna maupun partisipannya.<sup>67</sup> Gaya hidup juga merupakan bagaimana seseorang menetapkan konsep pada dirinya, yang ditentukan oleh pengalaman dimasa lampau, karakteristik bawaan, dan situasi tertentu. Adapun gaya hidup dalam pemasaran jasa pendidikan menggambarkan bahwa seorang pelanggan jasa pendidikan (orang tua peserta didik) memiliki aktivitas/kegiatan, opini, dan minat yang akan mempengaruhi keputusan orang tua/wali peserta didik memilih sekolah yang tepat untuk anak-anaknya.

#### c. Kelas Sosial Pelanggan Jasa Pendidikan

Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar.<sup>68</sup> Adapun menurut Damiati, indikator-indikator yang dapat mempengaruhi kelas sosial adalah sebagai berikut.<sup>69</sup>:

---

<sup>66</sup> Ardiva Zakia, dkk, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelas Sosial : Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi*”, JIMT, Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Vol. 3, No. 5, Mei 2022, hlm. 451.

<sup>67</sup> Maria Cleopatra, “*Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika*”, Jurnal Formatif, Vol. 5, No. 2, 2015, hlm. 169.

<sup>68</sup> Ilham dan Hermawati, “*Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Pakaian di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur*”, Dinamis Journal Islamic Management and Bussines, Vol. 1, No. 1, April 2018, hlm. 19.

<sup>69</sup> Ardiva Zakia, dkk, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelas Sosial...*”. hlm. 450.

### 1) Pekerjaan

Pekerjaan memberikan status pada diri seseorang. Jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang berpengaruh pada nilai, gaya hidup, dan semua aspek yang menyangkut proses konsumsi.

### 2) Pendidikan

Pendidikan merupakan ukuran langsung dari status. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula posisi sosialnya dalam sebagian besar masyarakat. Pendidikan tidak hanya memberikan status, tetapi juga mempengaruhi selera, nilai, dan gaya pengelolaan informasi seseorang.

### 3) Pendapatan

Pendapatan merupakan ukuran yang paling tradisional, baik untuk mengukur daya beli, maupun status. Pendapatan juga merupakan refleksi kesejahteraan, yang akan menunjukkan pola konsumsi seseorang.

Kelas sosial dalam pemasaran jasa pendidikan yang dimaksud adalah bagaimana seorang pelanggan jasa pendidikan (orang tua peserta didik) memilih sekolah berdasarkan kemampuannya, baik dalam segi pekerjaan, pendidikan, maupun pendapatan. Kelas sosial juga merupakan pembagian kelompok masyarakat yang relatif permanen dan teratur dimana anggota-anggotanya memiliki nilai yang serupa, sehingga akan mempengaruhi keputusan calon pelanggan jasa pendidikan dalam memilih sekolah untuk anaknya.

## **B. Hasil Penelitian Relevan**

Adanya hasil penelitian yang relevan digunakan untuk memperkaya data penelitian yang relevan, untuk meminimalisir adanya plagiasi/kesamaan penelitian, dan untuk mengetahui posisi peneliti dalam melakukan penelitian yang berbeda dengan peneliti lain, karena penelitian yang dilakukan penulis bukanlah penelitian yang pertama kali dilakukan. Maka peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu diantaranya adalah sebagai berikut:

*Pertama*, penelitian disertasi yang ditulis oleh Fisman Bedi pada tahun 2021 dengan judul “*Strategi Pemasaran Madrasah Tsanawiyah di Kota Bandar Lampung*”.<sup>70</sup> Penelitian ini fokus menganalisis tentang bagaimana strategi pemasaran Madrasah Tsanawiyah di Kota Bandar Lampung, dimana sub fokus penelitian ini adalah pada *marketing mix 4P (product, price, place, dan promotion)*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa produk pendidikan sudah sesuai dengan permintaan masyarakat, biaya pendidikan juga sudah terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, kemudian lokasi dan penyediaan sarana dan prasarana sudah sangat mendukung, dan aktivitas promosi dilaksanakan secara efektif dengan melibatkan masyarakat, alumni, wali murid, dan media sosial. Namun, penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Persamaannya adalah keduanya sama-sama membahas/memfokuskan kajian penelitian pada pemasaran jasa pendidikan. Adapun perbedaannya, penelitian ini menggunakan teori *marketing mix 4P (product, price, place, dan promotion)* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan, sedangkan penelitian yang akan diteliti menganalisis pemasaran jasa pendidikan berdasarkan teori *marketing mix 7P (product, price, place, promotion, people, physical avidence, dan process)* selain itu, peneliti juga menambahkan bauran pemasaran siklus sosial yang terdiri dari kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial.

*Kedua*, penelitian dalam bentuk tesis yang ditulis oleh Sofyan Harahap pada tahun 2021 dengan judul “*Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung*”.<sup>71</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep segmentasi pasar, strategi target, penentuan posisi pasar, serta bauran pemasaran pendidikan di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung. Adapun hasil

---

<sup>70</sup> Fisman Bedi, “*Strategi Pemasaran Madrasah Tsanawiyah di Kota Bandar Lampung*”, Disertasi (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2021).

<sup>71</sup> Sofyan Harahap, “*Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung*”, Tesis, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2021).



penelitian ini menunjukkan pada segmentasi pasar sekolah tersebut menggunakan pendekatan rasional religious, kemudian target pasarnya merupakan keluarga peserta didik, karyawan, guru, dan alumni. Pada penggunaan konsep bauran pemasaran, penelitian ini menggunakan tujuh elemen yaitu produk, biaya, lokasi, promosi, SDM, fasilitas, dan proses pelayanan jasa pendidikan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait dengan pemasaran jasa pendidikan di sebuah lembaga pada jenjang Sekolah Dasar (SD). Adapun perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada strategi pemasarannya, sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada bauran pemasaran yang dilakukan di SD NU Master Sokaraja, yaitu dengan menggunakan konsep 7P serta bauran siklus sosial seperti kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial.

*Ketiga*, penelitian dalam bentuk tesis yang ditulis oleh Jalaluddin Madani pada tahun 2020 dengan judul “*Strategi Marketing Pendidikan untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Sekolah Menengah Kejuruan El Mosthofa Pondok Pesantren Nurul Islam Waru Pamekasan*”.<sup>72</sup> Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi *marketing* jasa pendidikan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat. Adapun hasil dari penelitian menemukan bahwa strategi *marketing* yang digunakan adalah dengan menawarkan program-program khusus yang dapat menarik kepercayaan masyarakat, seperti program safari kreatifitas siswa, program serap aspirasi, dan program bazar produk yang dikemas dengan cara menampilkan hasil karya peserta didik. Program-program tersebut dilaksanakan selain untuk menarik kepercayaan masyarakat, juga merupakan ajang untuk mendidik dan menanamkan jiwa entrepreneurship para siswa yang disesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan lingkungan masyarakat. Persamaan penelitian terdapat pada bidang kajiannya yaitu membahas tentang pemasaran jasa pendidikan. Adapun perbedaannya adalah pada penelitian ini berfokus

---

<sup>72</sup> Jalaluddin Madani, “*Strategi Marketing Pendidikan untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Sekolah Menengah Kejuruan Mosthofa Pondok Pesantren Nurul Islam Waru Pamekasan*”, Tesis, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020).

pada bagaimana meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui strategi *marketing* pendidikan yaitu dengan menawarkan produk pendidikan berupa program-program yang berhubungan dengan promosi sekolah. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini berfokus pada bagaimana sebuah lembaga pendidikan mengatur/mengelola pemasaran jasa pendidikan dengan mempertimbangkan beberapa bauran pemasaran seperti produk, biaya, lokasi, promosi, SDM, fasilitas, proses, kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial.

*Keempat*, penelitian dalam bentuk tesis yang ditulis oleh Wheni Mastna Nurrahkim pada tahun 2019 dengan judul “*Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing di MIT Nurul Amal Parang Magetan (Studi Kasus dalam Perspektif Manajemen Strategik Generik Michael Porter)*”.<sup>73</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan efektivitas keunggulan biaya, menguraikan strategi diferensiasi layanan pendidikan, dan memfokuskan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder* di MIT Nurul Amal Parang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekolah tersebut merupakan lembaga yang memiliki fluktuasi infaq bulanan yang tidak menetap, lembaga pendidikan tersebut juga selalu melakukan pembaharuan program dan menemukan diferensiasi, serta menjadikan manajemen SDM sebagai prioritas di MIT Nurul Amal Parang. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait dengan pemasaran di sebuah lembaga pendidikan, khususnya pada jenjang sekolah dasar/madrasah ibtidaiyah. Adapun perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada penggunaan strategi generik perspektif Michael Porter dalam melakukan pemasaran pendidikan, yang meliputi: *cost leader*, diferensiasi, dan fokus. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus pada manajemen pemasaran jasa pendidikan dengan mempertimbangkan elemen-elemen bauran pemasaran 7P dan siklus sosial.

---

<sup>73</sup> Wheni Mastna Nurrahkim, “*Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing di MIT Nurul Amal Parang Magetan (Studi Kasus dalam Perspektif Manajemen Strategik Generik Michael Porter)*”, Tesis, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019).

*Kelima*, penelitian dalam bentuk tesis yang ditulis oleh Hernawati pada tahun 2018 dengan judul “*Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin)*”.<sup>74</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di sekolah tersebut dimulai dari tahap perencanaan yaitu dengan membentuk rencana pemasaran oleh beberapa stakeholder, serta dengan membagi tugas dan tanggung jawab, kemudian dalam pelaksanaan, dilakukan oleh semua pihak di SD IT Ukhuwah Banjarmasin, dan pada tahap pengawasan kepala sekolah memberikan evaluasi dan saran setiap selesai melaksanakan pekerjaan. Adapun analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis SWOT dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan, sehingga kebutuhan masyarakat dan peningkatan mutu sekolah dapat terwujud. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai manajemen pemasaran jasa pendidikan di sebuah lembaga Islam pada jenjang sekolah dasar. Adapun perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan analisis SWOT dalam menetapkan strategi pemasaran jasa pendidikan, sedangkan penelitian yang akan diteliti melakukan bauran pemasaran/*marketing mix* (7P) dan siklus sosial dalam menerapkan manajemen pemasaran jasa pendidikan.

*Keenam*, penelitian dalam bentuk tesis yang ditulis oleh M Hasbi Rahmani pada tahun 2017 dengan judul “*Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SMP IT Al Ghazali Palangkaraya*”.<sup>75</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekolah tersebut melakukan aktivitas pemasaran melalui *analysis, planning, organizing*, dan *controlling*, dimana pada tahap perencanaan sekolah tersebut menggunakan analisis SWOT dan menekankan pada diferensiasi dan *service satisfaction*.

---

<sup>74</sup> Hernawati, “*Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin)*”, Tesis, (Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2018).

<sup>75</sup> M Hasbi Rahmani, “*Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SMP IT Al Ghazali Palangkaraya*”, Tesis, (Palangkaraya: IAIN Palangkaraya, 2017).



Pada pelaksanaan, dilakukan melalui TIK dengan menerapkan *marketing mix* (4P) serta melakukan pemasaran menggunakan model SMCR (*source, message, channel, receiver*) dengan menggunakan media *advertising* seperti panduk, spanduk, dan media sosial. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang manajemen pemasaran lembaga pendidikan. Adapun perbedaannya adalah pada penelitian ini berfokus pada pemasaran jasa pendidikan berbasis teknologi informasi dan komunikasi, dengan model SMCR, serta menerapkan *marketing mix* (4P). Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus pada manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam perspektif *marketing mix* (7P).

*Ketujuh*, penelitian dalam bentuk jurnal yang ditulis oleh Maya Sari pada tahun 2022 dengan judul “*Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Saat Pandemi Covid-19 di SMK Muhammadiyah Pagar Alam*”.<sup>76</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sekolah tersebut memfokuskan pada kegiatan *positioning* yaitu dengan menyediakan atribut pemasaran atau media pemasaran, mendeskripsikan prospek bagi lulusan. Sekolah juga memberikan sarana dan prasarana yang memadai, namun dalam penetapan biaya pendidikan sekolah tersebut mengalami kesulitan khususnya pada masa pandemi covid-19, selain itu produk pendidikan juga mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan promosi. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait dengan pemasaran jasa pendidikan. Adapun perbedaannya adalah penelitian terdahulu berfokus pada strategi pemasaran pada masa pandemi covid-19, serta penelitian dilakukan pada jenjang pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus pada bauran pemasaran jasa pendidikan, serta penelitian akan dilakukan pada jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD).

*Kedelapan*. Penelitian dalam bentuk jurnal yang ditulis oleh Musa Masing dan Rahma Widyana, pada tahun 2021 dengan judul “*Marketing Mix Method*

---

<sup>76</sup> Maya Sari, “*Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Saat Pandemi Covid-19 di SMK Muhammadiyah Pagar Alam*”, *Manajemen of Edication: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 9, No. 1, Tahun 2022.



*Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Kristen Barana*".<sup>77</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sekolah tersebut melakukan strategi melalui beberapa langkah yaitu perencanaan dan pelaksanaan. Pada perencanaan, sekolah tersebut melakukan identifikasi pasar, segmentasi pasar, dan target. Pada pelaksanaan, sekolah tersebut melakukan *marketing mix* (7P), dan secara keseluruhan SMA Barana telah melakukan pemasaran jasa pendidikan secara maksimal dan objektif. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang *marketing mix* dalam pemasaran pendidikan di sebuah sekolah swasta. Adapun perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan *marketing mix* sebagai strategi pemasaran dengan memfokuskan pada dua langkah yaitu perencanaan dan pelaksanaan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menganalisis *marketing mix* jasa pendidikan dengan memperhatikan fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

*Kesembilan*, penelitian dalam bentuk jurnal yang ditulis oleh Nuliyati pada tahun 2020 dengan judul "*Implementasi Strategi Marketing Mix dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Negeri 2 Yogyakarta*".<sup>78</sup> Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sekolah telah melakukan strategi *marketing mix* (7P). Hal ini dapat dilihat dari produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan peserta didik dan sangat terjangkau, tempat yang disediakan juga sangat strategis, promosi yang digunakan berbasis website, SDM yang tersedia sangat profesional, fasilitas yang disediakan juga sudah lengkap sesuai kebutuhan, serta proses pembelajaran menggunakan model BCCT, area, sudut, dan pengaman. Adapun terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti. Persamaannya adalah sama-sama memfokuskan pada *marketing mix* dalam pemasaran jasa pendidikan.

---

<sup>77</sup> Musa Masing dan Rahma Widyana, "*Marketing Mix Method Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Kristen Barana*", Jurnal Pendidikan Indonesia, Vol. 2, No.3, Maret, 2021.

<sup>78</sup> Nuliyati Rahayu, "*Implementasi Strategi Marketing Mix dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Negeri 2 Yogyakarta*", Jurnal Qurroti Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Vol. 2, No. 1, April 2020.

Adapun perbedaannya adalah penelitian ini fokus pada strategi pemasaran pada pendidikan tingkat Taman Kanak-kanak (TK) Negeri, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti fokus pada manajemen pemasaran pada pendidikan tingkat Sekolah Dasar (SD) Swasta.

*Kesepuluh*, penelitian dalam bentuk jurnal yang ditulis oleh Utama dan Sri Waiji Hasthanti pada tahun 2018 dengan judul “*Bauran Marketing Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah*”.<sup>79</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa pendidikan dilakukan dengan memperhatikan biaya, lokasi, promosi, SDM, fasilitas, dan proses. Pada produk yang ditawarkan, sekolah tersebut melakukan pengembangan potensi, prestasi akademik, dan keagamaan siswa. Biaya pendidikan yang ditetapkan di sekolah tersebut juga berbeda pada setiap tahun ajaran serta orang tua tidak dibebani biaya tambahan. Lokasi sekolah jauh dari pusat keramaian namun masih mudah diakses serta lingkungan yang nyaman untuk proses belajar. Promosi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan berbagai media serta menjalin kemitraan. SDM dalam sekolah tersebut juga berkompeten yang berpotensi meningkatkan mutu sekolah. Fasilitas yang tersedia sangat representatif. Proses belajar dilakukan dengan metode yang variatif dan menyenangkan dan memadukannya dengan media sosial. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait dengan bauran *marketing* jasa pendidikan di sebuah lembaga pendidikan. Adapun perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis data dengan model non statistik atau biasa disebut dengan dengan model analisis mengalir (*flow model of analysis*), yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Merujuk pada penelitian terdahulu, baik penelitian dalam bentuk disertasi, tesis, maupun jurnal, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang

---

<sup>79</sup> Utama dan Sri Waiji Hasthanti, “*Bauran Marketing Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah*”, Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 13, No. 2, Desember 2018, hlm. 190.

akan dilakukan oleh peneliti. Sehingga penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki posisi (*positioning*) yang berbeda. Adapun untuk lebih jelasnya, persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian	Metode Penelitian
1.	Fisman Bedi	2021	Strategi pemasaran lembaga pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MTs Negeri 2 Bandar Lampung,</li> <li>• Mts Masyariqul Anwar Bandar Lampung</li> <li>• MTs Al-Hikmah.</li> </ul>	Kualitatif deskriptif, dengan pendekatan multi kasus.
2.	Sofyan Harahap	2021	Strategi pemasaran lembaga pendidikan	SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus
3.	Jalaluddin Madani	2020	Strategi <i>marketing</i> pendidikan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat	SMK El Mosthofa Pondok Pesantren Nurul Islam Waru Pemekasan	Kualitatif deskriptif
4.	Wheni Mastna Nurrahkim	2019	Manajemen strategi pemasaran pendidikan untuk meningkatkan daya saing perspektif manajemen strategik generik Michael Porter.	MIT Nurul Amal Parang Magetan	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan etnografi.
5.	Hernawati	2019	Manajemen pemasaran jasa pendidikan Islam	SD IT Ukhuwah Banjarmasin	Kualitatif deskriptif
6.	M Hasbi Rahmani	2017	Manajemen pemasaran sekolah melalui	SMP IT Al Ghazali Palangkaraya	Kualitatif deskriptif

			Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)		
7.	Maya Sari	2022	Strategi pemasaran jasa pendidikan saat pandemi covid-19	SMK Muhammadiyah Pagar Alam	Kualitatif deskriptif
8.	Musa Masing dan Rahma Widyana	2022	<i>Marketing mix method</i> sebagai strategi pemasaran pendidikan	SMA Kristen Barana	Kualitatif deskriptif
9.	Nuliyati	2020	Strategi <i>marketing mix</i> dalam pemasaran jasa pendidikan	TK Negeri 2 Yogyakarta	Kualitatif
10.	Sutama dan Sri Waiji Hasthanti	2018	Bauran <i>marketing</i> jasa pendidikan	SD Muhammadiyah Plus Kota Salatiga	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologis

Analisis penelitian terdahulu diatas memberikan gambaran bahwa penelitian tentang pemasaran jasa pendidikan sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, itu berarti bahwa penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu. Namun, penelitian ini memiliki posisi yang berbeda. Penelitian akan memfokuskan pada pengelolaan pemasaran jasa pendidikan dengan mempertimbangkan bauran pemasaran/*marketing mix* 7P (*product, price, place, promotion, people, physical avidence, dan process*), serta bauran siklus soisal meliputi kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial di SD NU Master Sokaraja Banyumas.

### C. Kerangka Berfikir

Manajemen pemasaran merupakan aktivitas mengelola program pemasaran yang disusun untuk menciptakan, dan mempertahankan pertukaran yang saling menguntungkan.<sup>80</sup> Menurut Kotler, *marketing mix* adalah unsur-unsur pemasaran yang dikelola dan dipadukan oleh organisasi, untuk

<sup>80</sup> Farida Yulianti, dkk, Manajemen Pemasaran....hlm. 2.



mencapai suatu tujuan pemasaran.<sup>81</sup> Adapun menurut James dan Phillips ada tujuh unsur yang dikenal dengan istilah 7P (*product, price, place, dan promotion, people, physical evidence, dan process*).<sup>82</sup> Peneliti juga menambahkan bauran pemasaran dari segi siklus sosial yang meliputi kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial. Adapun jasa pendidikan merupakan aktivitas pendidikan dan mengedepankan pelayanan dalam prosesnya, ditawarkan kepada pihak tertentu secara individu/kelompok, tidak berwujud, tidak bisa dapat dimiliki, namun bisa dirasakan kegunaannya. Berdasarkan beberapa teori diatas, maka peneliti menyusun kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

<sup>81</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of...* hlm. 291.

<sup>82</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 69.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian tentang “*Marketing Mix* Jasa Pendidikan SD NU Master Sokaraja Banyumas” ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan tersebut bertujuan untuk mengetahui fenomena yang terjadi atau dialami oleh subjek penelitian, yang disajikan dengan catatan alamiah.<sup>1</sup> Adapun pendekatan deskriptif pada penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka dari subjek dan objek yang diamati.<sup>2</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian secara langsung di SD NU Master Sokaraja Banyumas. Peneliti akan mencari data-data yang diperlukan, yang berkaitan dengan masalah penelitian, dengan menggali data kualitatif melalui subjek penelitian, serta mendeskripsikan dan menganalisis data yang diperoleh dengan menyajikannya dalam bentuk kata, gambar, tabel dan yang lainnya, dimana data tersebut didapatkan dari naskah wawancara, dokumen lembaga, foto, video, serta catatan-catatan di lapangan.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Peneliti mengambil lokasi di SD NU Master Sokaraja Banyumas, yang terletak di Jalan Krida Mandala, Dusun II Sokaraja Tengah, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas, yang merupakan sekolah dasar swasta berbasis Islam. Adapun dalam penentuan tempat ini berdasarkan beberapa pertimbangan terkait fokus penelitian yang sudah dipaparkan pada latar belakang masalah.

---

<sup>1</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, ed. Revisi cet 24*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 6.

<sup>2</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 11.

## 2. Waktu Penelitian

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti melakukan observasi awal/pendahuluan penelitian yang dilaksanakan pada 17 Oktober 2022. Adapun waktu penelitian selanjutnya disesuaikan dengan kebutuhan data serta ketersediaan dan kesepakatan dengan narasumber. Berikut merupakan waktu dan kegiatan penelitian yang disajikan dalam tabel:

Tabel 3.1 Alokasi Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1.	Penyusunan Proposal	✓					
2.	Seminar Proposal	✓					
3.	Revisi Proposal	✓					
4.	Pelaksanaan Penelitian	✓				✓	
5.	Penyusunan Laporan Penelitian		✓	✓	✓	✓	
6.	Revisi Laporan Penelitian					✓	
6.	Ujian Tesis					✓	

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah orang atau narasumber yang akan digali datanya. Subjek juga merupakan sasaran yang menjadi pusat perhatian penelitian.<sup>1</sup> Subjek yang dimaksud adalah sumber informasi untuk mencari data yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun subjek penelitian ini adalah sebagai berikut:

<sup>1</sup> Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 108.

a. Kepala Sekolah

Kepala sekolah dijadikan sebagai narasumber dalam penelitian ini, karena seorang kepala sekolah merupakan pemimpin di sekolah, yang memiliki tanggung jawab penuh atas segala aktivitas pendidikan di SD NU Master Sokaraja, salah satunya adalah manajemen pemasaran jasa pendidikan.

b. Waka Bidang Humas

Waka bidang humas dijadikan sebagai narasumber, karena humas merupakan orang yang bertugas untuk menyampaikan informasi mengenai lembaga pendidikan kepada publik, sehingga humas terlibat langsung dalam proses pemasaran jasa pendidikan.

c. Guru

Guru dijadikan sebagai narasumber, karena guru adalah tenaga pendidik yang mengajar dan mengarahkan peserta didik di sekolah, serta mengetahui kondisi kegiatan belajar-mengajar peserta didik, sehingga guru terlibat langsung dalam proses penyaluran jasa pendidikan.

d. Orang tua/Wali Peserta didik

Orang tua atau wali dijadikan sebagai narasumber, karena orang tua merupakan pelanggan jasa pendidikan, sehingga mereka mendapatkan pelayanan/kepuasan atas jasa pendidikan yang diberikan sekolah. Maka dalam penelitian ini, orang tua peserta didik dapat dijadikan sebagai sumber informasi terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah terhadap anaknya yang bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.

2. Objek penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang akan diteliti saat turun ke lapangan.<sup>2</sup> Objek pada penelitian ini adalah *marketing mix* jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja yang meliputi produk, harga, tempat, promosi,

---

<sup>2</sup> Abdul Hakim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV Jejak, 2017).



orang/SDM, bukti fisik, proses, kebutuhan afiliasi, gaya hidup dan kelas sosial .

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### **1. Wawancara**

Wawancara dilakukan untuk studi pendahuluan dan mendeteksi masalah, serta untuk mengetahui suatu permasalahan secara mendalam dari seorang narasumber.<sup>3</sup> Adapun Sugiono mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu sebagai berikut<sup>4</sup>:

###### **a. Wawancara terstruktur**

Wawancara terstruktur dilakukan apabila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh. Peneliti juga telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis dan alternatif jawaban yang sudah disiapkan.

###### **b. Wawancara semi terstruktur**

Jenis wawancara ini lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara akan dimintai pendapat dan ide-idenya.

###### **c. Wawancara tidak terstruktur**

Wawancara ini bersifat bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap pada saat pengumpulan data. Namun pedoman wawancara dibuat hanya berupa garis-garis besar dari permasalahan yang akan ditanyakan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model wawancara semi terstruktur yaitu peneliti menyusun pedoman wawancara beserta pertanyaan-pertanyaan yang akan disampaikan kepada narasumber, namun peneliti juga meminta pendapat dan ide-ide dari narasumber agar peneliti

---

<sup>3</sup> Abdul Hakim, *Metodologi Penelitian...*, hlm. 137.

<sup>4</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 138.

menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Peneliti juga melaksanakan wawancara melalui tatap muka (*face to face*) dengan mendatangi narasumber di SD NU Master Sokaraja Banyumas maupun di tempat yang ditentukan oleh narasumber.

Adapun dalam proses wawancara, peneliti melakukan wawancara dengan berbagai narasumber yang diharapkan akan mendapatkan hasil sesuai dengan kebutuhan data dari masalah yang akan diteliti. Adapun inti dari wawancara bersama narasumber adalah untuk mendapatkan data sebagai berikut:

a. Wawancara dengan Kepala Sekolah

Wawancara dengan kepala sekolah dilakukan untuk memperoleh data tentang keseluruhan aktivitas di sekolah, terutama yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pendidikan.

b. Wawancara dengan Waka Bidang Humas

Dilakukan untuk mendapatkan data terkait dengan aktivitas pengelolaan pemasaran pendidikan, terutama pada saat promosi, dan pendaftaran peserta didik baru.

c. Wawancara dengan Guru

Dilakukan untuk mendapatkan data terkait dengan penyaluran jasa pendidikan dalam bentuk kegiatan pembelajaran.

d. Wawancara dengan Orang Tua/Wali Peserta Didik

Dilakukan untuk mendapatkan data terkait dengan pelayanan/kepuasan atas jasa yang ditawarkan oleh pihak sekolah terhadap peserta didik yang sedang menempuh pendidikan di sekolah tersebut.

## 2. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, yang meliputi proses pengamatan dan ingatan. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lainnya yang ada di lapangan. Dari segi proses

pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi dua cara yaitu *participant observation* dan *non participant observation*.<sup>5</sup>

a. Observasi berperan serta (*participant observation*)

Pada observasi ini, peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari dengan orang yang sedang diamati, artinya bahwa pada observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, serta dapat mengetahui makna dari setiap perilaku yang nampak pada subjek dan objek yang diteliti

b. Observasi tidak berperan serta (*non participant observation*)

Pada jenis observasi ini, peneliti tidak terlibat dalam aktivitas sehari-hari, namun hanya sebagai pengamat independen. Peneliti mengamati, mencatat, menganalisis, dan membuat kesimpulan tentang perilaku yang diteliti. Observasi non partisipan ini tidak akan mendapatkan data secara lebih mendalam atau sampai pada tingkat makna yang meliputi nilai-nilai yang tampak, yang terucap, dan yang tertulis.

Penelitian ini menggunakan metode *non participant observation*, yang berarti bahwa peneliti hanya berperan sebagai pengamat pada saat penelitian di SD NU Master Sokaraja, dan tidak ikut serta dalam kegiatan/aktivitas sehari-hari di lapangan. Namun, pada momen atau *event-event* tertentu yang berkaitan dengan pemasaran jasa pendidikan, peneliti ikut serta dalam kegiatan tersebut, seperti kegiatan promosi dan penerimaan peserta didik baru (PPDB). Observasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengamati kegiatan pemasaran jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan tertulis mengenai peristiwa di lapangan. Teknik dokumentasi dilakukan pada saat mengumpulkan data yaitu dengan mengumpulkan, mencatat, dan mengidentifikasi data dari yang berkaitan dengan fokus penelitian. Adapun dokumentasi dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan catatan tertulis, surat atau dokumen, serta

---

<sup>5</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 145.

foto yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja Banyumas. Data tersebut meliputi visi dan misi, profil sekolah, foto kegiatan pemasaran pendidikan, foto bangunan/gedung dan fasilitas, dan dokumen lain yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran jasa pendidikan.

#### 4. Kuisisioner/Angket

Kuisisioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>6</sup> Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka yang diberikan kepada responden baik secara langsung melalui kertas angket, maupun melalui link atau aplikasi.<sup>7</sup>

Pada penelitian ini, teknik kuisisioner/angket ditujukan untuk orang tua peserta didik sebagai pelanggan jasa pendidikan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui alasan/latar belakang orang tua memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk anak-anaknya, untuk mengetahui persentase bauran pemasaran yang paling menonjol di SD NU Master Sokaraja. Kuisisioner/angket ini akan dibagikan oleh peneliti dalam bentuk *link google form*, yang berisikan pertanyaan/pernyataan terkait dengan aspek-aspek bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, tempat, orang, promosi, bukti fisik, proses, kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial. Adapun pada penelitian ini, *link google form* dibagikan di Grup WhatsApp Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG), sehingga siapapun orang tua/wali peserta didik yang bersedia untuk mengisi kuisisioner tersebut, dapat mengakses melalui *link* yang sudah dibagikan.

---

<sup>6</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik-teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hlm. 33.

<sup>7</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 142.



## E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis model Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.<sup>8</sup> Aktivitas pada analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif hingga tuntas.<sup>9</sup> Adapun teknik dalam analisis data adalah sebagai berikut:

### 1. *Data Collection* (pengumpulan data)

Pengumpulan data merupakan aktivitas mencari data/informasi di lapangan. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti mengumpulkan data yang berhubungan dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan. Data yang dikumpulkan berupa data tentang *marketing mix* atau bauran pemasaran jasa pendidikan yang meliputi : produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses, kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial di SD NU Master Sokaraja.

### 2. *Data Reduction* (reduksi data)

Reduksi data adalah aktivitas meringkas, memilih, serta memfokuskan data yang pokok, kemudian digali sesuai dengan tema dan polanya, untuk memberikan gambaran secara jelas serta mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data yang belum ditemukan<sup>10</sup>. Reduksi data juga merupakan penyederhanaan data di lapangan. Peneliti akan memilih data yang perlu disajikan dan data yang tidak perlu disajikan, dengan menyesuaikan berdasarkan fokus dan tujuan penelitian. Data yang akan dipilih adalah data terkait dengan *marketing mix* jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja.

### 3. *Data Display* (penyajian data)

Penyajian data pada penelitian kualitatif biasanya berbentuk teks yang atau narasi.<sup>11</sup> Data disajikan kedalam bentuk kalimat-kalimat dan uraian dalam

---

<sup>8</sup> Muhammad Idris, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hlm. 148.

<sup>9</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 246.

<sup>10</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 247.

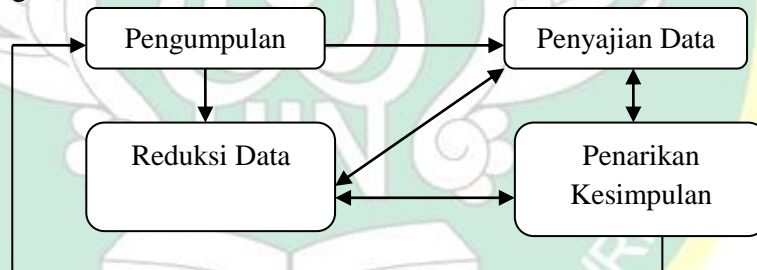
<sup>11</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 249.

bentuk laporan yang sistematis dan mudah dipahami. Pada penelitian ini, penyajian data berupa informasi terkait dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja yang didapatkan pada saat observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan, dimana data tersebut sudah dipilih/disaring, kemudian akan disajikan kedalam bentuk teks/narasi, tabel, *chart*, foto, dll.

#### 4. *Conclusion/Verification* (penarikan kesimpulan)

Proses penarikan kesimpulan berdasarkan pada penggabungan data atau informasi yang dirangkai dalam bentuk penyajian data, kemudian peneliti akan memeriksa hasil penelitiannya dan memberikan kesimpulan. Pada penelitian ini, peneliti memberikan kesimpulan berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, dipilih, dan disajikan. Hasil penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yaitu terkait bagaimana *marketing mix* jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja.

Adapun model Miles dan Huberman dalam analisis data dapat dilihat dalam gambar berikut:



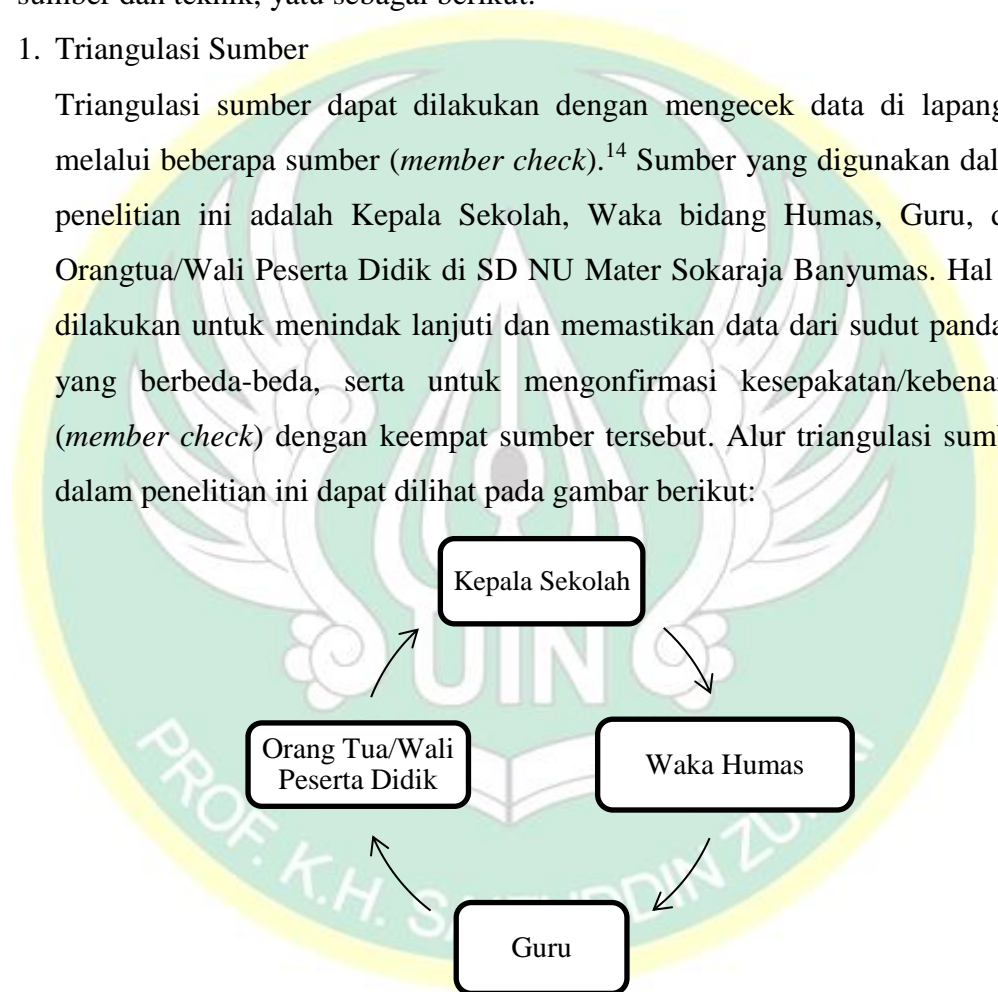
Gambar. 3.1 Teknik Analisis Data Model Miles & Huberman

## F. Teknik Keabsahan Data

Adanya keabsahan data adalah untuk menunjukkan keaslian penelitian, apakah penelitian yang dilakukan benar-benar penelitian ilmiah yang dilakukan langsung oleh peneliti.<sup>12</sup> Uji keabsahan data dapat dilakukan menggunakan metode triangulasi. Triangulasi yaitu pengecekan atau penyesuaian data yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik.<sup>13</sup> Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik, yaitu sebagai berikut:

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan mengecek data di lapangan melalui beberapa sumber (*member check*).<sup>14</sup> Sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Waka bidang Humas, Guru, dan Orangtua/Wali Peserta Didik di SD NU Mater Sokaraja Banyumas. Hal ini dilakukan untuk menindak lanjuti dan memastikan data dari sudut pandang yang berbeda-beda, serta untuk mengonfirmasi kesepakatan/kebenaran (*member check*) dengan keempat sumber tersebut. Alur triangulasi sumber dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Pengumpulan Data

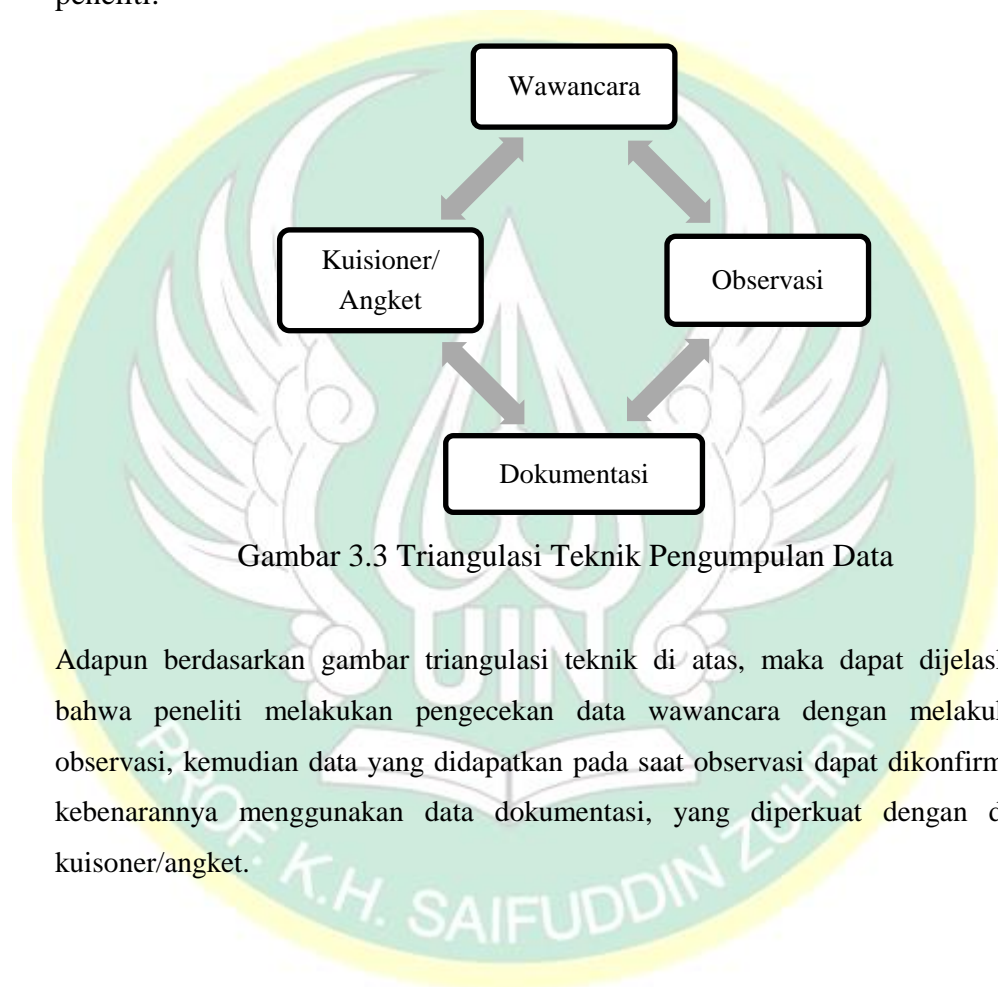
<sup>12</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 270.

<sup>13</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 273.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 270.

## 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dapat dilakukan dengan mencocokkan data dengan sumber yang sama namun teknik pengumpulan data yang berbeda.<sup>15</sup> Pada penelitian ini, data yang diperoleh akan diperiksa kembali, dengan menyajikan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan angket. Berikut merupakan alur triangulasi teknik pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti:



Gambar 3.3 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Adapun berdasarkan gambar triangulasi teknik di atas, maka dapat dijelaskan bahwa peneliti melakukan pengecekan data wawancara dengan melakukan observasi, kemudian data yang didapatkan pada saat observasi dapat dikonfirmasi kebenarannya menggunakan data dokumentasi, yang diperkuat dengan data kuisisioner/angket.

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 270.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil SD NU Master Sokaraja**

##### **1. Sejarah SD NU Master Sokaraja**

SD NU Master Sokaraja merupakan Lembaga Pendidikan Dasar, yang terletak di Jalan Krida Mandala Sokaraja Tengah, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Berdiri pada tanggal 17 Maret 2017 berdasarkan SK Kepala Dinas Kabupaten Banyumas No 421.2/149/2017 tentang izin pendirian dan penyelenggaraan Sekolah Dasar di lingkungan Dinas Pendidikan Kabupaten Banyumas. SD NU Master Sokaraja dengan nomor NPSN 69964078 telah terakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional pada bulan Desember 2018 dengan predikat A (Unggul) dengan Nilai 93.

Adapun beberapa program unggulan SD NU Master Sokaraja diantaranya adalah kelas Baca Tulis dan Tahfidz Qur'an (BTTQ), pengenalan dan pengembangan *multiple language*, pengenalan IT sejak dini, serta fokus pada penanaman pendidikan karakter dan *entrepreneur*, merupakan salah satu upaya yang disusun lembaga untuk mencetak dan meluluskan siswa dengan keunggulan dalam kepribadian *Islam yang berhaluan ahlussunnah wal jama'ah an nahdliyyah*, memiliki kemandirian, keilmuan, dan keterampilan, serta memiliki karakter baik dan tetap cinta dan bangga terhadap Negara Kesatuan Republik Indonesia. SD NU Master Sokaraja didirikan pada tahun 2017, dan secara resmi mendapatkan ijin operasional dari Dinas Pendidikan Kabupaten Banyumas pada bulan maret 2017.

Nama "MASTER" ini merupakan singkatan dari Masyithoh Terpadu. SD NU Master Sokaraja diprakarsai oleh beberapa tokoh dan pendiri diantaranya: H Trisno Hartowo, Hj Warsuti S.Pd, Drs Haryanto, Haryadi S,Pd dan keluarga besar getuk goreng H Tohirin, Faidus Sa'ad, M.Pd H. M. Alwi, M.Pd, H M Najib S.Ag, H. Husein, M.Pd. Setelah memiliki gagasan tentang pendirian sekolah, para pendiri ini kemudian

bertemu dengan Dani Sistriani M.Pd yang memaparkan sebuah konsep lembaga pendidikan *full day school*, berbasis penguatan pendidikan karakter, sesuai dengan tahap tumbuh kembang anak. Berdasarkan paparan tersebut, maka didirikanlah sebuah lembaga pendidikan Sekolah Dasar dengan beberapa program keunggulan yang dirancang secara khusus. Program unggulan ini dimaksudkan agar lembaga pendidikan yang didirikan memiliki indikator pencapaian mutu peserta didik yang jelas dan berkualitas. Maka pada bulan Oktober tahun 2016 hari Jum'at tanggal 22 merupakan hari yang bersejarah bagi SD NU Master Sokaraja, prosesi peletakan batu pertama pembangunan lembaga ini, adalah awal perjalanan SD NU Master berkiprah dalam dunia pendidikan di Indonesia.<sup>1</sup>

## 2. Letak Geografis SD NU Master Sokaraja

SD NU Sokaraja terletak di Jalan Krida Mandala, Dusun Sokaraja Tengah, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Sekolah tersebut berada ditengah pemukiman warga, namun juga tidak jauh dari pusat pemerintah daerah, dan pusat kesehatan. Jarak sekolah dengan Balai Desa Sokaraja Tengah yaitu 110 m, jarak dengan Kantor Kecamatan Sokaraja kurang lebih 1,4 km, dan jarak dengan Kantor Pemerintah Kabupaten Banyumas sekitar 9,6 km. Adapun untuk akses kesehatan, SD NU Master Sokaraja berjarak sekitar 850 m dari Klinik PMI Sokaraja, berjarak 1,4 km dari Puskesmas Sokaraja I, berjarak kurang lebih 3,2 km dengan Orthopedic Hospital Purwokerto, dan berjarak sekitar 5,4 km dari RSUD Prof.Dr.Margono Soekarjo Purwokerto.

---

<sup>1</sup> NU Master, "Sejarah SD NU Master Sokaraja", <https://sdnumaster.sch.id>, diakses pada Senin, 1 Mei 2023, pukul 12.55 WIB.

Data terkait identitas sekolah, kontak sekolah, dan data pelengkap lainnya akan diuraikan pada tabel berikut ini<sup>2</sup>:

Tabel 4.1 Identitas Sekolah

<b>Identitas Sekolah</b>	
Nama Sekolah	SD NU Master Sokaraja
Alamat Sekolah	Jalan Krida Mandala
RT/RW	4/4
Kelurahan	Sokaraja Tengah
Kecamatan	Sokaraja
Kabupaten	Banyumas
Provinsi	Jawa Tengah
Negara	Indonesia
Posisi Geografis	-7 Lintang, 109 Bujur
Kode Pos	53181
NPSN	69964078
Jenjang Pendidikan	Sekolah Dasar (SD)
Status Sekolah	Swasta
<b>Data Pelengkap</b>	
SK Pendirian Sekolah	421.2/149/2017
Rekening Atas Nama	SDNUMASTERSOKARAJA
Nomor Rekening	2120043423
Nama Bank	BPD Jawa Tengah
Cabang KCP/Unit	BPD Jawa Tengah Cabang Purwokerto
NPWP	2147483647
<b>Kontak Sekolah</b>	
Nomor Telepon	0281-644-1161

<sup>2</sup> Data Pokok Kemendikbud, “SD NU Master Sokaraja”, <https://dapo.kemendikbud.go.id>, diakses pada Senin 1 Mei 2023, pukul 13.37 WIB.

Email	snumaster@gmail.com
Website	http://www.snumaster.sch.id
Facebook	SDNUMASTER Sokaraja
Instagram	@snumaster
Youtube	SD NU Master Sokaraja
Twitter	@snumaster

### 3. Visi dan Misi SD NU Master Sokaraja

#### a. Visi SD NU Master Sokaraja

Mencetak generasi Islam berpaham *ahlussunnah wal jama'ah an nahdliyah* yang berkarakter, beradab dan berjiwa *entrepreneur*.

#### b. Misi SD NU Master Sokaraja

- 1) Mencetak dan meluluskan siswa dengan keunggulan dalam kepribadian Islam, memiliki kemandirian, keilmuan, dan ketrampilan abad 21, berkarakter dan memiliki jiwa *entrepreneur*.
- 2) Menciptakan sekolah unggul dengan SDM yang berkualitas dan sarana prasarana yang memadai.
- 3) Menerapkan pembelajaran yang aktif, kreatif, inovatif, Islami dan menyenangkan untuk mengembangkan prestasi peserta didik sesuai potensi yang dimiliki.
- 4) Mengembangkan kepekaan dan kepedulian sosial.<sup>3</sup>

### 4. Tujuan SD NU Master Sokaraja

- a. Peserta didik mampu membaca dan menghafal Al-Qur'an dengan baik dan benar serta memahami kaidah ilmu pendukungnya
- b. Peserta didik mampu mengamalkan nilai kandungan Al-Qur'an dalam keseharian
- c. Peserta didik hafal hadits dan doa pilihan
- d. Peserta didik hormat kepada orang tua dan guru

<sup>3</sup> NU Master, "Visi dan Misi SD NU Master Sokaraja", <https://snumaster.sch.id>, diakses pada Senin, 1 Mei 2023, pukul 13.00 WIB.



- e. Peserta didik memiliki akidah yang benar sesuai paham *ahlussunnah wal jama'ah*
- f. Peserta didik memiliki kemampuan akademik untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan lanjut yang berkualitas
- g. Peserta didik memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan lancar
- h. Peserta didik memiliki karakter yang positif, terpuji, kesadaran beribadah, pola hidup teratur, bersih, dan sehat
- i. Peserta didik memiliki jiwa *entrepreneurship*, *leadership*, dan kemandirian.<sup>4</sup>

#### 5. *Quality Assurance*

Setelah mengikuti pendidikan di SD NU Master Sokaraja, peserta didik diharapkan dapat:

- a. Mampu membaca dan menghafal Al-Qur'an dengan baik dan benar, serta memahami kaidah ilmu pendukungnya.
- b. Mampu mengamalkan nilai kandungan Al-Qur'an dalam keseharian
- c. Hafal doa dan hadits pilihan
- d. Memiliki adab dan sopan santun dalam kehidupan sehari-hari
- e. Hormat dan patuh terhadap orang tua dan guru
- f. Siswa memiliki akidah yang benar sesuai *ahlussunnah wal jama'ah an nahdliyyah*
- g. Siswa dapat memiliki prestasi baik akademik ataupun non akademik untuk melanjutkan kejenjang pendidikan lanjutan yang berkualitas.
- h. Siswa memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan lancar
- i. Siswa memiliki karakter yang positif, kesadaran beribadah, pola hidup teratur, bersih dan sehat.
- j. Siswa memiliki *life skill*, *jiwa entrepreneur*, *leadership* dan kemandirian.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> NU Master, "Tujuan SD NU Master Sokaraja", <https://sdnumaster.sch.id>, diakses pada Senin, 1 Mei 2023, pukul 13.03 WIB.

## 6. Program Unggulan SD NU Master Sokaraja

### a. Program Baca Tulis dan Tahfidz Al-Qur'an (BTQ)

Program BTQ merupakan kegiatan pembelajaran menulis ayat-ayat Al-Qur'an, membaca, dan menghafal dengan mengetahui kaidah-kaidah yang telah ditetapkan seperti *makhorijul huruf*, panjang pendek, tajwid, dan lain-lain, sehingga tidak terjadi perubahan makna. Selain itu, program BTQ di SD NU Master merupakan program yang rutin dilaksanakan setiap hari, baik pada saat sebelum melaksanakan kegiatan belajar mengajar, saat kegiatan belajar mengajar, dan setelah melaksanakan kegiatan belajar mengajar. Program ini diselenggarakan dalam rangka untuk meningkatkan kemampuan peserta didik dalam membaca, menulis, dan menghafal Al-Qur'an. Program ini diharapkan agar peserta didik mampu mempelajari nilai-nilai spriritual dan mengamalkan nilai-nilai kandungan Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari.

### b. Program *Multiple Language*

Program ini memuat penggunaan tiga bahasa yaitu bahasa inggris, bahasa arab, dan bahasa lokal yaitu bahasa jawa. *Multiple Language* merupakan salah satu program unggulan, dimana setiap hari peserta didik dan para tenaga pendidik menggunakan bahasa tertentu pada saat sebelum memulai pembelajaran. Program ini secara efektif dilaksanakan di SD NU Master Sokaraja untuk memotivasi para siswa agar mampu dan berani untuk mencoba berbahasa asing, menambah kosa kata baru, dan yang paling penting adalah untuk melatih kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi peserta didik dengan lingkungan sosial.

### c. Program *Parenting Class* dan Konseling

*Parenting Class* dan konseling adalah salah satu kegiatan yang didalamnya terdapat kemitraan antara orang tua/wali peserta didik dengan sekolah. Hal ini bertujuan untuk menyelaraskan cara mendidik

---

<sup>5</sup> NU Master, "Sejarah SD NU Master Sokaraja", <https://sdnumaster.sch.id>, diakses pada Senin, 1 Mei 2023, pukul 13.05 WIB.

anak di sekolah dengan cara mendidik anak di rumah. Selain itu, kegiatan *parenting* dan konseling ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan orang tua dan guru dalam melaksanakan pengasuhan, perawatan, dan pendidikan anak. *Parenting* dan konseling di SD NU Master Sokaraja dilakukan melalui beberapa kegiatan yang salah satu diantaranya adalah dengan mengundang narasumber profesional yang ahli dalam bidang *parenting*, disesuaikan dengan tema *parenting* yang dibutuhkan.

d. Program Komputer Edukasi

Program komputer edukasi dilaksanakan untuk meningkatkan keterampilan penggunaan teknologi pada peserta didik. Komputer juga dijadikan sarana yang bermanfaat untuk mengekspresikan kreatifitas peserta didik. Peserta didik di SD NU Master Sokaraja dilatih untuk membuat *design* dan animasi yang disesuaikan dengan usia peserta didik. Adanya program ini diharapkan agar peserta didik mampu menambah wawasan teknologi, meningkatkan kemampuan belajar, serta menambah minat belajar peserta didik.

e. Program Pendidikan Karakter Berbasis Kecakapan Hidup (*Life Skill*)

Program *life skill* merupakan program yang dibentuk untuk mengasah keterampilan hidup dan kemampuan untuk beradaptasi serta berperilaku positif. *Life skill* juga dapat diartikan sebagai kecakapan yang dimiliki peserta didik untuk berani menghadapi masalah hidup dan menghadapi kehidupan secara wajar tanpa merasa tertekan, serta mampu menemukan solusi. Selain keterampilan hidup, program *life skill* yang dimaksud juga merupakan bagian dari keterampilan kemandirian peserta didik yang berkaitan dengan bakat minat, dan di *breakdown* dalam materi pembelajaran di sekolah. Program pendidikan karakter berbasis kecakapan hidup di SD NU Master Sokaraja dilaksanakan di dalam kegiatan pembelajaran dan di luar kegiatan pembelajaran, yang diantaranya meliputi: Apel Pagi, Menyanyikan Lagu Nasional dan

Daerah, Upacara Bendera, Peringatan Hari Besar Nasional, Mengenakan Pakaian Adat, dll.

f. Program *Boarding* Kelas 6

*Boarding School* untuk kelas 6 pertama kali diselenggarakan dan diresmikan pada 29 Juli 2022 di halaman Gedung SD NU Master Sokaraja. *Boarding School* merupakan sistem sekolah berasrama, dimana peserta didik tinggal di asrama dalam kurun waktu tertentu dan berada dalam pengawasan guru pembimbing. Tujuan diselenggarakannya *boarding school* adalah selain untuk menjalankan pendidikan formal juga dapat memperdalam ilmu agama.

7. Ekstrakurikuler SD NU Master Sokaraja

- a. Renang
- b. Olah Vokal
- c. Prakarya
- d. Hadroh
- e. Tari
- f. *English Club*
- g. Pencak Silat Pagar Nusa
- h. Menggambar
- i. Basket
- j. Futsal
- k. *Cooking*
- l. Takraw





## 8. Keadaan Tenaga Pendidik dan Kependidikan SD NU Master Sokaraja

Berikut merupakan data jumlah tenaga pendidik dan kependidikan di SD NU Master Sokaraja Tahun 2023:

Tabel 4.2 Jumlah Tenaga Pendidik dan Kependidikan

No	Jabatan	Jumlah
1.	Kepala Sekolah	1
2.	Guru Kelas	18
3.	Guru Mapel	14
4.	Tenaga Administrasi	4
5.	Petugas K3 Sekolah	3
Total		40

Berikut merupakan data nama dan jabatan tenaga pendidik dan kependidikan di SD NU Master Sokaraja Tahun 2023:

Tabel 4.3 Nama dan Jabatan Tenaga Pendidik dan Kependidikan

No	Jabatan	Nama
1.	Kepala Sekolah	Dani Sistriani, M.Pd
2.	Waka Kesiswaan	Nur Maulida, S.Pd
3.	Waka Kurikulum	Choirul Anam, S.Pd.I
4.	Waka Sarpras	Heri Setiadi, S.Pd
5.	Waka IT	Edi Guntoro, S.P
6.	Waka Humas	Hasan Fauzi, S.Pd
7.	Bendahara	Anisa, S.Tr.Akun
8.	Pustakawan	Diah W, S.Pd
9.	Guru Penjasorkes	Nur Maulida, S.Pd
10.	Guru PAI	Hamzah Ali M, S.Ag
11.	Guru Bahasa Inggris	Widiana, S.Pd
12.	Guru bahasa Arab	Itsna Zuraiha, S.Pd
13.	Guru Bahasa Jawa	Bambang Eko, S.Pd
14.	Guru BTA	M Ibnu Fadli, S.Pd
15.	Guru BTA	Muh Kharis, S.Pd
16.	Guru BTA	Muh Yusuf, S.Pd
17.	Guru BTA	'Athoilah Ainur R, S.Ag
18.	Guru BTA	Ma'ful Hidayat, S.Ag
19.	Guru BTA	Ikhfi Dion, S.H
20.	Guru BTA	Syifa Mufidati, S.Pd
21.	Guru BTA	Qurrotul A'yuni, S.Pd
22.	Guru BTA	Nur Istikharoh

23.	Guru Kelas 1 A	Ika Putri, S.Pd
24.	Guru Kelas 1 B	Nining R, S.Pd
25.	Guru Kelas 1 C	Erni Juwita S, S.Pd
26.	Guru Kelas 2 A	Dian P, S.Pd
27.	Guru Kelas 2 B	Ika Dian, S.Pd
28.	Guru Kelas 2 C	Mei P, S.Pd
29.	Guru Kelas 3 A	Feni, S.Pd
30.	Guru Kelas 3 B	Siska P, S.E
31.	Guru Kelas 3 C	Hasan Fauzi, S.Pd
32.	Guru Kelas 4 A	Sri Widiyanti, S.Pd
33.	Guru Kelas 4 B	Ismun Fatimah, S.Pd
34.	Guru Kelas 4 C	Hei Setiadi, S.Pd
35.	Guru Kelas 5 A	Barokah Sulistiyani, S.Pd
36.	Guru Kelas 5 B	Rohma Uswatun Khasanah, S.Pd
37.	Guru Kelas 5 C	Tofiq Royani, S.Pd
38.	Guru Kelas 6 A	Yayu T, S.Pd
39.	Guru Kelas 6 B	Choirul Anam, S.Pd. I
40.	Guru Kelas 6 C	Irfail, S.Pd
41.	Tata Usaha	Leny, S.Pd
42.	K3	Rohmanudin
43.	K3	Puji Suyati
44.	K3	Enggal Pambudi

#### 9. Keadaan Peserta Didik

Adapun data keadaan peserta didik tahun pelajaran 2023/2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Keadaan Peserta Didik

No	Kelas	Jenis Kelamin		Jumlah Peserta Didik	Jumlah Rombel
		P	L		
1.	Kelas 1	33	43	76	3
2.	Kelas 2	23	38	61	3
3.	Kelas 3	44	26	70	3
4.	Kelas 4	37	21	58	3
5.	Kelas 5	30	28	58	3
6.	Kelas 6	36	34	70	3
Total		203	190	393	18

## 10. Keadaan Ruangan SD NU Master Sokaraja

Berikut merupakan data kondisi ruangan di SD NU Master Sokaraja pada tahun 2023:

Tabel 4.5 Keadaan Ruangan SD NU Master Sokaraja

No	Jenis	Jumlah	Kondisi
1.	Ruang Kelas	18	Baik
2.	Ruang Guru	2	Baik
3.	Ruang Perpustakaan	1	Baik
4.	Ruang Laboratorium	1	Baik
5.	Ruang Kepala Sekolah	1	Baik
6.	Ruang Tata Usaha (TU)	1	Baik
7.	Ruang Koperasi/Kantin	1	Baik
8.	Ruang Kamar Mandi/WC	13	Baik
11.	Ruang UKS	1	Baik
12.	Ruang Penjaga/Satpam	1	Baik
13.	Asrama Guru	1	Baik
14.	Asrama Siswa	2	Baik
15.	Gedung Serba Guna	1	Baik

### B. Analisis *Marketing Mix* Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja

Penelitian ini akan membahas dan menganalisis bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P menurut James dan Phillip yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses). Selain itu, peneliti juga menambahkan perspektif siklus sosial dalam bauran pemasaran yaitu kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial. Berikut merupakan analisis *marketing mix*/bauran pemasaran yang ada di SD NU Master Sokaraja:

#### 1. Produk Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja

Produk yang dimaksud adalah sesuatu yang dihasilkan dari sebuah proses yang dapat menghasilkan kepuasan atau manfaat bagi seorang

pengguna atau pembeli yang dapat ditawarkan ke pasar dan akan mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pembelian. Produk dalam konteks jasa pendidikan berupa reputasi, prospek, variasi pilihan, dan mutu pendidikan yang baik.<sup>6</sup> Produk jasa pendidikan dalam penelitian ini adalah mengenai program yang ditawarkan oleh sekolah kepada pelanggan jasa pendidikan (orang tua peserta didik dan peserta didik). Adapun produk jasa pendidikan yang ditawarkan SD NU Master Sokaraja meliputi: program Baca Tulis dan Tahfidz Qur'an (BTTQ), komputer edukasi, *multiple language*, *life skill*, *boarding* kelas 6, serta *parenting class* dan konseling. Hal ini juga disampaikan oleh Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Untuk program sekolah disini jadi tercantum semua dalam kurikulum. Kita mengikuti kurikulum dinas pendidikan yang berkembang saat itu, ini kan sedang kurikulum merdeka, kemudian satunya kita membuat kurikulum kemasteran. Ini yang mungkin kita sebut sebagai program unggulan. Ada program untuk integrasi agama kita ada pelajaran BTTQ (Baca Tulis dan Tahfidz Qur'an), kemudian ada program komputer edukasi, dan program bilingual (*multiple language*)”.<sup>7</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Produk yang kita tawarkan yaitu pertama kita memiliki program tahfidz, ada *multiple language* itu merupakan penggunaan 3 bahasa, kemudian ada *entrepreneur*. Itu yang unggulan disini mba”.<sup>8</sup>

Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik juga menyampaikan terkait produk yang ada di SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Kacung Wahyudi, “Manajemen Pemasaran Pendidikan”, Jurnal Kariman, Vol. 05, No. 01, Juni 2017, hlm. 70.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 15.45 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.00 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



“Program yang unggulan disini mungkin tahfidz qur’an nya mba, karena pembelajarannya rutin. Kemudian ada program penggunaan tiga bahasa yaitu bahasa arab, bahasa inggris, dan bahasa jawa, dan ada *boarding school* untuk kelas 6. Jadi memang ada program khusus untuk kelas 6, yaitu semua kelas 6 wajib tinggal di asrama, jadi sistemnya kaya di pondok pesantren.”<sup>9</sup>

Pada aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan SD NU Master Sokaraja, produk jasa pendidikan menjadi salah satu faktor yang ditonjolkan oleh *stakeholder* agar mampu menarik minat calon pelanggan jasa pendidikan. Program sekolah merupakan program pendidikan yang diterapkan secara khusus yang disesuaikan dengan kekhasan yang ada di sekolah dengan tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah, sehingga program masing-masing sekolah akan berbeda. Berdasarkan data yang diperoleh dari beberapa narasumber diatas, maka dapat djelaskan bahwa produk jasa di SD NU Master Sokaraja diwujudkan dalam bentuk penawaran program-program sekolah yang meliputi:

a. Baca Tulis dan Tahfidz Qur’an (BTTQ)

SD NU Master memiliki program unggulan dalam sisi religius yaitu baca tulis dan tahfidz qur’an, dimana peserta didik diajarkan tentang tata cara menulis, membaca, dan menghafal Al-Qur’an. Program BTTQ ini tidak hanya menjadi program semata, namun memiliki jam khusus dan memiliki standar materi pembelajaran BTTQ. Hal tersebut senada dengan pernyataan Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah, yang menyampaikan bahwa:

“Pelajaran BTTQ (Baca Tulis dan Tahfidz Qur’an) itu bukan sekedar ngaji saja, tapi memang ada materinya. Ada jam khusus dan masuk mata pelajaran”.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 11.00 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 15.52 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas yang mengatakan bahwa:

“Jadi kita punya program unggulan yang pertama ada tahfidz, dimana tahfidznya ini bukan hanya menghafalkan tapi juga penguatan bacaannya juga, jadi seperti pendalaman tajwid yang menggunakan kitab ala-ala pesantren NU yah. Itu juga ditambahkan dengan kitab-kitab lain, ada kitab akidah itu menggunakan *aqidatul awwam*, terus ada untuk tajwidnya kita menggunakan *hidayatussibyan*, dan kitab-kitab dasar lainnya ala pondok pesantren”.<sup>11</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat narasumber di atas, maka dapat dijelaskan bahwa program BTTQ di SD NU Master memiliki beberapa materi pembelajaran yaitu membaca, menulis, dan menghafal al-qur'an. Materi tersebut berupa penguatan bacaan Al-Qur'an, pendalaman tajwid, dan pembelajaran akidah, dengan bahan ajar yang berpedoman pada kitab-kitab ala pondok pesantren, sebagai penguat program BTTQ di SD NU Master Sokaraja.

b. Program *Multiple Language*

Program ini merupakan program yang diselenggarakan untuk melatih kemampuan berbicara dan mengenal bahasa asing pada peserta didik. Kemampuan berbahasa inilah yang diharapkan agar peserta didik memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam berinteraksi sosial, serta memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan lancar. Adapun Kepala Sekolah SD NU Master Sokaraja menyampaikan bahwa:

“Program bilingual (*multiple languange*) itu ada bahasa inggis, bahasa arab, bahasa jawa”.<sup>12</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.45 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>12</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 15.55 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

“*Multiple language* itu merupakan 3 bahasa yang kita tawarkan, yaitu dihari senin, selasa, rabu kita berbahasa Inggris dalam setiap rutinitas, kemudian di hari kamis bahasa jawa, dan hari jum’at kita ada bahasa arab, seperti itu”.<sup>13</sup>

Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas juga memberikan pemaparan terkait program *multiple language* di SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Kita ada program pengembangan bahasa atau disebut dengan *multiple language*. Jadi disini ada 3 bahasa yang ditonjolkan. Ada bahasa arab, bahasa inggris, dan bahasa jawa. Salah satu bukti kegiatannya kita pernah mendatangkan narasumber dari luar, yaitu dari Italia untuk belajar bahasa Inggris, karena orang Italia ini terbiasa keliling dunia menggunakan bahasa inggris. Kemudian pernah juga kita datangkan juga narasumber dari Sudan untuk belajar bahasa arab, terus terakhir kita datangkan dari Amerika untuk belajar bahasa inggris juga. Adapun untuk bahasa jawanya, kita juga belajar kepada budayawan Banyumas itu ada Pak Bador namanya. Bador itu singkatan dari Bambang Wadoro namanya, jadi salah satu budayawan banyumas”.<sup>14</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan dari beberapa narasumber di atas, maka dapat dijelaskan bahwa untuk mendukung program *multiple language* tersebut, SD NU Master Sokaraja mengundang *Native Speaker*. Kegiatan ini merupakan salah satu program sekolah yang diadakan setiap tahun. SD NU Master Sokaraja telah mendatangkan *Native Speaker* dari Italia dan Sudan. Meskipun dalam beberapa tahun saat pandemi covid-19 sempat terhenti, namun pada 2023 mulai aktif kembali untuk mendatangkan *Native Speaker* berasal dari Amerika Serikat. *Native Speaker* ini bukan hanya dari kalangan pendidik, tapi juga profesi lain, untuk membagikan pengalaman dan hal baik kepada peserta didik, serta untuk meningkatkan *skill* berbahasa asing, bagi peserta didik dan guru di

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.07 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>14</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.48 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

SD NU Master Sokaraja. Adapun untuk menunjang bahasa lokal, peserta didik juga diajarkan untuk menggunakan bahasa Jawa yaitu dengan mengundang *Native Speaker* seorang Budayawan Banyumas dalam rangka penguatan bahasa lokal (bahasa Jawa), serta pengenalan budaya lokal (budaya Banyumasan).

c. Program Komputer Edukasi

Komputer edukasi merupakan program pengenalan komputer kepada peserta didik di SD NU Master Sokaraja, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai teknologi saat ini, mengasah keterampilan, serta meningkatkan kreatifitas peserta didik. Adapun Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja menyampaikan terkait program komputer edukasi, yaitu sebagai berikut:

“Komputer edukasi disini ada pelajaran TIK sejak kelas 1”.<sup>15</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Wakil Bidang Humas, yaitu sebagai berikut:

“...terus kita juga ada pengenalan komputer sejak dini, jadi sejak kelas 1 anak-anak di SD NU Master Sokaraja itu sudah belajar komputer, dan memegang satu-satu itu komputernya per anak, tentunya dengan materi pembelajaran yang sesuai dengan umur mereka. Jadi kan kalau anak-anak senang animasi, *design* ringan”.<sup>16</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan dari narasumber, maka dapat dijelaskan bahwa program komputer edukasi di SD NU Master Sokaraja bertujuan untuk mengenalkan komputer sejak dini. Program ini di *breakdown* dalam pelajaran TIK, yang diselenggarakan mulai dari kelas 1 sampai dengan kelas 6. Materi pembelajaran komputer juga disesuaikan dengan usia peserta didik, sehingga peserta didik akan lebih

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 15.58 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>16</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.50 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.



dapat menangkap dan mengikuti proses pembelajaran komputer. Adanya program komputer edukasi ini, diharapkan peserta didik mampu mengasah keterampilan teknologi, dan meningkatkan kreatifitas.

d. Program Pendidikan Karakter Berbasis Kecakapan Hidup (*Life Skill*)

Program kecakapan hidup merupakan program yang dirancang untuk melatih kecakapan peserta didik dalam melakukan adaptasi dan perilaku positif yang memungkinkan individu untuk melakukan reaksi secara efektif serta menghadapi kebutuhan dan tantangan sehari-hari. Pada esensinya, kecakapan hidup adalah keterampilan siswa untuk memahami dirinya dan potensinya dalam kehidupan, antara lain mencakup penentuan tujuan, memecahkan masalah, dan hidup bersama orang lain.<sup>17</sup> Program *life skill* yang dimaksud merupakan program yang dibuat untuk mengasah keterampilan hidup/kemandirian dan keterampilan minat bakat peserta didik di SD NU Master Sokaraja. Program *life skill* ini disampaikan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah, yaitu sebagai berikut:

“Nah *life skill* ini keterampilan, baik keterampilan hidup melalui kemandirian dan sebagainya, juga keterampilan yang berkaitan dengan bakat minat. Program itu kita *breakdown* dalam pelajaran”.<sup>18</sup>

Adapun dari program *life skill* yang di *design* untuk melatih keterampilan hidup/kemandirian peserta didik, Kepala Sekolah SD NU Master juga menyampaikan bahwa:

“...kemudian untuk integrasi agama disini ada yang kita kenal sebagai *morning routine* dan *afternoon routinity*. *Morning routinity* itu ada penanaman karakter, nasiolisme, agama, kemudian integritas. *Morning routinity* itu dari apel pagi, hormat bendera, Indonesia Raya, Yalal Wathon, dan Mars SD NU Master itu harapannya anak-anak tumbuh jiwa nasionalis. Kemudian

---

<sup>17</sup> Ayu Nur Shaumi, “Pendidikan Kecakapan Hidup (*Life Skill*) dalam Pembelajaran Sains di SD/MI”, Terampil Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar, Vol. 2, No. 2, Desember 2015, hlm. 243.

<sup>18</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.00 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

setelah itu ada asmaul husna, *muroja'ah* surat-surat pendek, hafalan hadits. Hafalan hadits ini kita *breakdown*, dalam satu tahun anak menghafalkan 12 hadits. Sehingga harapannya, jika anak 6 tahun sekolah disini dia hafal 72 hadits. Kemudian ada hafalan doa, hafalan doapun sama, ada targetnya kelas 1, 2, 3, 4, 5, 6, beda-beda, dan ada hafalan sholawat. Kita juga membuat stimulasi agar anak berani tampil di depan bercerita tentang apa yang dia rasakan saat ini. Jadi netralisir emosi sebelum anak-anak bertemu dengan KBM sehari-hari. Anak kita kenalkan “*saya hari ini sedang merasa apa? sedih atau bahagia?*” itu nanti diceritakan di depan temen-temannya secara bergantian, setiap hari semua anak bergiliran bercerita. Itu diramu dalam 30 menit pertama yang kita sebut sebagai *morning routinity*. Nah kalau *afternoon routinity* itu kalau pulang. Sebelum pulang ada 30 menit untuk semacam *review/cooling down* anak-anak setelah seharian disini sebelum pulang, anak-anak berdoa, kemudian menyanyikan lagu-lagu nasional dan lagu daerah. Nah lagu nasional/daerah ini, satu bulan satu lagu. Sehingga kalau satu tahun kan 12 lagu. Maka 6 tahun mereka juga akan menghafal 72 lagu nasional dan lagu daerah. Itu adalah *breakdown* dari profil pancasila. Jadi praktik konkritnya itu kita turunkan dengan mengenal lagu nasional. Sebulan lagu itu dinyanyikan setiap kelas, dan bulan besok ganti lagi, berlaku dari kelas 1-6”<sup>19</sup>

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas, maka keterampilan hidup/kemandirian yang dimaksud akan di *breakdown* kedalam kegiatan yang disebut sebagai *morning routinity* dan *afternoon routinity*. Pada *morning routinity* dan *afternoon routinity*, peserta didik diajarkan tentang penanaman karakter, nasionalisme, agama, kemudian integritas. Peserta didik juga diajarkan untuk mengungkapkan kondisi, perasaan dan menceritakan permasalahan yang terjadi di hari itu. Kegiatan ini merupakan bagian dari penanaman karakter kecakapan hidup, dimana tujuan utamanya adalah untuk menetralkan emosi peserta didik, dan melatih peserta didik untuk memecahkan suatu permasalahan, agar ketika akan menghadapi kegiatan belajar mengajar di kelas, peserta didik dalam keadaan netral, tidak ada permasalahan atau perasaan yang dipendam.

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.02 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

Praktik konkritnya dalam pelaksanaan *morning routinity* yaitu peserta didik meliputi beberapa kegiatan seperti: apel pagi, hormat bendera, menyanyikan lagu Indonesia Raya, Yalal Wathon, dan Mars SD NU Master, pembacaan asmaul husna, *muroja'ah* surat-surat pendek, hafalan hadits, hafalan do'a, hafalan sholawat, dan membuat stimulasi "saya hari ini sedang merasa apa? sedih atau bahagia?" untuk menetralkan emosi peserta didik sebelum KBM. Pada *afternoon routinity*, peserta didik melakukan kegiatan diantaranya: *review/cooling down*, berdoa, menyanyikan lagu nasional dan daerah.

Adapun hal lain terkait program *life skill* dilaksanakan untuk melatih keterampilan bakat minat peserta didik di SD NU Master Sokaraja. Kemandirian yang dimaksud juga disampaikan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

"...kemudian ada *entrepreneur*, bagaimana anak-anak tahu tentang bagaimana jual beli dan berbisnis. Karena kita tahu bahwa pendiri yayasan ini kan seorang pembisnis yah, Getuk Goreng H Tohirin Sokaraja, yang memiliki banyak toko, sudah terkenal, dan manajemen yang bagus, jadi kita juga menambahkan program *entrepreneur* sebagai program unggulan di SD Master".<sup>20</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan dari narasumber diatas, maka dapat dijelaskan bahwa program *life skill* yang menunjang keterampilan bakat minat berupa kegiatan *entrepreneurship*, yang salah satunya diwujudkan dalam bentuk kegiatan *market day*. *Market day* ini merupakan aktivitas menjual dan membeli produk baik berupa makanan, maupun minuman yang dilaksanakan oleh peserta didik di SD NU Master Sokaraja. Peserta didik membawa makanan atau minuman dari rumah untuk dijual di sekolah. Adapun pembelinya adalah teman-temannya, guru, dan juga karyawan SD NU Master Sokaraja. Kegiatan ini dinilai penting untuk membentuk karakter *life skill* yang berkaitan dengan bakat minat para peserta didik.

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.09 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

e. Program *Parenting Class* dan Konseling

Program *parenting class* atau *parenting education* yaitu program yang melibatkan orang tua, yang bertujuan untuk membantu orang tua untuk menciptakan lingkungan rumah yang aman, nyaman sehingga mendukung anak sebagai peserta didik dan membantu pertumbuhan serta perkembangan anak. Hal tersebut berarti bahwa adanya program *parenting* dan konseling, maka akan membangun pikiran orang tua, sehingga mampu membangun potensi yang ada pada diri anak.<sup>21</sup> *Parenting* dan konseling ini dilaksanakan berdasarkan waktu yang ditentukan dan tema yang dibutuhkan. Hal terkait program tersebut dijelaskan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas yang menyampaikan bahwa:

“Terus kita juga ada program *parenting* dan konseling juga kita adakan setahun sekali minimal. Kita mengumpulkan wali murid untuk *parenting*, dan mendatangkan orang profesional juga”.<sup>22</sup>

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut maka dapat dijelaskan bahwa program *parenting* dan konseling rutin diadakan oleh SD NU Master Sokaraja dengan mendatangkan orang tua/wali peserta didik, dan mengundang narasumber yang ahli dalam bidangnya. Waktu dan tema *parenting* akan disesuaikan sesuai dengan kebutuhan. Program ini bertujuan untuk membangun kerjasama antara guru dan orang tua/wali peserta didik dalam mendidik anak, memantau tumbuh kembang anak, dan saling membangun potensi yang ada pada diri anak.

f. Program *Boarding* untuk Kelas 6

Program *boarding school* dapat didefinisikan sebagai sistem sekolah yang tinggal di asrama dalam kurun waktu tertentu, yang

---

<sup>21</sup> Ni Gusti ayu made Yeni Lestari, “Program *Parenting* untuk menumbuhkan Kesadaran Pentingnya Keterlibatan Orang Tua di PAUD”, Pratama Widya: Jurnal Kependidikan Anak usia Dini, Vol. 4, No. 1, April 2019, hlm. 13.

<sup>22</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.52 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.



menekankan pelajaran agama Islam, serta melibatkan para pendidik dan peserta didik.<sup>23</sup> Program ini merupakan program asrama yang ditujukan untuk peserta didik yang sudah mencapai jenjang kelas 6. Program ini diselenggarakan untuk menjalankan pendidikan formal sekaligus memperdalam ilmu agama. Hal terkait peresmian program *boarding school* dimuat dalam *website* SD NU Master Sokaraja, yang memaparkan bahwa pada 29 Juli 2022, SD NU Master menggelar acara serah terima santri *boarding school* untuk kelas 6. Rangkaian acara yang pertama diawali dengan ziarah para sesepuh dan pengurus sekolah diantaranya ziarah makam K.H Najib, S.Ag, H.Tohirin, dan ziarah makam Dr. K.H Chariri Shofa, M.Ag selaku pendiri Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto. Pondok pesantren inilah yang nantinya akan menjadi naungan *sanad* keilmuan program *boarding school* di SD NU Master.<sup>24</sup> Adapun acara serah terima santri oleh pihak Wali Santri sekaligus keluarga Pondok Pesantren Darussalam diwakili oleh Sugeng Riyadi, S.E., M.Si atau Gus Aldi, yang sambutannya yang dimuat dalam *website* SD NU Master, beliau menyampaikan bahwa:

“Selaku orang tua harus merelakan sepenuhnya dan ikhlas terhadap anak-anak setelah masuk ke *boarding* karena hal ini akan mempermudah anak-anak dalam menyerap ilmu dan pengetahuan yang diberikan oleh guru dan ustadz-ustadzah nantinya”.<sup>25</sup>

Adapun pernyataan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja terkait tujuan dan harapan bekerjasama dengan Pondok Pesantren Daarussalam juga dimuat dalam *website* SD NU Master yaitu sebagai berikut:

---

<sup>23</sup> Najihaturrohman, “Implementasi Program Boarding School dalam Pembentukan Karakter Siswa di SMA Negeri Cahaya Madani Banten Boarding School Pandeglang”, Tarbawi, Vol. 3, No. 02, Desember 2017, hlm. 210.

<sup>24</sup> NU Master, “Awal Tahun Hijriah SD NU Master Resmi Laksanakan Program Boarding School”, <https://snumaster.sch.id>, diakses pada Senin, 1 Mei 2023, pukul 22.50 WIB.

<sup>25</sup> NU Master, “Awal Tahun Hijriah SD NU Master Resmi Laksanakan Program Boarding School”, <https://snumaster.sch.id>, diakses pada Senin, 1 Mei 2023, pukul 22.56 WIB.

“Dengan mondok di *boarding school* SD NU Master Sokaraja sama saja santri kelas 6 ini nyantri di Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh, jadi *sanad* keilmuannya nyambung”.<sup>26</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan narasumber yang dikutip dalam *website* SD NU Master Sokaraja, maka dapat diketahui bahwa program *boarding school* yang diselenggarakan oleh sekolah adalah program khusus untuk siswa-siswi kelas 6, dimana mereka harus tinggal didalam asrama dalam kurun waktu yang ditentukan dengan pengawasan guru pembimbing di asrama. Program ini mengadopsi dari aktivitas di pondok pesantren, sehingga SD NU Master melakukan kerjasama dengan pondok pesantren, bahkan program *boarding school* di SD NU Master Sokaraja ini sudah memiliki *sanad* keilmuan langsung dari Pondok Pesantren Darussalam Dukuhwaluh Purwokerto.

Adapun dari beberapa program dan ekstrakurikuler yang dilaksanakan oleh SD NU Master Sokaraja, memperoleh beberapa prestasi baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Hal tersebut juga disampaikan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yaitu sebagai berikut:

“Alhamdulillah untuk saat ini yang akademik kemarin sudah masuk olimpiade IPA tingkat wilayah, cuma kemaren belum bisa mendapatkan kejuaraan di provinsi, tapi di kabupaten sudah. Kemudian untuk non akademik banyak, ada MAPSI, olahraga. Kita sedang targetkan di tingkat provinsi mudah-mudahan di tahun besok bisa bersaing. Kemaren juara umum MAPSI, dan juara umum lomba Festival Tunas Bahasa Ibu”.<sup>27</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Waka Humas Hasan Fauzi sebagai berikut:

“Ada beberapa ekskul juga yang mendukung bakat dan minat anak. Ekskulnya itu macem-macem ya, ada renang, hadroh, basket, futsal, silat, dll. Nah disini itu, eksulnya meskipun tidak setiap

---

<sup>26</sup> NU Master, “Awal Tahun Hijriah SD NU Master Resmi Laksanakan Program *Boarding School*”, <https://sdnumaster.sch.id>, diakses pada Senin, 1 Mei 2023, pukul 23.10 WIB.

<sup>27</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.03 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

hari dijalankan, tapi saat memang itu dibutuhkan kita bisa mengadakan. Seperti kemaren itu kita ada Turnamen Sport, meskipun kesehariannya kita tidak ada, tapi ketika dibutuhkan kita bisa mengadakan dan kemaren kita juara 2, itu ditingkat Kabupaten Banyumas dan sekitarnya, yang penting pesertanya ada, peminatnya ada, kita bisa mendatangkan pelatih untuk mengajar”.<sup>28</sup>

Humas SD NU Master Sokaraja dalam akun instagram @sdnumaster juga menginformasikan terkait beberapa prestasi/kejuaraan yang diraih oleh siswa-siswi SD NU Master Sokaraja pada tahun 2020-2023 yaitu sebagai berikut:

- a. Juara II Kreatifitas Seni dalam kegiatan Gebyar Inklusi Kabupaten Banyumas Tahun 2023.
- b. Juara I Pencak Silat Eksebisi dalam kegiatan Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja.
- c. Juara II Pencak Silat Eksebisi dalam kegiatan Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja.
- d. Juara III Karate Kategori Kata dalam kegiatan Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja.
- e. Juara III Pencak Silat Tanding Kelas C dalam kegiatan Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja
- f. Juara III Voli Putri dalam kegiatan Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja.
- g. Juara Harapan I Kanga Escape dalam kegiatan Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja.
- h. Juara Harapan III Loncar Katak dalam kegiatan Olimpiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja.
- i. Juara I Lomba Gelar Ketrampilan Siaga (LGKS) Putri Tingkat Kwartir Ranting Sokaraja Tahun 2023.

---

<sup>28</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.53 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

- j. Juara I Menyanyi Tunggal dalam Kegiatan Festival Lomba Seni Seni Siswa Nasional (FLS2N) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja Tahun 2023
- k. Juara III Pantomim dalam Kegiatan Festival Lomba Seni Seni Siswa Nasional (FLS2N) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja Tahun 2023
- l. Juara Harapan III Gambar Bercerita dalam Kegiatan Festival Lomba Seni Seni Siswa Nasional (FLS2N) Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja Tahun 2023
- m. Juara Harapan 1 dan Harapan III Olimpiade Sains Nasional (OSN) SD Bidang Matematika & IPA Tahun 2023 Tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja
- n. Juara II dalam ajang “Punggawa Cup” Series 2 Tahun 2023 Kategori Putra Tingkat SD/MI Kabupaten Purbalingga dan sekitarnya.
- o. Juara II dalam ajang E-Sport Tournament Mobile Legends Tahun 2023 se-Kabupaten Banyumas dan sekitarnya di SMP Telkom Purwokerto.
- p. Juara I Giat Siaga Putri dalam ajang Gebyar Pramuka Ma’arif NU & Peringatan Hari Santri Nasional Tingkat Banyumas Tahun 2022.
- q. Juara I dalam ajang Festival Tunas Bahasa Ibu (FTBI) kategori Menulis Aksara Jawa Putri Tahun 2022 tingkat Korwilcam Dindik Sokaraja.
- r. Juara III Kompetisi Sains Madrasah (IKSM) pada bidang IPA Terintegrasi jenjang SD/MI Tingkat Kabupaten Banyumas tahun 2022.
- s. Juara III Putra Giat Persaudaraan pada ajang Jambore Ranting Kwaran Sokaraja Tahun 2022.
- t. Juara II dan Juara III Pencak Silat dalam kegiatan Kompetisi Olahraga Siswa Nasional (KOSN) Tingkat jenjang SD Kecamatan Sokaraja Tahun 2021.
- u. Juara Harapan I Lomba Kriya Anyam pada ajang FLS2N Tingkat Kecamatan Sokaraja Tahun 2020.



## 2. Harga/Biaya Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja

Harga adalah nilai suatu produk yang dinyatakan dengan uang, termasuk didalamnya daftar harga, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan lain sebagainya.<sup>29</sup> Harga yang dimaksud merupakan sejumlah biaya yang tawarkan SD NU Master Sokaraja untuk sebuah produk atau jasa pendidikan. Biaya juga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pelanggan jasa pendidikan yang dalam hal ini adalah orang tua peserta didik, dimana dari uang tersebut memiliki kemanfaatan tertentu yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu jasa.

### a. Sumber Dana Pendidikan

Sumber dana yang dimaksud adalah sejumlah dana yang berasal dari pemerintah, usaha mandiri sekolah, dan orang tua peserta didik yang berupa sumbangan fasilitas belajar, pembangunan gedung, sumbangan kegiatan, dll. Adapun hal yang kaitannya dengan sumber dana juga dijelaskan oleh Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja yang menyampaikan bahwa:

“Kalau sekolah swasta itu sumber utamanya ya dari iuran siswa. Kalau disini Alhamdulillah juga dapat bantuan operasional sekolah (BOS). Kalau sekolah kita itu, iuran siswa itu terbagi menjadi iuran operasional bulanan, atau yang kita sebut sebagai sumbangan pelaksanaan pendidikan (SPP), ini dibayarkan setiap bulan untuk mengcover operasional kegiatan siswa selama satu bulan itu untuk apa. Terus ada yang namanya biaya kegiatan, yang mengcover kegiatan siswa selama satu tahun. Jadi dibreakdown satu tahun itu mau ngapain aja. Kemudian ada yang namanya syahriah perawatan gedung, nah selain itu ada juga untuk seragam siswa”.<sup>30</sup>

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas, yang menyatakan bahwa:

---

<sup>29</sup> Akhmad Sefudin, “Redifinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 4P ke 4C (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI)”, *Journal of Applied Bussiness and Economics*, Vol. 1, No. 1, September 2014, hlm. 20.

<sup>30</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.04 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

“Disini juga ada beberapa kemudahan seperti program-program dari pemerintah yaitu Program Indonesia Pintar (PIP) dan sebagainya”.<sup>31</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan dari narasumber di atas, maka dapat dijelaskan bahwa sumber dana di SD NU Master Sokaraja berasal dari berbagai pihak, diantaranya yaitu dari yayasan, pemerintah, dan juga orang tua/wali peserta didik. Dana tersebut kemudian akan dirinci untuk biaya kegiatan peserta didik, perawatan gedung, biaya operasional sekolah, dll.

#### b. Penetapan Biaya Pendidikan

Penetapan biaya pendidikan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam bauran pemasaran jasa pendidikan, karena tujuan ditentukannya biaya pendidikan adalah untuk menjaga keseimbangan antara biaya yang digunakan untuk produksi dengan biaya yang akan dikeluarkan oleh pelanggan jasa pendidikan. Biaya yang ditetapkan oleh lembaga tentu tidak selalu berorientasi untuk mencari keuntungan belaka, namun agar semua lapisan masyarakat mampu merasakan dan mengenyam pendidikan. Dalam menetapkan biaya pendidikan, para *stakeholder* di SD NU Master Sokaraja juga harus mempertimbangkan berapa faktor yang salah satu diantaranya yaitu disesuaikan dengan program sekolah. Hal ini diungkapkan oleh Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Segala pembiayaan harus dipertimbangkan dengan program. Kalau tidak dipertimbangkan dengan program, gimana kita tahu butuh berapa. Jadi gini, untuk menentukan sebuah angka, karena sekolah ini kan merupakan sebuah produk jasa/layanan jasa. Nah setiap layanan apapun ketika akan dilempar harga itu harus melalui analisa tentang semuanya, ada harga pokoknya, ada rugi laba, dan lain sebagainya, itu kalau lembaganya bersifat komersil ya. Begitupun dalam dunia pendidikan pun harus mempertimbangkan unsur-unsur pembiayaan yang harus *tercover*

---

<sup>31</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.54 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

itu apa saja sehingga program itu harus jelas. Contohnya tadi ya, untuk melaksanakan program tahfidz, oh berarti butuh guru tahfidz. Nah itu kita rencanakan dalam satu tahun. Kemudian program itu membutuhkan biaya berapa, nah setelah itu baru akan muncul angka. Angka ini yang kemudian dibebankan kepada siswa atau calon siswa. Sehingga mungkin dalam bahasa *trend* nya gini, kami punya produk seharga sekian, jika mampu membeli monggoh silahkan, jika tidak ya sudah. Ya mungkin dalam dunia pendidikan sering terjadi beberapa temen-temen yang akhirnya kesulitan dalam mengembangkan diri mereka karena tidak paham mengenai program sekolahnya mau ngapain, bahkan ada sekolah yang program unggulannya saja tidak tahu misalnya. Padahal justru dari kejelasan program inilah yang menjadi salah satu faktor yang akan sangat mempengaruhi *stakeholder* dalam menentukan harga/nilai jual yang akan ditawarkan kepada orang tua siswa”.<sup>32</sup>

Pada pernyataan narasumber tersebut, menjelaskan bahwa dalam menentukan biaya pendidikan, *stakeholder* harus terlebih dahulu menentukan program. Program yang sudah tersusun dan terencana dengan jelas, akan dirinci kebutuhannya sehingga akan muncul biaya yang harus dibayarkan kepada calon pelanggan jasa pendidikan. Hal tersebut kembali disampaikan oleh Kepala sekolah yaitu sebagai berikut:

“Nilai jualnya misalnya seperti ini, disini sppnya 375.000, tapi putra-putrinya bapak/ibu akan mendapatkan program ini dan itu. Orang itu akan lebih memiliki kepercayaan tinggi, daripada misalnya ada sekolah yang menawarkan spp 75.000 tapi tidak tahu program unggulannya apa. Bahkan gurunya saja misal ditanya tidak tahu mengenai program unggulannya apa. Maka biasanya masyarakat akan lebih memilih yang jelas bayarannya, tetapi jelas juga programnya. Jadi pengukuran biaya yang dibutuhkan itu harus sudah jelas diawal tahun dirinci sampai detail, sampai muncul angka, dan dibagi dengan siswa yang akan kita didik berapa. Sehingga satu siswa terbebani berapa”.<sup>33</sup>

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas maka dapat dijelaskan bahwa dalam menentukan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja

---

<sup>32</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.06 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>33</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.08 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.



dapat dikategorikan berdasarkan teori Bukhari Alma dan Ratih Hurriyati yaitu: *Two Part Pricing*, yang berarti bahwa peserta didik membayar iuran yang sama untuk biaya pembangunan dan SPP. Adapun kategori *Term or Semester Pricing*, yang berarti bahwa pembayaran biaya pendidikan peserta didik ditetapkan selama satu semester.<sup>34</sup>

Hal yang serupa terkait rincian biaya pendidikan juga disampaikan oleh Guru SD NU Master Sokaraja, dimana rincian tersebut akan disosialisasikan kepada para orang tua peserta didik, secara terbuka dan terperinci. Selain disesuaikan dengan program sekolah, pembiayaan pendidikan juga disesuaikan berdasarkan kebutuhan operasional sekolah, penggajian guru dan karyawan, perawatan gedung, dan lain sebagainya. Berikut merupakan pernyataan Barokah Sulistiyani selaku Guru di SD NU Master Sokaraja:

“Pada saat kita sosialisasi kita sudah memberikan informasi rincian mengenai biaya di SD Master. Jadi dari awal, walimurid itu sudah tahu, sudah paham masuknya bayar berapa, biaya SPP berapa, uang gedung, uang makan, dll. Pada tahun ini masuknya itu sekitar Rp. 8.100.000. Kalau uang makan sekitar Rp. 7.000 perhari disesuaikan dengan hari efektif, kalau uang gedung itu dibayar sekali selama sekolah disini yaitu Rp.3.500.000, kalau uang kegiatan itu sekitar Rp.3.025.000 yang dibayarkan setahun sekali, itu meliputi kegiatan pembelajaran tema, kegiatan *outing class*, kegiatan praktik di kelas, dan lain-lain, itu sudah *include* kegiatan, jadi tidak menarik uang kegiatan lagi. Kemudian uang perawatan gedung itu pertahun yang gunanya untuk memperbaiki AC kalau ada yang rusak, pengecatan, pemeliharaan kelas, dll. Pada saat sosialisasi juga biasanya orang tua menanyakan biayanya. Kita juga tidak menutupi biaya disini, justru di awal mereka harus tahu, biar ketika sekolah disini sudah memahami aturan, biaya-biaya yang harus dikeluarkan. Kemudian dari biaya-biaya itu di plot-plotkan oleh bendahara sekolah, dan yang merencanakan yaitu kepala sekolah, yayasan, dan bendahara sekolah. Anggaran tersebut biasanya dibuat oleh *stakeholder* dengan menyusun RAB. RAB itu meliputi pembiayaan-pembiayaan operasional sekolah, penggajian guru dan staf,

---

<sup>34</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategis Pemasaran jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta 2008), hlm. 41.



perawatan gedung, dll, yang diserahkan ke yayasan apakah disetujui atau tidak”.<sup>35</sup>

Nur Istikharoh selaku orang tua/wali peserta didik juga menyampaikan pendapat terkait biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja, beliau menyampaikan bahwa:

“Biaya disini cukup terjangkau untuk kualitas yang dapat dikatakan sudah bagus. Biaya disini juga sudah sesuai dengan fasilitas dan program yang disediakan oleh SD NU Master. Disini memang kegiatannya banyak, jadi ya pantas kalau membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Jadi, menurut saya sudah pas. Sekolah juga menyampaikan rincian biaya yang perlu dibayar dan untuk apa saja secara terbuka kepada kami selaku wali murid. Jadi tidak ada yang merasa dirugikan, ya sama-sama diuntungkan.”.<sup>36</sup>

Berdasarkan pendapat dari narasumber diatas, maka dapat diketahui bahwa harga/biaya pendidikan yang ditetapkan oleh SD NU Master Sokaraja disesuaikan dengan program yang diselenggarakan dan fasilitas yang disediakan, sehingga antara pihak sekolah dengan pihak orang tua/wali peserta didik akan merasa saling diuntungkan. Artinya bahwa sekolah mendapatkan sasaran pasar yang tepat, begitupun orang tua/wali peserta didik juga mendapatkan tempat yang tepat untuk sekolah anak-anaknya.

Berikut merupakan indikator-indikator rincian biaya pendidikan yang ditawarkan oleh SD NU Master Sokaraja kepada orang tua/wali peserta didik pada tahun pelajaran 2023/2024:

Tabel 4.6 Rincian Biaya Pendidikan SD NU Master Sokaraja

No	Jenis Kebutuhan	Biaya
1.	Pendaftaran	Rp. 250.000
2.	SPP/bulan	Rp. 375.000

<sup>35</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.12 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>36</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.02 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

3.	Seragam	Rp. 950.000
4.	Kegiatan	Rp. 3.025.000
5.	Perawatan Gedung	Rp. 3.500.000
Total		Rp. 8.100.000

### c. Promo atau Potongan Biaya Pendidikan

Promo atau potongan biaya pendidikan diberikan oleh SD NU Master Sokaraja sebagai salah satu strategi *marketing* dan juga pemberian keringanan kepada calon pelanggan jasa pendidikan. Potongan biaya pendidikan ini bermacam-macam kategorinya. Hal terkait potongan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja dijelaskan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yang menyampaikan bahwa:

“Salah satu strategi *marketingnya* adalah dalam satu waktu sebuah badan usaha memberikan promo/strategi yang tentunya tidak bisa menjadi patokan. Artinya, tahun ini promonya berbeda dengan tahun besok, dan tahun lalu. Nah itu strategi *marketing* kita tahun lalu begitu, bagi kakak adek ada pengurangan biaya atau bagi yang berprestasi, atau yang daftar pas ulang tahun SD misalnya seperti itu. Semacam promo/penghargaan kepada calon siswa agar mereka itu tumbuh rasa senang. Karena orang itu kan senang ketika dihargai, dikasih *reward*”.<sup>37</sup>

Nur Istikhoroh selaku orang tua/wali peserta didik juga menyampaikan hal senada terkait potongan biaya pendidikan sebagai berikut:

“Biasanya ada promonya mba, yang jelas kalau pendaftar langsung bayar lunas diawal tanpa dicicil biasanya dapet potongan hingga Rp.500.000 mba.”<sup>38</sup>

<sup>37</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.10 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>38</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.04 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

Adapun Hasan Fauzi selaku Waka Humas SD NU Master Sokaraja menjelaskan beberapa pengalaman yang terjadi pada orang tua peserta didik yang berkaitan dengan biaya pendidikan, yaitu sebagai berikut:

“Disini ada juga program asuh gitu, jadi misal walimurid pas awal masih mampu, tapi pas pertengahan jalan tidak sanggup membayar. ya ada juga yang seperti itu, jadi orang tuanya itu meninggal, otomatis kan keuangannya jadi berubah. Nah kemudian dari pihak yayasan itu ada yang mau jadi orang tua asuh. Tapi itu tidak tertulis di program sekolah, jadi hanya *accidental*, kalau misalnya ada kejadian seperti itu, dan juga beberapa program kemudahan-kemudahan lain juga ada yang mungkin tidak tertulis di iklan, seperti kalau misalkan kemarin pas lagi pandemi kan banyak orang tua walimurid yang di PHK, atau kehilangan pekerjaan, ya kita berikan beberapa keringanan untuk SPPnya. Kalau untuk pendaftaran itu kalau ada yang menyelesaikan pendaftaran (membayar lunas) biaya administrasi dalam jangka waktu tertentu, maka ada potongan khusus”.<sup>39</sup>

Selain memberikan promo atau potongan biaya pendidikan, SD NU Master Sokaraja juga memfasilitasi orang tua/wali peserta didik untuk mengangsur atau menabung untuk biaya pendidikan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas yaitu sebagai berikut:

“Kita berikan layanan tabungan per anak, kita bekerja sama dengan Bank, setiap anak mempunyai rekening Bank sendiri-sendiri. Setiap anak ada yang menabung Rp.10.000 perhari, ada yang Rp.20.000 atau Rp.5.000 perhari, nanti diakhir bulan ada *payroll* bisa untuk membayar kewajiban. Jadi disini ada salah satu anak yang orang tuanya itu jualan minuman kaya es teh dan rujak di lapak dara, tapi anaknya ini menabung setiap hari dengan telaten, nanti kan akhir bulan bisa membayar uang SPP, jadi ngga krasa berat, kita memfasilitasi itu. Itu beberapa kemudahan yang kaitannya dengan biaya pendidikan disini”.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.56 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>40</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 13.57 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

Adapun promo atau potongan harga yang sudah terlaksana di SD NU Master Sokaraja kepada calon peserta didik meliputi berbagai kategori yaitu sebagai berikut:

1) Siswa kakak beradik

Siswa kakak beradik yang dimaksud adalah apabila orang tua menyekolahkan dua atau lebih anaknya di SD NU Master Sokaraja, yang dapat dibuktikan identitasnya menggunakan Kartu Keluarga (KK).

2) Jenjang berkelanjutan

Jenjang berkelanjutan yang dimaksud adalah apabila peserta didik merupakan alumni dari TK Masyithoh Sokaraja, maka peserta didik tersebut mendapatkan potongan harga, karena TK tersebut masih tergolong satu yayasan dengan SD NU Master Sokaraja.

3) Pendaftar pada saat Harlah SD NU Master Sokaraja

Orang tua yang mendaftarkan anaknya bertepatan dengan hari lahir SD NU Master Sokaraja, maka akan mendapatkan potongan harga.

4) Pendaftar membayar lunas

Orang tua peserta didik yang mendaftarkan anaknya dan membayar biaya pendidikan secara langsung/lunas tanpa dicicil, maka akan mendapatkan potongan harga.

Kategori potongan biaya pendidikan di atas menunjukkan bahwa jumlah potongan biaya bisa berbeda-beda, tergantung persentase dari jumlah biaya pendidikan yang ditawarkan oleh SD NU Master Sokaraja. Adapun jenis potongan biaya pendidikan juga akan berubah-ubah setiap tahunnya, tergantung *event* yang diselenggarakan oleh SD NU Master Sokaraja, serta kebutuhan orang tua/wali peserta didik. Adanya kategori potongan biaya pendidikan ini, sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Buchari dan Alma yaitu: *Negotiated Pricing*, yang berarti bahwa penetapan biaya pendidikan dirundingkan antara pihak sekolah dengan mempertimbangkan kemampuan, kedudukan, pekerjaan, dan tingkat ekonomi. *Quantity Discount*, yang berarti bahwa calon peserta didik yang



berasal dari kantor/instansi/yayasan tertentu ingin mengenyam pendidikan di sekolah tertentu, kemudian kelompok tersebut secara khusus diberikan diskon atau potongan biaya pendidikan.<sup>41</sup>

### 3. Tempat SD NU Master Sokaraja

Tempat yang dimaksud adalah aktivitas pemasaran untuk membuat produk tersedia bagi konsumen atau sasaran, serta lebih dekat atau mudah didapatkan oleh para konsumen.<sup>42</sup> Letak lokasi sekolah menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh calon pelanggan jasa pendidikan dalam menentukan sekolah untuk anak-anaknya. Ada tipe orang tua yang lebih memilih lokasi sekolah dekat dengan rumah atau mudah dijangkau, ada juga orang tua yang memilih sekolah berada di pusat kota, pusat pemerintah, pusat kesehatan, bahkan pusat pembelanjaan. Selain itu, calon pelanggan jasa pendidikan juga memilih sekolah yang sudah jelas kepemilikan tanah dan bangunannya, serta izin operasionalnya, sehingga orang tua akan merasa lebih tenang dan aman menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut. Hal serupa juga dilakukan oleh SD NU Master Sokaraja, yaitu memastikan bahwa SD NU Master Sokaraja merupakan sekolah yang benar-benar memiliki izin baik secara operasional maupun izin mendirikan bangunan sekolah. Dalam hal ini, Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah menyampaikan bahwa:

“Jadi bangunan SD NU Master ini yang tadinya milik pribadi itu harus diwakafkan sesuai aturan ADART NU. Sehingga tadinya tanah ini milik pribadi, kemudian kita dibawah naungan Ma’arif, otomatis pake badan hukumnya juga badan hukum NU. Maka tanah ini kemudian diwakafkan ke NU seperti itu. Namun, pengelolaan aset, pengelolaan rumah tangga itu dikembalikan kepada pendiri. Jadi harus nama asetnya saja, kenapa harus begitu ya untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Misalnya aset ini milik pribadi kemudian diambil kembali oleh pemiliknya, maka fungsi ADART ya untuk mengamankan agar tidak terjadi

---

<sup>41</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate...*, hlm. 41.

<sup>42</sup> Khakimatusodiqoh, *Strategi Marketing Mix dalam Mewujudkan Sekolah Unggulan*, (Cirebon: PT Arr Rad Pratama, 2023), hlm. 30.

hal-hal yang demikian itu. Semua sekolah yang ada di bawah LP Ma'arif maka asetnya harus diwakafkan".<sup>43</sup>

Hal senada juga dijelaskan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

"Semua yang dari sekolah ini memang fasilitasnya kebanyakan dari pendiri dari Keluarga Bapak H.Trisno. Jadi semua biaya baik itu tanah, gedung yang sudah didapatkan, kemudian kita mendapat naungan dari LP Ma'arif, sudah diwakafkan, namun biaya murni dari pendiri yayasan, jadi tidak ada sumbangan atau donator".<sup>44</sup>

Hasan Fauzi selaku Waka Humas juga menjelaskan terkait kepemilikan tanah dan bangunan SD NU Master Sokaraja, yaitu sebagai berikut:

"Bangunan ini bisa dikatakan miliknya yayasan, tapi juga bisa dikatakan milik yayasan pribadi punya Pak H.Sutrisno, yang diwakafkan ke LP Ma'arif, tapi untuk kepengurusannya *full* dari yayasan, kemudian untuk fasilitas sarana dan prasarana itu dari Pak H. Trisno dan keluarga".<sup>45</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan narasumber terkait kepemilikan atau izin pendirian sekolah, maka dapat dijelaskan bahwa SD NU Master Sokaraja merupakan sekolah di bawah naungan NU. Kepemilikan tanah dan bangunan merupakan tanah milik pribadi yang diwakafkan kepada LP Ma'arif. Namun, pengelolaan aset, pengelolaan rumah tangga/operasional sekolah dikembalikan kepada pendiri. Maka fungsi ADART disini adalah untuk mengamankan kepemilikan tanah agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan. Adapun berkaitan dengan kondisi atau keadaan lokasi sekolah juga dijelaskan oleh Kepala SD NU Master Sokaraja, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.14 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>44</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.14 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>45</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.00 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

“Ada beberapa sudut pandang menurut saya, dari segi tempat kita strategis karena tidak terlalu jauh dari lingkungan keramaian, artinya dari jalan raya masuknya juga tidak terlalu jauh. Kemudian dari pusat pemerintahan seperti kantor kecamatan, puskesmas, PMI, dsb, itu juga tidak terlalu jauh. Nah cuma menjadi kurang strategis karena kita berada di lingkungan/kawasan padat penduduk. Nah itu tidak bisa dihindari karena perkembangan zaman disini. Disini mungkin hanya satu SD. Lama-lama semakin banyaknya sekolah menyebabkan terbentuknya sentra pendidikan. Kurang strategisnya terus terang keterbatasan sarana prasarana fasilitas jalan raya yang sempit. Disini kan padahal ada 3 sekolah berdampingan yah, ada SD Negeri Sokaraja Tengah, SD NU Master dan SD IT Top Kids. Semuanya memiliki siswa banyak. Nah pada pagi hari atau siang hari, waktu penjemputan jelas penuh dan membuat kemacetan disitu. Menjadi tidak strategisnya begitu, karena jalannya kurang luas, dan arena di kawasan padat penduduk, untuk pengembangan lahan juga susah, kecuali jika dibangun keatas”.<sup>46</sup>

Adapun Nur Istikharoh selaku orang tua/wali peserta didik juga menyampaikan terkait kondisi lokasi sekolah yaitu sebagai berikut:

“Sebenarnya sekolah ini sudah cukup strategis, hanya masuk gang sedikit dari jalan besar. Cuma karna di tengah-tengah pemukiman warga jadi kalau penjemputan anak-anak suka macet. Apalagi rata-rata pada dijemput sama mobil, karena jalannya sempit ya akhirnya macet. Disamping SD NU Master juga ada sekolah lain yang sama-sama macet saat penjemputan anak. Paling ya nantinya harus diatur lagi untuk *drop* siswa. Misalnya jam masuk sekolah dibedakan/dijeda dengan sekolah lain yang masih satu wilayah dengan SD NU Master”.<sup>47</sup>

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa SD NU Master Sokaraja jika dilihat dari sudut pandang strategis maka bisa dikatakan sudah strategis karena lokasinya yang dekat dengan pusat pemerintahan dan pusat kesehatan. Namun jika dilihat dari sisi tidak strategisnya, maka SD NU Master juga bisa dikatakan kurang strategis. Hal tersebut dikarenakan

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.15 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>47</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.06 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



sekolah berada di tengah pemukiman yang padat penduduk. Selain itu, akses jalan menuju lokasi sekolah juga cukup sempit, sedangkan disekitar SD NU Master Sokaraja banyak sekolah-sekolah yang serupa. Sehingga ketika waktu perpulangan atau penjemputan peserta didik, akses jalan menuju sekolah cenderung macet. Harapan orang tua/wali peserta didik selaku pelanggan jasa pendidikan adalah sekolah lebih dapat mengatur jadwal penjemputan siswa yang disesuaikan dengan jadwal penjemputan dari sekolah lain yang berada di wilayah yang sama, sehingga tidak menimbulkan kemacetan, dan tidak mengganggu akses jalan masyarakat sekitar. Hal lain terkait lokasi SD NU Master juga dijelaskan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru di sekolah tersebut, yang menyampaikan bahwa:

“...kemudian sekolah ini kadang juga untuk acara kumpulan komunitas yang ada di sekolah ini. Tentu ya yang namanya yayasan, memiliki sebuah komunitas intern, ada yang dari TK, TPQ, dan SD Master itu sendiri. Biasanya kita mengadakan silaturahmi seperti pengajian bersama, untuk mendukung apa yang menjadi tujuan bersama, dengan menggandeng banom-banom NU seperti fatayat, muslimat, dan banser. Kita saling bersinergi bersama dan mendukung satu sama lain, karena kita satu naungan yaitu NU”.<sup>48</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa SD NU Master juga dijadikan sebagai pusat perkumpulan atau tempat untuk bersilaturahmi antar komunitas internal dari yayasan diantaranya yaitu TK, TPQ, dan SD Master itu sendiri. Selain itu, komunitas eksternal diantaranya fatayat, muslimat, banser, serta komunitas lain di bawah naungan NU, dimana perkumpulan komunitas ini saling bersinergi dan saling mendukung satu sama lain.

#### **4. Promosi Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja**

Pada hakikatnya, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.15 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



pada produk yang ditawarkan.<sup>49</sup> atas Promosi dalam pemasaran jasa pendidikan yang dimaksud merupakan usaha yang dilakukan sekolah untuk memperkenalkan sekolah kepada calon peserta didik dan orang tua peserta didik, dalam rangka mendapatkan perhatian dan menarik minat calon pelanggan jasa pendidikan. Adapun dalam promosi, SD NU Master Sokaraja melakukan beberapa strategi yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Mengidentifikasi Kebutuhan Pasar

Memahami kebutuhan pasar merupakan bagian yang sangat penting dari strategi pemasaran. Mengidentifikasi kebutuhan pasar merupakan upaya yang dilakukan sekolah untuk mengetahui permintaan (apa yang dibutuhkan) dan melakukan penawaran (apa yang harus disediakan). Hal yang perlu dilakukan oleh sekolah adalah dengan melakukan survei pasar. Adapun kaitannya dengan hal tersebut, Kepala SD NU Master Sokaraja menyampaikan bahwa:

“Kita harus melakukan survei pasar untuk membuat produk jasa, agar produk kita tepat sasaran. Nah, survei pasar ini dilakukan dengan menyebarkan angket pada wali murid TK, perkumpulan PKK, fatayat, muslimat, untuk mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat untuk pendidikan saat ini”.<sup>50</sup>

Adapun pernyataan lain juga dipaparkan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru di SD NU Master Sokaraja yang menjelaskan bahwa:

“Kalau kita berbicara tentang *marketing* kan pasti ya menawarkan produk yah, kaya sama kita jualan, pasti kita menawarkan produk apa sih yang kita jual, agar mereka itu tertarik dan minat dengan sekolah ini. Nah di SD ini tentunya, karena SD baru nggih kita berjalan itu dari tahun 2017, itu memang bener-bener babat alas. Jadi pada saat awal pembentukan sekolah ini, itu istilahnya kita belajar ke SD lain yaitu di SD Nasima Semarang. Nah kita tau bahwa SD tersebut luar biasa nggih, karena mereka hampir 20 tahun, kemudian dari mutu kualitas juga bagus. Jadi, kita kesana

---

<sup>49</sup> Christine dkk, “Analisis Pengaruh Marketing Mix &P Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo Semarang)”, *Industrial Engineering Online Journal*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2017, hlm. 3.

<sup>50</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.16 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

nih, bagaimana sih cara kita untuk membuat SD yang memiliki kualitas bagus. Jadi, selama satu bulan kita disana untuk belajar dari yang pertama manajemen, kemudian *marketing*, dan pembelajaran disana”.<sup>51</sup>

Berdasarkan penjelasan dari narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa upaya yang dilakukan oleh SD NU Master Sokaraja untuk mengetahui kebutuhan pasar adalah dengan melakukan penyebaran angket kepada wali murid TK, perkumpulan PKK, fatayat, dan muslimat NU. Hal tersebut dilakukan dalam rangka mengetahui segmen pasar yang tepat, produk yang dibutuhkan, dan hal lain yang mendukung terselenggarakannya aktivitas pendidikan. Adapun SD NU Master Sokaraja juga melakukan studi banding atau kunjungan ke SD Nasima Semarang, dimana sekolah tersebut merupakan salah satu sekolah unggulan di wilayah Jawa Tengah. Kunjungan tersebut dilakukan dengan tujuan menambah wawasan dan pengetahuan tenaga pendidik dan kependidikan di SD NU Master Sokaraja, serta untuk mengetahui hal apa saja yang perlu dikembangkan dan dinaikkan progresnya oleh sekolah. Inilah beberapa upaya SD NU Master Sokaraja dalam mengidentifikasi kebutuhan pasar. Selain melakukan survei pasar, sekolah juga melakukan studi banding.

#### b. Media Promosi

Media promosi merupakan segala bentuk media yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa. Media promosi juga digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan kepada publik sekaligus penawaran kepada calon pelanggan. Melalui media promosi tersebut, calon pelanggan akan terpengaruh dan membangun keputusan untuk membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Adapun beberapa media promosi yang digunakan oleh SD NU Master Sokaraja adalah sebagai berikut:

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.16 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

### 1) Promosi melalui Media Sosial

Promosi yang dilakukan melalui media sosial merupakan sebuah bentuk pemasaran digital yang menggunakan *platform* sosial media dan situs web/jaringan dengan tujuan untuk mempromosikan produk atau jasa maupun layanan sebuah lembaga secara lebih luas dan dapat diakses kapan saja, dan dimana saja. Adapun dalam hal ini, Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah menyampaikan bahwa:

“Kita kan sekolah baru yah, jadi bagaimana caranya khalayak itu tahu keberadaan kita, itu yang paling utama. Sehingga dari situ kita akan menganalisis, kira-kira alat apa yang kita butuhkan untuk menginformasikan kepada masyarakat. Misalnya mungkin dari media sosial. Oh melalui fb, ig, twitter, kita coba semuanya. Nah dari situ kita kemudian analisa efeknya. Ya mungkin dari jumlah pertemanan/*followers* saat ini berapa, dan lain sebagainya. Itu tidak hanya sekedar bikin media sosial. Tapi bagaimana caranya kita kelola sebagai media syiar tentang keberadaan SD NU Master. Kegiatan-kegiatan rutin kita *posting*, nah kemudian pentingnya disebut *syiar* ini kan identik dengan pelayanan/respon. Jadi sebisa mungkin, kita memberikan pelayanan/respon yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, seperti *fast respon*, ramah, dsb. Jadi harus cepat merespon komentar-komentar orang, *inbox*, dsb. Sehingga orang itu mendapatkan kesan diperhatikan”<sup>52</sup>

Pernyataan senada juga disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas sekaligus pengelola media sosial SD NU Master Sokaraja yang menyampaikan bahwa:

“Media sosialnya saya yang pegang. Kalau sekarang memang lebih *ngetrendnya* itu yang ig. Kalau wali murid sini kebanyakan menggunakan instagram. Dulu di awal-awal saya lebih aktif di facebook, terus semakin kesini melihat perkembangan akhirnya saya aktif di ig. Kalau twitter belum aktif, ya sudah ada dan jarang *update*. Kalau youtubenya ada, sering *upload* juga”.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.17 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>53</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.02 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

Adapun orang tua/wali peserta didik, Nur Istikharoh juga menyampaikan terkait media sosial yang digunakan SD NU Master Sokaraja sebagai media pemasaran yaitu sebagai berikut:

“Saya lihat memang SD NU Master aktif dalam bersosial media, informasinya banyak disebar melalui WA, instgram, dan facebook. Apalagi kebanyakan dari kami juga menggunakan media tersebut. Jadi ya pas kalau buat memasarkan sekolah. Apalagi tampilannya menarik-menarik, jadi ya wali murid juga gampang mencerna informasi dan tertarik untuk bertanya tentang SD NU Master”.<sup>54</sup>

Berdasarkan pemaparan dari beberapa narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa salah satu media promosi yang digunakan SD NU Master Sokaraja adalah melalui media sosial, diantaranya seperti instgram, facebook, whatsapp, twitter, website, dan youtube. Media sosial dianggap sebagai media yang efektif untuk promosi karena fitur-fiturnya yang menarik dan penyebaran informasi yang cepat serta dapat diakses secara fleksibel. Promosi melalui media sosial ini bukan hanya sekedar untuk memberikan informasi kepada publik, namun sekolah juga mengupayakan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Pelayanan yang dimaksud adalah bagaimana admin media sosial berupaya untuk merespon dengan cepat dan ramah kepada masyarakat yang tertarik dan berminat untuk mencari informasi lebih dalam tentang SD NU Master Sokaraja.

## 2) Promosi melalui Kunjungan

Kunjungan yang dilakukan SD NU Master Sokaraja merupakan salah satu cara membangun relasi, karena semakin banyak relasi, berarti semakin luas jaringan. Semakin luas jaringan berarti semakin luas kesempatan untuk saling bekerja sama dan saling menguntungkan. Hal terkait promosi melalui kunjungan juga

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.08 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



disampaikan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja yang menyatakan bahwa:

“Pendiri yayasan ini memang sudah dikenal banyak masyarakat, jadi kita bisa masuk ke TK-TK. Kita memang perjuangan mba dulu pada saat promosi, selain ke TK-TK kita juga mendatangi tokoh NU yang memiliki anak yang mau SD, kita sowani ke rumah, kemudian sowan ke pondok-pondok untuk meminta doa restu akan mendirikan sekolah”.<sup>55</sup>

Adapun Waka Humas, Hasan Fauzi memaparkan beberapa upaya yang dilakukan SD NU Master dalam melakukan promosi melalui kunjungan yaitu sebagai berikut:

“Kalau promosi yang paling terlihat itu kita keliling ke TK-TK sekabupaten Banyumas bahkan sampai Purbalingga, khususnya diawal-awal berdirinya sekolah ini yah, jadi kita menghubungi kepala sekolah-kepala sekolah TK. Selain itu, kita mendatangi *event-event* besar di Kabupaten Banyumas, khususnya *event-event* yang ada afiliasinya sama NU, diluar itupun kita juga pernah ke Rita Super Mall, kita promosi disana dan bikin acara disana, dan nyewa tempat dibagian bawah. Kita bikin acara disitu, ada panggungnya. Nah, itu jadi ajang promosi juga, kita menampilkan beberapa karya siswa, hasil program-program sekolah juga ditampilkan disitu, sekaligus promosi kepada orang-orang yang ada di Rita Super Mall. Terus juga kita pernah promosi di *event* ada Panggung NU. Kita juga mengunjungi lembaga-lembaga lain semacam perkumpulan guru PGTK, terus perkumpulan ibu-ibu muslimat juga pernah kita”.<sup>56</sup>

Berdasarkan penjelasan dari narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa SD NU Master Sokaraja juga melakukan promosi secara *offline/langsung* melalui kunjungan-kunjungan ke berbagai tempat, tokoh, dan instansi/lembaga. Kunjungan ini diantaranya yaitu dengan mendatangi TK di wilayah Kabupaten Banyumas dan

<sup>55</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.18 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>56</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.04 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

sekitarnya, *sowan* atau berkunjung ke pondok pesantren, perkumpulan guru TK, acara-acara NU, hingga berkunjung ke pusat pembelanjaan untuk mengadakan acara pameran dan promosi. Hal tersebut dilakukan SD NU master dalam rangka memperkenalkan sekolah dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, untuk mendapatkan hasil yang saling menguntungkan.

### 3) Promosi melalui *Event* Hari Lahir SD NU Master Sokaraja

Harlah merupakan acara menyambut Hari Lahir SD NU Master Sokaraja yang diselenggarakan rutin setiap tahun, sekaligus menjadi ajang promosi untuk memperkenalkan SD NU Master Sokaraja kepada khalayak umum. Hal terkait acara harlah juga disampaikan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yaitu sebagai berikut:

“...kemudian kita punya *event* harlah SD setiap Maret itu sebagai salah satu *open house* sekolah. Dimana kita adakan *event-event* perlombaan TK sekabupaten Banyumas, guru-guru TK, dsb. Kita adakan acara besar, dimana disitu kita memperkenalkan tentang sekolah”.<sup>57</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Biasanya kita mengadakan promosi melalui sebuah *event*, yaitu lomba *drum band* antar TK. Nah pada saat itu kita memasarkan ke TK-TK. SD Master ini juga dibawah naungan yang sama dengan TK Masithoh, yang memang dari pendirinya sudah memiliki nama yah, sudah terkenal bagus, sudah terkenal kualitasnya memang numpuni, jadi pendirinya menyiapkan SD sebagai tingkatan/jenjang yang lebih tinggi di TK tersebut”.<sup>58</sup>

Pada tahun 2023 ini, SD NU Master Sokaraja memperingati Harlah ke-6, yang digelar selama tiga hari di Taman Rekreasi Andhang Pangrenan. Adanya *event* Harlah tersebut, SD NU Master

<sup>57</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.18 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>58</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.18 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

Sokaraja memanfaatkannya sebagai media promosi sekolah. SD NU Master Sokaraja juga mengadakan beberapa kegiatan diantaranya:

a) Sholawatan dan doa bersama

Acara sholawatan ini dilaksanakan pada hari Jum'at, 17 Maret 2023, pukul 14.00 WIB sampai selesai, yang dipimpin oleh Habib Ali Al-Munawar yang dilanjutkan dengan pengajian bersama Ustadz Cahyo Wiyono. Acara ini dihadiri oleh guru, siswa, orangtua/wali siswa, serta dibuka untuk umum, sehingga acara sholawatan ini dapat dilaksanakan secara hidmat bersama masyarakat khususnya warga Banyumas dan sekitarnya. Selain itu, SD NU Master Sokaraja juga menggelar do'a bersama para ulama/masyayikh. Doa bersama bertujuan untuk memohonkan hajat bersama, khususnya hajat SD NU Master Sokaraja agar semakin berkembang dan unggul sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

b) Perlombaan antar siswa dan guru TK

Lomba ditujukan untuk siswa dan guru TK se-Kabupaten Banyumas, yang diantaranya yaitu diadakannya lomba mendongeng dan membuat Alat Peraga Edukatif (APE) antar guru TK, lomba mewarnai, lomba estafet bendera, lomba tari, dan lomba hafalan surat pendek Al-Qur'an. Perlombaan tersebut dilaksanakan bertujuan untuk menarik minat calon peserta didik, yang dalam hal ini adalah anak-anak TK agar mereka tertarik untuk melanjutkan jenjang pendidikannya di SD NU Master Sokaraja. Selain itu, diharapkan guru-guru TK juga saling bekerjasama untuk merekomendasikan SD NU Master sebagai sekolah yang tepat untuk dipilih oleh para calon peserta didik. Maka, pada momen inilah SD NU Master Sokaraja juga membuka penerimaan peserta didik baru.

c) Jalan sehat dan *dorprize*

Jalan sehat dilaksanakan di Taman Rekreasi Andhang Pangrenan dan dibuka untuk umum. Acara jalan sehat diselingi dengan pembagian *dorprize-dorprize* menarik diantaranya: sepeda, kulkas, mesin cuci, kipas angin, dispenser, dll. Selain untuk memeriahkan Harlah SD NU Master Sokaraja, acara ini diselenggarakan untuk memberikan hiburan kepada pelanggan jasa pendidikan yang dalam hal ini adalah orang tua/wali peserta didik, sebagai salah satu wujud pelayanan dan pemberian *reward* untuk para pelanggan jasa pendidikan, serta untuk para pendidik dan tenaga kependidikan di SD NU Master Sokaraja.

d) Donor darah, cek kesehatan, dan *sreening* mata gratis

Kegiatan ini dihadiri kurang lebih seribu orang yang terdiri dari orang tua/wali peserta didik, pengurus dan dewan guru, serta masyarakat Banyumas dan sekitarnya. Kegiatan kemanusiaan ini dibuka untuk masyarakat umum tanpa dipungut biaya (gratis), karena SD NU Master Sokaraja sudah menjalin kerjasama dengan salah satu Rumah Sakit Khusus Mata Purwokerto. Adapun kegiatan ini juga dihadiri oleh Kasi Kurikulum SD Dinas Pendidikan Kabupaten Banyumas Muhammad Robani, M.Pd, yang dimuat beritanya dalam beranda *website* SD NU Master Sokaraja. Beliau menyampaikan tentang apresiasinya terhadap kegiatan tersebut, dengan narasi sebagai berikut:

“Momentum Harlah sekarang ini fokus kita untuk mengavaluasi diri sekolah terkait layanan dan sebagainya, terlebih kurikulum merdeka yang diharapkan mampu memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat sekitar. Salah satu cara penerapan P5 (Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) saat ini bisa dilakukan dengan kegiatan semacam ini (harlah), yang akan melatih dan membuat siswa mandiri dan gotong royong, ditambah lagi dengan kegiatan kemanusiaan seperti pengobatan gratis ini”.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> NU Master, “Puncak Kegiatan Harlah Gelar Cek Kesehatan dan Screening Mata Gratis”, [www.sdnmaster.sch.id](http://www.sdnmaster.sch.id), diakses pada Minggu 30 April 2023, pukul 23.47 WIB.



Berdasarkan penjelasan dari beberapa narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa Harlah SD NU Master Sokaraja merupakan salah satu momen yang rutin dilaksanakan oleh sekolah. Acara ini diselenggarakan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, bahwasannya sekolah masih bisa eksis serta diberikan kesempatan untuk mengabdikan kepada masyarakat, sebagai tempat untuk mendidik dan menciptakan generasi bangsa yang berprestasi di masa depan. Adapun dalam momentum ini sekolah memanfaatkan untuk memperkenalkan sekolah kepada khalayak umum, dengan mengadakan beberapa kegiatan yang melibatkan masyarakat pada umumnya dan calon pelanggan jasa pendidikan pada khususnya, yang berminat untuk bergabung dengan SD NU Master Sokaraja.

c. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) diselenggarakan setiap menjelang tahun ajaran baru. Tujuan PPDB secara umum adalah untuk memberikan pelayanan dan informasi bagi anak-anak usia sekolah yang akan memasuki satuan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi secara sistematis, yang dilaksanakan pada waktu/gelombang/periode tertentu. Pelaksanaan PPDB juga dapat melalui berbagai media, dan dilaksanakan secara bertahap. Adapun SD NU Master Sokaraja memiliki beberapa tahapan pelaksanaan PPDB, penentuan waktu, serta syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon peserta didik, diantaranya sebagai berikut:

1) Tahapan PPDB

a) Mendaftar secara *online* atau *offline*

Pendaftaran dapat dilakukan secara *online* yaitu dengan mengakses di situs PPDB *online*. Adapun pendaftaran secara *offline* yaitu dengan cara datang langsung ke SD NU Master Sokaraja.

Tabel 4.7 Media Pendaftaran Peserta didik Baru

Media Pendaftaran	
<i>Online</i>	<i>Offline</i>
<a href="https://s.id/ppdbsdnumaster">https://s.id/ppdbsdnumaster</a> 0858-0042-5048 (Nur Maulida) 0813-2676-7934 (WA only)	Jalan Krida Mandala, Sokaraja Tengah, Banyumas.

b) Orientasi Kematangan Usia Belajar (OKUB)

Pelaksanaan OKUB ini bukan untuk menentukan diterima atau tidaknya calon siswa baru melainkan untuk mengetahui seberapa jauh kematangan dalam belajarnya memasuki usia SD sehingga sekolah dapat mengetahui sejak awal mengenai pola perilaku belajar calon peserta didik dimana nantinya akan memudahkan sekolah dalam menentukan strategi pembelajaran. Ada beberapa orientasi dalam OKUB tersebut diantaranya: kemampuan akademik meliputi kemampuan baca tulis hitung, kemampuan dalam membaca dan belajar Al-Qur'an, kemampuan psikologi dan wawancara dengan wali peserta didik mengenai perkembangan pola tingkah laku anak. Hal ini juga disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas, yaitu sebagai berikut:

“...disini saat pendaftaran itu anak-anak langsung diarahkan ke psikolog yang bekerjasama dengan sekolah, nanti setiap anak yang baru daftar langsung ada orientasi dengan psikolog. Jadi ini tujuannya untuk mengetahui secara lebih detail karakter anak, kemampuan, dan juga latar belakangnya. Nanti hasil *assessment* orientasi ini baik dari psikolog maupun orientasi dengan orang tua akan diserahkan ke wali kelas, tujuannya biar wali kelas lebih tau secara detail. Nanti jadinya akan pas dan ketemu. Nah, ini merupakan salah satu bukti SD NU Master menerapkan program ramah anak. Jadi tidak dipukul rata, ada pendalam karakter satu persatu dan menggunakan jasa professional. Kemudian orientasi psikologi ini juga bukan hanya diawal yah, jadi anak tuh kalau di awal masuk kadang hasil *assessment* psikolognya itu belum akurat, kadang ditahun ketiga itu anak ini bisa dideteksi berkebutuhan khusus, nanti biasanya akan ketauan di kelas 3. Nah, di kelas 3 ini

nanti akan mengundang psikolog lagi. Nah, makanya SD Master ini juga disebut sekolah ramah anak. Jadi, ramah anaknya itu disitu, karena kita memang sangat memperhatikan tumbuh kembang anak”.<sup>60</sup>

Hal senada juga dijelaskan oleh Nur Istikharoh selaku orang tua/wali peserta didik, yang menyampaikan bahwa:

“Kalau saya mendaftarkan anak saya secara langsung ke SD NU Master, Alhamdulillah anak saya lolos setelah melalui beberapa tahapan, ada tes baca tulis, mengaji, dan tes psikolog. Tes psikolog ini disebut OKUB, biasanya untuk mengetahui tingkat kematangan dan kemampuan anak, juga untuk mendeteksi anak-anak apakah berkebutuhan khusus atau tidak”.<sup>61</sup>

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh narasumber di atas, maka dapat dijelaskan bahwa tujuan Orientasi Kematangan Usia Belajar (OKUB) ini bukan hanya sekedar untuk menentukan diterima/tidaknya calon peserta didik, atau untuk mengelompokkan peserta didik, namun kegiatan OKUB ini juga dijadikan sebagai acuan dalam peningkatan kualitas pelayanan sekolah, seperti yang kita tahu bahwa anak-anak memiliki kemampuan dan tingkat kecerdasan yang berbeda, OKUB ini merupakan bahan evaluasi awal untuk menentukan penanganan di dalam kelas nantinya. Selain itu, OKUB juga merupakan salah satu bentuk penerapan program ramah anak yang diselenggarakan oleh SD NU Master Sokaraja.

## 2) Waktu PPDB

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD NU Master Sokaraja dilaksanakan setiap akan memasuki tahun pelajaran baru.

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.06 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>61</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.10 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

Adapun waktu PPDB Tahun Pelajaran 2023/2024 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Desember 2022-Maret 2023	Pendaftaran Gelombang 1
20-21 Maret 2023	OKUB (Orientasi Kematangan Usia Belajar) 1
3 April 2023	Pengumuman Hasil OKUB 1
4-5 April 2023	Registrasi Gelombang 1
7 April-1 Juni 2023	Pendaftaran Gelombang 2 (dibuka jika gelombang 1 belum memenuhi kuota)
2-3 Juni 2023	OKUB (Orientasi Kematangan Usia Belajar) 2
13-14 Juni 2023	Pengumuman Hasil OKUB 2 dan Registrasi
15 Juni 2023	Pengumuman Penerimaan Peserta Didik Baru SD NU Master Sokaraja Tahun Pelajaran 2023/2024.

## 5. Sumber Daya Manusia di SD NU Master Sokaraja

Sumber daya manusia dalam lembaga pendidikan merupakan orang yang bekerja sebagai penggerak suatu lembaga pendidikan yang ditempatkan pada posisi atau jabatan tertentu, yang berfungsi sebagai aset yang harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya, agar mampu bersama-sama mengembangkan sekolah. Oleh karena itu, dalam pengelolaan SDM harus dilakukan secara profesional sesuai dengan kualifikasi dan kompetensi yang dibutuhkan.<sup>62</sup> Adapun SD NU Master Sokaraja memiliki beberapa tenaga pendidik dan kependidikan yang ahli pada bidangnya masing-masing. Hal yang berkaitan dengan SDM di sekolah juga dijelaskan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas yaitu sebagai berikut:

<sup>62</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Falah Bogor", Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 2, No. 02, Tahun 2019, hlm. 144.



“Kalau disini itu ada kepala sekolah, guru kelas, guru mapel itu ada bahasa jawa, bahasa inggris, bahasa arab, PJOK, dan guru ngaji, kemudian ada tenaga administrasi, dan penjaga sekolah (K3)”.<sup>63</sup>

Adapun Dani Sistriani memberi penjelasan terkait keadaan guru di SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Ada beberapa guru yang pas sesuai *passion* nya, tapi ada beberapa yang kurang, yang kurang adalah karena disini ada anak berkebutuhan khusus. Anak yang berkebutuhan khusus itu dihandle oleh satu guru yang berbeda. Nah saat ini, guru itu merangkap menjadi guru kelas. Tapi kita tambahkan tugas untuk mengajar yang berkebutuhan khusus. Mungkin inilah yang membuat belum ideal karena guru inklusi itu masih merangkap menjadi guru kelas”<sup>64</sup>

Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja juga berbagi pengalamannya terkait rekrumen tenaga pendidik yaitu sebagai berikut:

“Saya juga ndaftar guru disini tidak asal ndaftar terus diterima, tapi melalui proses juga. Mulai dari tes seperti tertulis, tes wawancara, tes ngaji, dan lain sebagainya. Itu secara detail pokoknya termanage dengan baik”.<sup>65</sup>

Hal senada disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas yang menyatakan bahwa:

“Jadi kalau perekrutan guru disini kan melalui seleksi yah, tapi ada dua tahapannya, yang pertama itu ada seleksi berkas. Seleksi berkas ya syarat utamanya harus memiliki ijazah S1, minimal untuk guru, dan mungkin ada pendukung-pendukung yang lain. Kemudian ada seleksi tertulis, dan wawancara, kemudian ada *micro teaching*, nanti baru penentuan diterima atau tidak. Kalau sudah diterima nanti di 3 bulan pertama itu masih magang istilahnya, belum tetap. Kalau angkatan saya dulu sebulan pertama itu untuk *study banding*, dikirim ke sekolah mana untuk

<sup>63</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.06 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>64</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.19 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>65</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.19 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

belajar, dulu saya dikirim ke SD Nasima Semarang, ada yang sebulan ada yang seminggu. Terus nanti pulang kesini nanti mulai coba diterapkan disini. Setelah 3 bulan kan akan terlihat layak untuk lanjut atau tidak”.<sup>66</sup>

Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik menyampaikan pendapat terkait SDM di SD NU Master adalah sebagai berikut:

“Guru-guru dan karyawan disini menurut saya sudah mengajar sesuai keahliannya. Jadi anak-anak disini juga terjamin kualitasnya. Begitupun karyawan disini juga pasti punya keahlian masing-masing dibidangnya, sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik untuk kita para wali murid”.<sup>67</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan narasumber di atas maka dapat dijelaskan bahwa tenaga pendidik dan kependidikan di SD NU Master Sokaraja memiliki posisi dan jabatan diantaranya meliputi: kepala sekolah, guru kelas, guru mapel (bahasa jawa, bahasa inggris, bahasa arab, PJOK, guru ngaji/BTA), tenaga administrasi, dan petugas K3. Adapun SD NU Master juga melakukan seleksi kepada calon pendidik dan tenaga kependidikan, dengan mempertimbangkan berbagai kriteria yang disesuaikan dengan kebutuhan di sekolah, diantaranya seleksi menulis, wawancara, dan *micro teaching*. Perekrutan ini merupakan salah satu upaya untuk mendapatkan SDM yang benar-benar potensial untuk menduduki posisi tertentu dalam sebuah lembaga pendidikan, sehingga kedepannya SDM dapat saling bekerjasama untuk mengembangkan dan memajukan SD NU Master Sokaraja. Adapun kendala atau kekurangan mengenai SDM di sekolah tersebut adalah masih terdapat beberapa guru yang merangkap jabatan atau pekerjaan. Salah satu penyebabnya adalah karena SD NU Master Sokaraja belum memiliki guru inklusi atau guru yang mengajar

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.08 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>67</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.12 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

siswa berkebutuhan khusus, sehingga pengajar inklusi diambil dari guru kelas atau guru mata pelajaran tertentu.

## 6. Bukti Fisik Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja

Bukti fisik merupakan segala sesuatu yang berupa benda atau fisik yang dapat dibendakan, mempunyai peranan mempermudah dalam melancarkan suatu usaha. Fasilitas fisik ini biasa disebut sebagai fasilitas materil seperti toilet, AC, meja, kursi, peralatan elektronik, dll. Adapun bukti fisik juga merupakan semua benda yang berwujud yang menunjukkan dan memberikan informasi tentang sebuah lembaga, seperti brosur, papan nama, dan peralatan yang digunakan.<sup>68</sup> Bukti fisik yang dimaksud dalam pemasaran jasa pendidikan adalah sekolah menyediakan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan akademik maupun non akademik peserta didik, serta mendukung terwujudnya proses belajar mengajar yang kondusif. Adapun bukti fisik meliputi sarana dan prasarana di sekolah, baik dalam bentuk gedung sekolah, ruang belajar, dan fasilitas-fasilitas lainnya. Hal yang berkaitan dengan bukti fisik atau fasilitas di SD NU Master Sokaraja dipaparkan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru di SD NU Master yang menyampaikan bahwa:

“Kita tahu bahwa SD ini baru, jadi secara sarpras itu memang berusaha maksimal untuk memenuhi kebutuhan siswa. Kita sudah menyediakan Lab komputer, pembelajaran di kelas juga sudah kita desain agar anak-anak belajar dengan nyaman, tidak *sumpeg*, jenuh, karena memang kita pembelajaran dari jam 05.50-14.00. Itu kan bukan rentan waktu yang sedikit ya. Kalau di SD lain kan kelas 1 pulang jam 10. Kalau disini kelas 1 saja bisa pulang jam setengah 2. Apalagi yang ikut ekstrakurikuler itu bisa sampai jam 5. Nah paling tidak kita menyediakan suatu sarpras dan kondisi kelas yang nyaman sehingga mereka merasa senang, tidak terpaksa untuk sekolah. Kalau disini kan alhamdulillah bangunannya juga sudah permanen, sudah hak milik, ada AC nya

---

<sup>68</sup> Suca Rusdian dan Iis Ayu Nurjana, “Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ramen Ranjang 69)”, Jurnal Prismakom, Vol. 17, No. 1, Juli 2020, hlm. 57.



juga, dari ruangnya juga sudah standar per siswanya tidak terlalu banyak”.<sup>69</sup>

Nur Istikharoh juga menyampaikan pendapatnya terkait fasilitas yang ada di sediakan oleh SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Fasilitasnya sudah lengkap kalau menurut saya, soalnya di SD NU Master biasanya fasilitas disesuaikan dengan jumlah siswa yang masuk sama program yang ada di sekolah. Apalagi konsep sekolah ini kan *full day school* yah, jadi siswa itu pulang sampai singa bahkan kadang sore kalau ikut kegiatan ekstrakurikuler. Jadi, saya rasa sekolah sudah sangat mengusahakan kelengkapan fasilitas, sehingga anak-anak juga nyaman berada di sekolah, tidak jenuh. Walaupun pasti masih ada yang kurang atau belum sesuai.”

Berdasarkan beberapa pendapat narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa SD NU Master sudah mengupayakan pengadaan fasilitas untuk peserta didik secara maksimal sesuai dengan kebutuhan peserta didik, serta dengan mempertimbangkan jadwal pembelajaran yang cukup padat dan rentan waktu yang cukup lama bagi peserta didik, sehingga sekolah berupaya untuk memberikan fasilitas yang terbaik untuk peserta didik. Namun, di sisi lain, SD NU Master juga menemukan beberapa kendala dan kekurangan dari sarana dan prasarana di sekolah. Hal terkait kekurangan atau kendala dalam ketersediaan sarana dan prasarana dijelaskan oleh Kepala Sekolah SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Karena kita masih dalam tahap berkembang ya, saat ini belum sesuai. Masih ada beberapa ruangan yang kita butuhkan seperti perpustakaan kita masih *double* dengan UKS, idealnya kan sendiri-sendiri. Kemudian kita belum memiliki laboratorium praktik IPA, kemudian kita belum mempunyai kelas inklusi secara khusus. Tapi sedang kita upayakan setiap tahun kan ada pembangunan ya, insyaallah tahun ajaran besok kita sudah siap semuanya. Sedang kita selesaikan, nanti perpustakaan ada dua jenis yaitu perpustakaan yang dalam bentuk buku sama yang digital, isinya seperti laboratorium komputer tapi khusus untuk perpustakaan”.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.22 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>70</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.20 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.



Hal senada juga dipaparkan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas yaitu sebagai berikut:

“Kalau sekarang, fasilitas yang paling dibutuhkan dan belum ada itu lapangan atau tanah yang lapang lah untuk acara-acara. Kalau sementara kan di halaman. Nah di halaman ya kalau anak-anak muat, tapi kalau acara-acara besar yang melibatkan orang tua, kita harus nyewa tempat di luar, kaya di Balai Desa atau dimana. Tapi sebenarnya sekarang kita punya gedung seni itu dekat TK Masyithoh yang masih satu yayasan, biasa buat tempat pertemuan juga, cuma maksudnya untuk jaraknya dari sini kesana itu agak jauh. Penginnya itu yang disini atau diatas lantai 4 itu di bikin Hall. Dulu rencananya seperti itu memang diawal, cuma memang dari warga sekitar belum mengizinkan jadinya belum dibangun. Itu sementara fasilitas yang pengen banget dibangun atau diadakan”.<sup>71</sup>

Adapun Nur Istikharoh juga menyampaikan pendapatnya terkait kekurangan fasilitas yang ada di sediakan oleh SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Yang masih kurang itu ya paling lahan untuk parkir, sama lapangan olahraga yang sepertinya belum ada”.<sup>72</sup>

Senada dengan pendapat Lani Andriana selaku Orang Tua/wali Peserta Didik yang menyampaikan tentang kendala sarana dan prasarana di sekolah yaitu sebagai berikut:

“Kalau menurut saya, keterbatasan lahan parkir dan karena di area SD Master ada 3 sekolah, jadi masih suka macet. Saya berharap untuk *drop* siswa diatur lebih tertib misalnya jam masuk sekolah dibedakan atau dijeda dengan sekolah lain yang masih satu arena”.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.10 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>72</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.14 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>73</sup> Kritik dan Saran oleh Lani Andriana selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik pada Kuisisioner Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja, Senin 1 Mei 2023, Pukul 12.30 WIB.

Pendapat dari beberapa narasumber di atas menjelaskan bahwa SD NU Master memiliki beberapa kendala atau kekurangan fasilitas diantaranya adalah lapangan atau tanah yang lapang, yang bisa digunakan sebagai pusat kegiatan. Selain itu, masih terdapat ruangan yang masih gabung dengan ruangan lain seperti ruang perpustakaan yang masih gabung dengan UKS. Adapun untuk rencana kedepan, para *stakeholder* mengupayakan untuk segera dibangun ruang untuk berkumpul, lapangan olahraga, parkir, laboratorium IPA, perpustakaan digital, dan kelas inklusi. Pengadaan beberapa fasilitas tersebut tentunya disesuaikan dengan beberapa program, serta jumlah peserta didik disetiap tahun ajaran baru. Hal ini disampaikan juga oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yang menyatakan bahwa:

“Setiap tahun kan kita bikin program, nah dari program itu kan akan muncul, program ini membutuhkan alat ini. Maka akan diinventarisir, nanti kebutuhannya apa saja, kemudian untuk pembelanjannya menggunakan skala prioritas, maka disini ada waka sarpras, yang bertugas untuk menginventarisir kebutuhan sarana prasarana yang dibutuhkan sekolah. Kemudian selain itu, beliau juga bertanggung jawab untuk memastikan sarana prasarana itu dalam keadaan bagaimana, baik-baik saja atau sudah rusak. Nah itu dilaporkan setiap tahun. Nanti setiap tahun itu saya bisa melakukan pengawasan. Oh kursinya jumlahnya sekian, padahal besok saya mau terima sekian siswa. Berarti kurang sekian, dan harus ada pengadaan. Oh, lemari ini rusak, maka harus diganti. Nah itu ada laporannya semua secara berkala. Dipajang juga di setiap lorong kelas ada laporan pengeluaran berkala. Untuk mengecek pengelolaan sarpras disini. Sebenarnya mampu beli, tapi jarang yang mampu merawat, nah ini juga penting. Kemudian pengawasannya yaitu melalui waka sarpras yang bertanggung jawab, maka siapapun yang butuh sarana prasarana sekolah harus laporan ke waka sarpras”.<sup>74</sup>

Berdasarkan penjelasan dari Kepala Sekolah tersebut, maka dapat diketahui bahwa pengadaan fasilitas di SD NU Master menggunakan skala prioritas. Waka sarpras bertugas untuk menginventarisir kebutuhan sarana dan prasarana sekolah, serta bertanggung jawab untuk memastikan sarana dan prasarana dalam keadaan baik. Adapun laporan tentang keadaan fasilitas

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.21 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

dilaporkan secara berkala, dan disampaikan secara transparan dengan menampilkan data fasilitas pada papan yang ditempelkan di dinding sekolah.

## 7. Proses Penyaluran Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja

Proses dalam pemasaran jasa pendidikan merupakan bentuk layanan lembaga pendidikan yang didalamnya meliputi seluruh kegiatan yang bertujuan untuk mendukung terselenggarakannya proses kegiatan belajar mengajar yang kondusif sehingga dapat membentuk *output*/lulusan yang bermutu dan memiliki kemanfaatan.<sup>75</sup> Proses penyaluran jasa pendidikan ini tidak semata-mata untuk memberikan kebutuhan dan keinginan, namun juga bertujuan memuaskan pelanggan jasa pendidikan. Berikut merupakan penjelasan dari beberapa narasumber terkait pemberian layanan pendidikan dan kepuasan pelanggan pendidikan:

### a. Memberikan Pelayanan Jasa Pendidikan

Pelayanan jasa pendidikan merupakan jasa yang diberikan oleh pihak penyedia jasa atau sekolah kepada pihak penerima jasa atau peserta didik. Layanan jasa pendidikan ini juga merupakan suatu tindakan yang berisi proses menuntun anak untuk mencapai kedewasaan jasmani dan rohani dalam interaksi dengan lingkungan yang dilaksanakan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.<sup>76</sup> Pelayanan jasa pendidikan yang dimaksud dalam hal ini merupakan aktivitas belajar mengajar di kelas. Adapun SD NU Master Sokaraja dalam memberikan pelayanan jasa pendidikan yaitu dengan mempertimbangkan beberapa hal diantaranya yaitu dengan menggunakan metode pembelajaran yang menarik, menyesuaikan karakteristik peserta didik, penggunaan teknologi, dan pelayanan peserta didik berkebutuhan khusus. Adapun

---

<sup>75</sup> Sarifudin dan Rahendra Maya, *“Implementasi Manajemen Pemasaran...”,* hlm. 145.

<sup>76</sup> Umul Nurrohmah, dkk, *“Analisis Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Salah Satu Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)”*, Profit: Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi, Vol. 12, No. 1, Februari 2023, hlm. 118.

pratik konkrit dari pelayanan jasa pendidikan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Menggunakan metode pembelajaran yang menarik

Adapun dalam menggunakan metode pembelajaran yang menarik dijelaskan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru di SD NU Master Sokaraja, yang menyampaikan bahwa:

“Disini harus menyusun strategi bagaimana kita bisa melayani konsumen/walimurid, menyediakan pembelajaran yang menyenangkan di kelas, bagaimana siswa itu belajar dari pagi sampai siang tanpa merasa bosan. Tentunya itu menjadi suatu PR agar guru memiliki metode yang menarik”.<sup>77</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Nur Istikharoh selaku orang tua/wali peserta didik terkait metode pembelajaran di sekolah, yaitu sebagai berikut:

“KBM disini sudah berjalan sangat baik, metode pengajarannya juga menarik. Kadang anak ada yang belajar di luar kelas, ada yang di dalam kelas juga, jadi anak tidak bosan. Padahal belajar dengan waktu yang cukup lama juga”.<sup>78</sup>

Maka dapat dijelaskan bahwa guru di SD NU Master Sokaraja dalam menyalurkan jasa pendidikan berupaya untuk menyusun strategi agar mampu menciptakan kondisi kelas yang menarik dan menyenangkan, yaitu dengan memilih metode pembelajaran yang sesuai dengan kondisi peserta didik di kelas. Kegiatan belajar mengajar dapat dilakukan di luar kelas (*outdoor*) dan pembelajaran di dalam kelas.

2) Menyesuaikan karakteristik peserta didik

Karakteristik peserta didik yang dimaksud merupakan pola kelakuan atau perilaku yang dimiliki peserta didik sebagai hasil

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.21 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>78</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.16 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



pembawaan dan lingkungan, sehingga akan menentukan aktivitasnya. SD NU Master Sokaraja mengatasi karakteristik peserta didik yang beragam dengan berbagai hal. Adapun hal terkait proses penyaluran jasa pendidikan yang disesuaikan dengan karakteristik peserta didik juga disampaikan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, dimana beliau mengungkapkan bahwa:

“...untuk menyajikan sebuah pembelajaran yang anak-anak mau yang disesuaikan dengan karakteristik belajar mereka. Kita tahu bahwa gaya belajar anak itu berbeda-beda, ada yang audio, ada yang visual. Kadang ada anak yang pendiem, ada juga anak yang jalan-jalan muter-muter, itu harus bisa mengondisikan kelas, agar disaat pembelajaran berlangsung, anak-anak menjadi siap. Tetapi, di pembelajaran yang disajikan itu ruh nya kita sebagai guru harus dapet/sampe ke anak-anak, agar bisa membentuk karakter mereka, membentuk bagaimana perilaku mereka agar berperilaku baik dalam segala situasi. Menyiapkan pembelajaran yang sesuai dengan apa yang menjadi tugas kita sebagai guru, dan anak-anak itu memang dalam fasenya itu bermain seperti kelas 1, kelas 2. Maka perlunya disesuaikan dengan fase mereka”.<sup>79</sup>

Pernyataan narasumber di atas menjelaskan bahwa guru menyajikan sebuah pembelajaran menyesuaikan fase dan karakteristik peserta didik. Karakteristik peserta didik sendiri meliputi status sosial, kultural, minat, perkembangan kognitif, gaya belajar, perkembangan emosi, perkembangan motorik, dan lain sebagainya. Hal-hal yang demikian menjadi fokus seorang guru dalam mendidik anak-anak di kelas.

Adapun saran dari Orang Tua/Wali Peserta Didik terkait pembelajaran di kelas disampaikan oleh Lani Andriana yaitu sebagai berikut:

“Untuk guru-guru baru saran saya agar lebih interaktif dengan siswa, misalnya mengajak siswa untuk bertanya dan perlu semua siswa dilatih untuk berbicara di depan kelas, agar nantinya anak-

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.22 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

anak terbiasa presentasi dan *public speaking* anak-anak jadi bagus”<sup>80</sup>

Berdasarkan saran yang disampaikan oleh pelanggan jasa pendidikan di atas, menunjukkan bahwa harapan orang tua peserta didik terhadap proses pembelajaran di kelas adalah agar anak-anaknya dilatih untuk terbiasa berbicara di depan umum, karena hal tersebut akan melatih *public speaking* anak, serta membangun rasa percaya diri dan keberanian pada anak.

### 3) Penggunaan teknologi

Perkembangan teknologi dapat menunjang kemudahan proses pendidikan. Pendapat mengenai penggunaan teknologi dalam proses penyaluran jasa pendidikan disampaikan oleh Guru SD NU Master Sokaraja yaitu sebagai berikut:

“Kita tahu teknologi kan sekarang sudah canggih yah, mereka bisa mempelajari sendiri, mencari materi-materi”<sup>81</sup>

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat diketahui bahwa pemanfaatan teknologi digital secara efektif dapat mempercepat pencarian informasi, meningkatkan kreatifitas, dan menciptakan pembelajaran yang lebih interaktif. Adanya penggunaan teknologi digital dalam proses pembelajaran ini, diharapkan mampu meningkatkan mutu pembelajaran pada khususnya dan mutu sekolah pada umumnya.

### 4) Pelayanan peserta didik berkebutuhan khusus

Pelayanan pendidikan bagi peserta didik yang berkebutuhan khusus merupakan pelayanan yang diberikan kepada peserta didik yang memiliki tingkat kesulitan dalam proses pembelajaran yang dikarenakan adanya kelainan fisik, emosional, mental, sosial, atau

---

<sup>80</sup> Kritik dan Saran oleh Lani Andriana selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik pada Kuisisioner Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja, Senin 1 Mei 2023, Pukul 12.30 WIB.

<sup>81</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.23 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

potensi kecerdasan dan bakat istimewa. Hal terkait peserta didik berkebutuhan khusus di SD NU Master Sokaraja juga dijelaskan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yang menyampaikan bahwa:

“Disini ada yang namanya anak berkebutuhan khusus mba. Karena yang namanya anak berkebutuhan khusus walaupun kita sudah melaksanakan deteksi sejak dini, ternyata tahap tumbuh kembang anak itu tidak bisa diukur dalam waktu sekejap. Hasil *assignment* awal menyatakan itu normal mungkin, tetapi dalam perkembangannya ternyata anak itu berbeda dengan yang lain, dan sebagainya. Sehingga kita laksanakan *assignment ulang*, memeriksa psikolog ulang, baru kemudian ada deteksi bahwa anak ini berkebutuhan khusus. Itu jam nya juga berbeda, tidak disatukan, karena kebutuhan khusus itu kan beda-beda yah kebutuhannya tidak hanya dipandang sepele atau KKM nya diturunkan kalau jaman dulu ya. Nilainya kalau temennya minimal dapat 7, ya dia dapet 4 saja sudah syukur, nah itu tidak begitu. Kita dari *assignment* psikolog itu deteksi khususnya mengarah ke apa. Nah, maka apa yang harus diajarkan. Itu berdasarkan kebutuhan khususnya. Misalnya ada jenis kebutuhan *slow learner*, yang mampu latih dan mampu didik. Mampu didik itu, dia mampu diajarkan akademik, cuma waktunya terlambat dari usianya, misalnya siswa yang lain pada saat kelas 1 mampu menulis, tapi dia baru bisa menulis pada saat kelas 3. Nah ini beda penanganannya, tapi kalau mampu latih secara *sunatulloh* itu sudah tidak bisa diajari akademik, karena kemampuan otaknya Allah menciptakan dengan perbedaan. Nah disini ada anak yang tidak bisa membaca symbol, entah itu huruf atau angka . jadi yang dibutuhkan adalah dia harus belajar *lifeskill*, misalnya belajar memakai kaos kaki, berjalan yang stabil, keterampilan melipat baju. Nah itu berarti tergolong dari kelemahan siswa tersebut. Namun pada sisi memori/mengingat dia sangat kuat. Nah, maka materinya dapat diberikan secara lisan, karena dia tidak bisa dipaksakan baca tulis, misalnya”.<sup>82</sup>

Adapun Dian Meitania selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik juga menyampaikan hal terkait kelas untuk anak berkebutuhan khusus yaitu sebagai berikut:

“Anak saya ini mempunyai bawaan *delay learning* dalam proses belajar dikarenakan kemampuan bawaan anak. Tapi

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.21 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

Alhamdulillah sekolah memfasilitasi dengan pendidik yang mampu menyelami dan memahami anak saya sehingga meski pelan anak saya nyaman tidak merasa dibedakan dengan teman lainnya. Semoga kedepannya pendidik di SD Master yang *expert* untuk pendidikan inklusi yang ramah anak dapat memajukan sistem pendidikan di Kabupaten Banyumas”.<sup>83</sup>

Berdasarkan penjelasan dari beberapa narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa SD NU Master juga memberikan pelayanan untuk anak berkebutuhan khusus, yaitu dengan menawarkan tes psikolog yang dilakukan berkala, sehingga guru dan orang tua/wali peserta didik mengetahui kondisi psikologi anaknya. Hal ini dilakukan untuk membantu melakukan evaluasi tumbuh kembang, memberikan arahan stimulasi kepada orang tua, serta melakukan pendampingan secara khusus kepada anak pada saat proses pembelajaran. Maka, dengan begitu peserta didik akan mendapatkan materi pembelajaran sesuai dengan porsinya, dan tidak disama ratakan dengan peserta didik lainnya, karena tumbuh kembang masing-masing anak berbeda. Adapun tenaga pendidik yang dalam hal ini adalah guru, mengajar anak-anak yang berkebutuhan khusus tanpa membeda-bedakan dalam hal fasilitas dan perhatian, sehingga anak tetap merasa nyaman selama proses pembelajaran.

#### b. Memuaskan Pelanggan Jasa Pendidikan

Kepuasan yang dimaksud merupakan ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan lembaga pendidikan dalam memenuhi harapan pelanggan jasa pendidikan. Hal ini yang menjadi salah satu indikator penting dalam kepercayaan dan loyalitas pelanggan jasa pendidikan. SD NU Master berupaya untuk memberikan kepuasan kepada orang tua/wali peserta didik. Terkait kepuasan pelanggan, Barokah Sulistiyani selaku Guru di SD NU Master menyampaikan bahwa:

---

<sup>83</sup> Kritik dan Saran oleh Dian Meitania selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik pada Kuisisioner Marketing Mix Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja, Senin 1 Mei 2023, Pukul 12.35 WIB.



“...kemudian bagaimana cara memuaskan dan melayani mereka agar mereka itu bisa mengerti apa yang sudah mereka pelajari, ya itu harus ada manajemen kelas yang baik, kemudian kita dengan walimurid tentunya harus menjalin silaturahmi, karena kita itu bagaikan mitra, dimana mereka menitipkan anak mereka dengan biaya yang tidak sedikit. Terkadang orang tua siswa juga berkonsultasi diluar jam kerja guru, seperti misalnya WA *chat*, atau telfon. Namun bagaimanapun sebagai guru saya juga mencoba untuk memberikan kepuasan dalam bentuk melayani dan menanggapi mereka. Walaupun memang guru kalau di rumah juga kan sudah waktunya dengan keluarga, tapi kita sebisa mungkin ketika walimurid bertanya ya kita harus menjawab. Jadi dari situlah mereka akan merasa puas dari apa yang kita sajikan dan layani. Pokoknya kalau terjadi sesuatu di kelas kita harus cepat memberikan kabar, jangan sampai orang tua tuh sampe marah-marah atau negur langsung ke anak yang bersangkutan, misalnya dalam sebuah pertengkaran anak di kelas. Nah kita harus segera memberi tahu, jangan sampai anak yang mengadu ke orang tuanya kemudian terjadi kesalahpahaman antar walimurid. Kita mengutamakan kualitas pelayanan agar mereka terpuaskan”<sup>84</sup>

Nur Istikharoh selaku orang tua/wali peserta didik juga menyampaikan beberapa hal terkait kepuasan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan oleh SD NU Master Sokaraja, beliau menyampaikan bahwa:

“Guru selalu memberi tahu apabila anak ada yang bermasalah di sekolah. Sehingga kami juga tidak merasa khawatir anak kenapa-kenapa di sekolah. Ada apa-apa pasti diberi tahu, diinformasikan dengan cepat”<sup>85</sup>

Adapun Kepala SD NU Master Sokaraja juga menyampaikan beberapa hal terkait kepuasan pelanggan jasa pendidikan yaitu sebagai berikut:

“Jadi, ini kita bicara produk jasa dimana-mana ada sekolah yang menjadikan sekolah itu dipilih adalah adanya perbedaan. Nah bedanya di SD NU Master adalah kita disini mengedepankan pelayanan,

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.25 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>85</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.18 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

dimana konsumen kita kan siswa, orangtua, kemudian *stakeholder* yang terkait seperti Dinas Pendidikan atau dinas lain yang terkait. Nah, standar operasional kita kepada guru-guru adalah memberikan pelayanan yang baik dan cepat, seperti itu. Kita memiliki standar operasional untuk melayani walimurid, namun tingkat kepuasan seseorang kan berbeda. Mungkin bagi orangtua A itu sangat memuaskan sekali, tapi mungkin bagi orangtua B karena standar kepuasannya berbeda, maka berbeda.<sup>86</sup>

Beberapa pendapat narasumber di atas menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan jasa pendidikan berbeda-beda. SD NU Master Sokaraja memberikan kepuasan kepada orang tua/wali peserta didik dengan memberikan tanggapan atau respon yang cepat dan tanggap ketika mereka membutuhkan informasi terkait kegiatan SD NU Master Sokaraja, meskipun di luar jam operasional. Adapun untuk mengantisipasi terjadinya masalah antar siswa, sekolah memberikan informasi secara khusus kepada orang tua/wali yang anaknya memiliki masalah dengan teman sejawatnya. Hal ini dilakukan sebagai bentuk keterbukaan antara pihak penyedia jasa dengan pihak pengguna jasa. Selain itu, hal tersebut dilakukan sebagai salah satu bentuk upaya memberikan pelayanan semaksimal mungkin, sehingga diharapkan mampu memuaskan para pelanggan jasa pendidikan.

#### **8. Kebutuhan Afiliasi Pelanggan Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja**

Kebutuhan afiliasi dapat didefinisikan sebagai keinginan untuk mendekat atau bekerjasama dengan orang lain, menyenangkan dan mendapat afeksi dari orang lain, serta setia terhadap teman.<sup>87</sup> Kebutuhan afiliasi dalam bauran pemasaran jasa pendidikan yang dimaksud merupakan kebutuhan untuk mendekatkan diri, bekerjasama, atau membalas ajakan orang lain. Hal tersebut merupakan salah satu cara menarik minat masyarakat dengan memanfaatkan sosialisasi dan mengidentifikasi kesamaan kelompok, sebagai contoh sebuah lembaga yang berdiri dibawah

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.22 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>87</sup> Hefrina Rinjani dan Ari Firmanto, “Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja”, Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, Vol. 01, No. 01, Januari 2013, hlm. 79.

naungan organisasi masyarakat atau organisasi keagamaan tertentu, maka akan lebih banyak diminati oleh kelompok masyarakat yang memiliki kesamaan organisasi tersebut. SD NU Master Sokaraja sebagai salah satu lembaga pendidikan yang berdiri di bawah naungan NU, juga menjadi salah satu sekolah yang diminati oleh masyarakat karena memiliki afiliasi dengan NU. Hal ini disampaikan oleh Kepala SD NU Master Sokaraja, yang menyampaikan bahwa:

“SD NU Master ini di bawah naungan Ma’arif, prosedurnya kan begini, untuk mendirikan sebuah sekolah atau lembaga pendidikan, atau yayasan, itu kan harus ada badan hukum. Nah, badan hukum yang menaungi SD NU Master adalah badan hukum NU. Ya otomatis kita berada di naungan NU. Ada sekolah dibawah afiliasi NU, mungkin contohnya ada Yayasan Al-Hidayah, ada Yayasan Diponegoro, dan yayasan lain. Mereka afiliasi NU tapi tidak dibawah NU. Kalau yang di bawah NU adalah sekolah Ma’arif, karena Ma’arif adalah lembaga pendidikannya NU, struktural maksudnya”.<sup>88</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat diketahui bahwa SD NU Master Sokaraja memiliki badan hukum NU, dan merupakan sekolah afiliasi NU. Adapun hal yang berhubungan dengan latar belakang pelanggan jasa pendidikan, serta kualifikasi tenaga pendidik dan kependidikan akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Afiliasi Pelanggan Jasa Pendidikan

Afiliasi pelanggan jasa pendidikan yang dimaksud yaitu latar belakang orang tua/wali peserta didik dalam segi afiliasi organisasi masyarakat (ormas). Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah menjelaskan beberapa latar belakang afiliasi orang tua/wali peserta didik di SD NU Master Sokaraja, beliau menyampaikan bahwa:

“Kita dari awal sudah menyampaikan bahwa ini adalah SD NU, materi yang akan kita sampaikan adalah terkait dengan amalan NU, dan bahkan visi kita adalah mendidik, mencerdaskan anak-anak sesuai dengan amalan *ahlussunnah wal jama’ah an-nahdhliyah*. Disini kita transparan, terbuka, tidak menutup-nutupi. Jadi latar

---

<sup>88</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.22 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.



belakang walimurid bagi kami tidak masalah. Bahkan ada anak dari pimpinan cabang dari ormas Muhammadiyah yang sekolah disini juga ada. Ada juga yang anaknya aktivis salafi sekolah disini juga ada, seperti itu. Bagi kami tidak membedakan dan tidak memperkarakan latar belakang orang tua, yang penting kami akan mendidik anaknya seperti ini (dengan konsep NU), dan itu sudah disampaikan dari awal, jadi tidak ada keberatan dari wali murid yang non NU itu”.<sup>89</sup>

Nur Istikharoh selaku pelanggan jasa pendidikan juga menyampaikan hal sebagai berikut:

“Ya, salah satu saya memilih sekolah ini yak karena SD ini merupakan SD NU. Jadi, saya berharap anak saya juga memiliki pengetahuan keagamaan yang kuat, sesuai dengan ajaran NU. Saya sendiri termasuk anggota NU. Tapi memang disini wali muridnya juga bermacam-macam. Tapi tidak saling membedakan”.<sup>90</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Barokah Sulistiyani selaku Guru di SD NU Master Sokaraja, yang menyampaikan bahwa:

“Kalau untuk wali murid disini, ada yang orang tuanya memang dari NU, ada yang tidak memiliki organisasi/nasional, ada dari muhammadiyah, dan ada yang dari salafi juga. Jadi beraneka ragam ya, *basic* keluarga mereka. Tapi insyaallah mereka tetap mengedepankan bahwa saling menghormati itu penting. Misalkan kita mengadakan ziaroh, kan menjadi sesuatu yang menurut pandangan orang selain NU adalah sesuatu yang tidak sesuai. Tetapi mereka tetap menghormati apa yang menjadi program kita dan mau ikut serta, karena dari awal mereka tahu kita memang berhaluan *ahlussunnah wal jama'ah an-nahdhliyah*. Jadi ketika mereka menitipkan atau menyekolahkan anaknya disini justru karena mereka tahu dan paham. Mungkin itulah yang dimaksud dengan toleransi orang tua yah. Ada yang bapaknya NU Ibunya Muhammadiyah atau sebaliknya, tapi mereka saling menghormati. Bahkan ada yang kakaknya disekolahkan di SD Muhammadiyah, adiknya sekolah di SD NU. Jadi bermacam-macam mereka menyekolahkan anaknya. Tapi ya nggapapa, bagi orang tua ya yang

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.23 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>90</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.20 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



penting masih satu agama yaitu Islam. Toleransi tinggi yang memang di terapkan oleh mereka”.<sup>91</sup>

Hasan Fauzi selaku Waka Bidang Humas di SD NU Master juga menyampaikan bahwa:

“Kalau orang tua, mereka bermacam-macam, tapi kalau udah masuk sini ya otomatis harus ikut kegiatan sini. Kita setiap kali ada pertemuan dengan walimurid dirangkaian itu harus ada tahlilan, sholawatnya, tausiyahnya pun isinya harus sesuai dengan *ahlussunnah wal jama'ah an-nahdhiyah*”.<sup>92</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan yang disampaikan oleh narasumber, maka dapat diketahui bahwa latar belakang afiliasi orang tua/wali peserta didik di SD NU Master Sokaraja sangat beragam. Meskipun demikian, sekolah tetap mengajarkan *amaliyah* atau program yang sesuai dengan *ahlussunnah wal jama'ah an-nahdhiyah*. Hal yang berkaitan dengan program-program tersebut juga sudah disosialisasikan sejak awal pengenalan SD NU Master Sokaraja, sehingga seluruh orang tua/wali peserta didik saling bersinergi dan berpartisipasi dalam melaksanakan program-program yang diselenggarakan oleh SD NU Master Sokaraja.

#### b. Afiliasi Tenaga Pendidik dan Kependidikan

Afiliasi tenaga pendidik dan kependidikan yang dimaksud yaitu latar belakang guru dan karyawan dari segi afiliasi organisasi masyarakat (ormas), serta kualifikasi tenaga pendidik dan kependidikan yang dibutuhkan oleh SD NU Master Sokaraja, yang notabennya sekolah di bawah naungan NU. Adapun kaitannya dengan hal tersebut, dijelaskan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yang menyampaikan bahwa:

“Kalau kualifikasi tenaga pendidik harus NU, baik secara *amaliyah*, maupun dibuktikan dengan memiliki KARTANU

<sup>91</sup> Wawancara dengan Barokah Sulistiyani selaku Guru SD NU Master Sokaraja, pada Rabu 25 Januari 2023, pukul 10.26 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.

<sup>92</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.12 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

(Kartu Anggota NU). Disini, saat menjadi guru di SD NU Master Sokaraja juga diadakan pengecasan dan peningkatan kualitas wawasan ke-NU-an, masuk program disini”.<sup>93</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas yaitu sebagai berikut:

“Kalau tenaga pendidikan dan kependidikan yang udah masuk disini itu harus NU, terlepas *background* nya itu mau Muhammadiyah, atau Wahabi, silahkan, yang penting kalau sudah masuk sini itu harus NU. Dulu diawal-awal kita mewajibkan pengajar itu wajib dari kalangan NU. Tapi kita berkaca dari organisasi lain juga mereka itu banyak yang menerima guru yang dari kalangan luar organisasinya, yang akhirnya mereka mampu membawa guru tersebut kedalam ormasnya”.<sup>94</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan yang disampaikan oleh narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa dalam merekrut tenaga pendidik dan kependidikan, SD NU Master Sokaraja memiliki kualifikasi tertentu yang salah satunya adalah harus memiliki afiliasi dengan NU. Adapun diluar afiliasi NU, maka secara otomatis tenaga pendidik dan kependidikan tersebut akan tetap mengikuti program-program atau aktivitas-aktivitas keagamaan berdasarkan *amaliyah* NU. Selain itu, SD NU Master Sokaraja juga mengadakan pengecasan dan peningkatan kualitas tentang wawasan ke-NU-an kepada tenaga pendidik dan kependidikan.

## 9. Gaya Hidup Pelanggan Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja

Gaya hidup merupakan pola hidup yang menentukan seseorang memilih untuk menggunakan waktu, uang, energy, dan merefleksikan nilai-nilai dan kesukaan.<sup>95</sup> Adapun gaya hidup dalam pemasaran jasa pendidikan

<sup>93</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.24 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>94</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.13 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>95</sup> Ardiva Zakia, dkk, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelas Sosial : Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi*”, JIMT, Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Vol. 3, No. 5, Mei 2022, hlm. 451.

yang dimaksud adalah bahwa seorang pelanggan jasa pendidikan (orang tua peserta didik) memiliki aktivitas/kegiatan, opini, dan minat yang akan mempengaruhi keputusan orang tua/wali peserta didik memilih sekolah yang tepat untuk anak-anaknya. Tanggapan mengenai gaya hidup pelanggan jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja disampaikan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yang menyampaikan bahwa:

“Ada disini ya beberapa yang memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Gaya hidup kalau saya artikan itu ada yang positif dan ada yang negatif. Dikatakan positif, jika gaya hidup itu seimbang dengan penghasilan yang dia punya. Nah mungkin sekolah-sekolah yang semacam ini memang rentan dengan gaya hidup atau dengan kata lain sosialita. Perkumpulan ibu-ibunya yang kadang-kadang ada bahkan orang yang tidak kuat secara mental, justru malah prioritas biaya pendidikannya malah kalah, dalam kata lain, orang tua tersebut lebih memilih gaya hidupnya dengan berkumpul-kumpul dengan ibu-ibu sosialita itu tadi, tapi tidak mengutamakan kewajibannya untuk membayar biaya pendidikan. Jadi disini memang kalau dilihat ada kalangan menengah keatasnya, kalau kalangan pondok pesantren banyak juga disini. Kemudian kalangan biasa yang menengah kebawah juga ada walaupun tidak banyak”.<sup>96</sup>

Adapun orang tua/wali peserta didik, Nur Istikharoh juga memberikan pendapat terkait gaya hidup wali murid yaitu sebagai berikut:

“Untuk gaya hidup setiap orang pasti berbeda-beda ya, kadang ada yang memang biaya hidup sederhana walaupun sebenarnya mampu. Ada juga yang sebenarnya biasa saja tapi gaya hidupnya tinggi. Kalau saya melihat gaya hidup wali murid si memang berbeda-beda tapi lebih kepada hal positifnya. Walaupun gaya hidupnya beda, tapi yang penting kekompakan kita, saling bekerjasama, apalagi kalau ada program-program di sekolah ya kita saling kerjasama aja, tidak mengutamakan gaya hidup apalagi membeda-bedakan”.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.25 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>97</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.22 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



Hal ini juga disampaikan oleh Hasan Fauzi selaku Waka Humas yaitu sebagai berikut:

“Walimurid disini bisa dikatakan ya banyak yang menengah dan menengah keatas. Ada orang tua yang istilahnya ngepas, tapi karena punya tekad pengen menyekolahkan anaknya disini, ya akhirnya jadi mampu”.<sup>98</sup>

Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah juga menceritakan beberapa pengalaman yang terjadi pada orang tua/wali peserta didik yang ada kaitannya dengan gaya hidup, beliau menyampaikan bahwa:

“Disini ada yang anaknya orang yang tidak mampu, dan dia memiliki semangat yang tinggi agar anaknya mendapatkan pendidikan yang layak. Ibunya itu seorang penjual gorengan keliling kalau pagi, kemudian kalau siang habis dzuhur dia bekerja di toko, kemudian kalau malem itu dia masih bekerja jadi buruh nyetrika atau apapun yang istilahnya menghasilkan uang. Ini jadi inspirasi bagi kita ya, bahwa menyekolahkan anak atau memilih lembaga pendidikan yang layak untuk anak itu bukan milik orang-orang yang menengah keatas saja, tapi itu milik mereka yang bertekad kalau saya sebut. Niat dia semata-mata karena untuk membiayai anak-anaknya sekolah, dan hebatnya lagi, dia tidak memiliki tunggakan. Prinsip dia gini, pagi ngider gorengan, lauk, dapet hasil berapa, nah ditabung disini. Siang itu, hasil dia jagain toko, itu untuk kakaknya (anak pertamanya), terus kerja yang satunya lagi untuk keperluan lain. Jadi, dia punya manajemen keuangan dan yang sangat baik, dan memiliki tekad yang kuat, sehingga tidak ada tunggakan biaya pendidikan. Inilah yang saya maksud bahwa walimurid disini juga ada lho yang sederhana, hidupnya tidak neko-neko”.<sup>99</sup>

Berdasarkan penjelasan dari narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa pelanggan jasa pendidikan yang dalam hal ini adalah orang tua/wali peserta didik memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Ada yang memang berasal dari menengah keatas sehingga memiliki gaya

---

<sup>98</sup> Wawancara dengan Hasan Fauzi selaku Wakil Kepala Bidang Humas SD NU Master Sokaraja, pada Selasa 2 Mei 2023, pukul 14.15 WIB, di Ruang Perpustakaan SD NU Master Sokaraja.

<sup>99</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.25 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.



hidup yang tinggi, namun ada juga yang dari menengah kebawah sehingga memiliki gaya hidup yang sederhana. Gaya hidup dapat diwujudkan kearah yang positif jika diimbangi dengan menciptakan aktivitas-aktivitas yang baik dan bermanfaat. Hal ini juga dijelaskan oleh Kepala SD NU Master Sokaraja yang menyampaikan bahwa:

“Jadi kalau gaya hidup kita tidak bisa mengukur kehidupan walimurid ya, artinya kita tidak bisa melarang dan ngga menentukan. Nah, disini menciptakan sebuah keunikan tersendiri dari beberapa komunitas walimurid. Dalam momen-momen tertentu, kita kan karena lembaga pendidikan ya, jadi harus netral. Nah, ketika ada kegiatan, sebagai wujud memberikan pelayanan yang baik, kita tidak hanya melayani siswa, tapi juga melayani walimurid. Ada program-program yang bertujuan untuk mengakrabkan mereka, menjalin hubungan sekolah dengan walimurid, dan menyesuaikan gaya hidup mereka. Nah, ketika kita bikin acara dipasrahkan ke walimurid yang memiliki gaya hidup *hedon*, maka acaranya akan meriah dan orang-orang ini, istilahnya itu “*ngga wedi tombok*”, jadi mereka dengan sukarela mengeluarkan biaya pribadi demi kemeriahan acara ini. Dari sisi pangsa pasar SD ini jelas sekolah sangat diuntungkan, mereka juga akan sangat viral di media, dan bagaimana caranya mereka membuktikan eksistensi mereka dalam media sosial gitu yaa”.<sup>100</sup>

Pembentukan gaya hidup ini berlangsung secara dinamis dan tidak dapat atur, tapi berjalan dengan sendirinya. Sekolah berupaya untuk memfasilitasi dan mengarahkan para pelanggan jasa pendidikan kedalam gaya hidup yang positif, yaitu dengan mengadakan program-program yang bekerja sama dengan wali murid. Namun, dalam pelaksanaannya tentunya masih terdapat kendala atau masalah yang terjadi antar wali murid dengan adanya fenomena gaya hidup yang berbeda ini. Penjelasan mengenai hal tersebut disampaikan oleh Dani Sistriani selaku Kepala Sekolah yaitu sebagai berikut:

“Pernah itu kita kan disini setiap tahun kelasnya diacak agar kenal satu sama lain, dan agar wali muridnya itu tidak terjebak dengan

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.26 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

komunitas. Nah kan pernah kita ngadain acara yang ada bingar-bingar musik, berjoged, dan sebagainya. Disisi lain, bagi kalangan walimurid yang pondok pesantren, akan gerah melihat aktivitas itu. Nah kalau dari kalangan pondok pesantren ya otomatis ngga cocok, mereka akan melipir pulang gasik, tidak akan bergabung dengan yang lain. Nah itu salah satu kasusnya. Tapi kalau acaranya dipasrahkan pada wali murid yang *background* nya pondok pesantren ya mungkin acaranya akan ada pengajian, sholawatan, dan sebagainya. Nah walimurid yang *hedon* tadi ya terkadang ada yang ikut sampai selesai, ada juga yang pulang gasik. Nah ini penting sekali untuk mencari *win-win* solusi dalam menentukan kegiatan yang hubungannya dengan layanan jasa pendidikan kepada orang tua”.<sup>101</sup>

Kepala sekolah dalam hal ini memberikan *win win solution*, yaitu upaya untuk mencari solusi atau menyelesaikan masalah dengan keputusan yang menguntungkan kedua belak pihak. *Win-win* solusi yang ditawarkan oleh SD NU Master Sokaraja untuk mengatasi gaya hidup yang berbeda ini yaitu dengan mengadakan program-program, dimana kepanitiaan acaranya diserahkan kepada wali murid yang disesuaikan dengan *background* atau latar belakang gaya hidup wali murid, sehingga diharapkan dari adanya program tersebut mampu menjalin hubungan kerjasama yang kuat, baik antara sekolah dengan walimurid, maupun antar sesama wali murid. Selain itu, dengan keragaman gaya hidup ini juga akan menciptakan rasa saling menghormati dan toleransi antar wali murid. Adapun pernyataan Kepala SD NU Master Sokaraja dalam menanggapi fenomena gaya hidup pelanggan jasa pendidikan yaitu sebagai berikut:

“Jadi ya mba, menurut saya, sekolah swasta yang bagus itu bukan milik orang kaya, tapi milih orang yang bertekad. Justru orang-orang yang sederhana tapi memiliki tekad yang kuat untuk menyekolahkan anaknya di sekolah yang bagus, akan memberikan pengaruh yang luar biasa juga untuk anak-anaknya, tapi kalau hanya mengikuti gaya hidup ya itu, malah terkadang yang menjadi

---

<sup>101</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.26 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

prioritas hanya gaya hidupnya saja, terkadang malah biaya pendidikannya akan terkalahkan”.<sup>102</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat dari narasumber di atas, maka dapat dijelaskan bahwa gaya hidup dalam bauran pemasaran jasa pendidikan ini merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh calon pelanggan jasa pendidikan untuk menentukan keputusannya memilih sekolah untuk anak-anaknya. Pelanggan jasa pendidikan akan menggunakan waktu, energi, dan merefleksikan kesukaannya, sehingga akan mempengaruhi keputusannya untuk memilih sekolah. Gaya hidup ini menjadi hal yang positif apabila diarahkan kepada aktivitas yang memberikan kemanfaatan kepada banyak orang, namun gaya hidup juga dapat menjadi negatif apabila gaya hidup hanya dijadikan sebagai ajang pemenuhan gengsi yang akan menimbulkan perpecahan berbagai pihak.

#### **10. Kelas Sosial Pelanggan Jasa Pendidikan di SD NU Master Sokaraja**

Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang memiliki kesamaan berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar.<sup>103</sup> Kelas sosial dalam bauran pemasaran jasa pendidikan yang dimaksud adalah bagaimana seorang pelanggan jasa pendidikan memilih sekolah berdasarkan kemampuannya, baik dalam segi pekerjaan, pendidikan, maupun pendapatan. Adapun Kepala SD NU Master Sokaraja menyampaikan beberapa hal terkait kelas sosial yaitu sebagai berikut:

“Nah, kenapa kita punya *pricelist*/harga pendidikan. Itu sebenarnya bukan untuk memilih kelas sosial. Kita itu memilih orang yang niat untuk menyekolahkan, orang yang memiliki tanggung jawab, orang yang memiliki kesadaran penuh, bahwa sekolah yang saya pilih memiliki aturan dan konsekuensi seperti ini, salah satunya biaya. Disini kami tidak melakukan pengelompokan kelas sosial, tetapi dengan *pricelist* yang kami sampaikan. Harapan kami, orang yang

---

<sup>102</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.27 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>103</sup> Ilham dan Hermawati, “Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Pakaian di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur”, *Dinamis Journal Islamic Management and Bussines*, Vol. 1, No. 1, April 2018, hlm. 19.



menyekolahkan anaknya disini adalah orang tua yang sadar secara dewasa bahwa jika menyekolahkan anaknya maka akan memiliki konsep yang seperti ini, salah satunya adalah faktor biaya”.<sup>104</sup>

Menurut pendapat narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa SD NU Master Sokaraja tidak mengklasifikasi pelanggan jasa pendidikan. Adanya harga/biaya pendidikan yang ditawarkan maka secara otomatis akan menentukan minat calon pelanggan jasa pendidikan. Namun hal tersebut tidak dinilai dari kelas sosial tertentu, tapi murni dari kebutuhan dan keinginan orang tua/wali peserta didik, sehingga memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah yang dipilih untuk anak-anaknya. Adapun sekolah juga memfasilitasi perkumpulan wali murid dengan membentuk komunitas. Hal ini juga disampaikan Nur Istikharoh selaku orang tua/wali peserta didik mengenai kelas sosial para wali murid yang ada di SD NU master Sokaraja:

“Kalau kelas sosial biasanya terbentuk dengan sendirinya di luar sekolah, paling ya karena sering kumpul atau mengadakan acara bareng di luar sekolah. Tapi kalau komunitas yang dibentuk sekolah itu ada Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG). Ini yang aktif di sekolah. Kita sering ikut membantu menjalankan program-program di sekolah, misalnya nanti ada acara harlah sekolah, terus kemungkinan ada bazar ramadhan juga, dan masih banyak lagi mba. Kalau komunitas ini malah aktif sekali mba di sekolah”<sup>105</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Dani Sistriani selaku kepala SD NU Master Sokaraja, yang menyampaikan bahwa:

“Kalau di SD NU Master sendiri ada perkumpulan walimurid, kalau kita sebutnya POMG. Nah itu merupakan fasilitas yang diberikan sekolah agar orang tua walimurid memiliki paguyuban yang saling bersosialisasi, saling bersilahturahim satu sama lain. Ada organisasinya, ada ketuanya, ada panitianya juga ketika kita

<sup>104</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.28 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>105</sup> Wawancara dengan Nur Istikharoh selaku Orang Tua/Wali Peserta Didik SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 25 Januari 2023, pukul 11.25 WIB, di Depan Ruang Kelas SD NU Master Sokaraja.



menjalankan sebuah kegiatan, kita juga bekerjasama dengan POMG tersebut. Jadi walimurid itu memiliki sebuah perkumpulan/paguyuban yang memang dibentuk dan difasilitasi oleh sekolah, yang kita bentuk bareng-bareng ada ketuanya, ada wakil ketua, bendahara, sekretaris, dsb.<sup>106</sup>

Adapun Hasan Fauzi selaku Waka Bidang Humas, juga menyampaikan bahwa:

“Kalau disini ada Paguyuban Orangtua Murid dan Guru (POMG). Tapi itu bukan untuk mengklasifikasi atau memisahkan antara yang strata sosialnya lebih tinggi atau bagaimana, tapi POMG ini untuk mengumpulkan aspirasi mereka aja. Jadi kalau kita lihat di SD NU Master ini ya, banyak wali murid yang ibu-ibu rumah tangga yang mereka itu sebenarnya memiliki banyak keahlian dan mereka orang-orang yang berpendidikan, dan mereka orang-orang mampu. Nah, jika kita bisa sinkronkan dengan program-program sekolah maka ini akan menjadi pendukung yang luar biasa. Mereka juga jelas memiliki peran dalam promosi sekolah. Maka, di SD NU Master ini ada POMG. Kita di SD NU Master, ingin pembelajaran di sekolah ini benar-bener pembelajaran yang berhasil, karena pembelajaran yang berhasil itu bukan jadi guru dan siswa saja, namun ada campur tangan dengan orang tua. Setiap kegiatan-kegiatan akan melibatkan orang tua, dengan POMG ini akan memudahkan sekolah untuk kordinasi dengan orang tua. Kalau perkumpulan ibu-ibu sosialita yaitu sudah terbentuk sendiri di luar itu. Mereka kalau udah kumpul-kumpul ya biasanya sesuai dengan kelompoknya masing-masing tapi pada intinya mereka hanya berkelompok biasa saja, tapi kalau secara keseluruhan mereka juga saling membantu satu sama lain”.<sup>107</sup>

Adapun adanya perkumpulan guru dan wali murid ini memberikan dampak positif baik bagi sekolah maupun masyarakat pada umumnya. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh POMG antara lain dijelaskan oleh Kepala SD NU Master yaitu sebagai berikut:

“Tugas mereka adalah mendukung semua kegiatan yang ada di sekolah kemudian membuat suatu kegiatan yang memang bermanfaat contohnya santunan yatim piatu pada saat muharram,

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan Dani Sistriani selaku Kepala SD NU Master Sokaraja, pada Kamis 19 Januari 2023, pukul 16.28 WIB, di Ruang Guru SD NU Master Sokaraja.

<sup>107</sup> Ilham dan Hermawati, “*Pengaruh Faktor Kelas Sosial...*”, hlm. 19.

kemudian ada bazar dimana mereka pasarkan produk mereka, kemudian ada silaturahmi walimurid. Ada juga program membantu ketika walimurid ada yang kesusahan, maka wali murid saling memberikan sebuah bantuan seperti wujud tali kasih mereka. Jadi disini itu sekolah saling bekerjasama untuk menjalankan visi misi dan apa yang sudah menjadi komitmen dari sekolah ini. Misalkan kita ada *parenting* itu juga kerjasama dengan POMG. Kita juga akan melaksanakan Harlah SD NU Master, *event-event* donor darah, cek mata, santunan, dll kita juga bekerja sama dengan POMG. Jadi saling bekerjasama, itulah yang menjadi wadah bagi walimurid di sekolah ini, yang terjalin sejak awal agar kebutuhan-kebutuhan yang sekolah ingin capai, walimurid saling membantu. Jadi tidak ada kelas sosial yang membedakan, semua itu sama.”

Berdasarkan beberapa pernyataan dari narasumber di atas, maka dapat diketahui bahwa kelas sosial di SD NU Master Sokaraja dimaknai sebagai sebuah perkumpulan wali murid yang di wadah oleh sekolah dengan membentuk Paguyuban Orangtua Murid dan Guru (POMG). POMG ini dibentuk secara resmi dan memiliki kepengurusan khusus. Tujuan dibentuk POMG ini adalah untuk mengumpulkan aspirasi wali murid dan guru, mendukung terselenggarakannya program sekolah, membantu wali murid yang kesusahan, serta sebagai strategi untuk promosi SD NU Master Sokaraja.

Berikut merupakan hasil penelitian *marketing mix* atau bauran pemasaran jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja yang terdiri dari produk jasa pendidikan, harga/biaya jasa pendidikan, tempat/lokasi jasa pendidikan, promosi jasa pendidikan, orang/SDM jasa pendidikan, bukti fisik jasa pendidikan, proses penyaluran jasa pendidikan, kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial pelanggan jasa pendidikan. Hasil analisis tersebut akan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Penelitian Marketing Mix Jasa Pendidikan

NO	BAURAN PEMASARAN	HASIL PENELITIAN
1.	PRODUK	<p><b>Program Unggulan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Program Baca Tulis dan Tahfidz Qur'an (BTTQ) Penguatan bacaan Al-Qur'an, cara menulis ayat Al-Qur'an, pendalaman tajwid, dan pembelajaran akidah, dengan bahan ajar kitab-kitab ala pondok pesantren.</li> <li>b. Program <i>Multiple Language</i> (Inggris, Arab, Jawa) Program bahasa inggris dan bahasa arab mendatangkan <i>native speaker</i> dari berbagai negara. Program bahasa jawa mendatangkan Budayawan Banyumas.</li> <li>c. Program Komputer Edukasi Pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sejak kelas 1</li> <li>d. Program <i>Parenting</i> dan Konseling Mengundang narasumber yang ahli dalam bidangnya, dengan tema <i>parenting</i> yang disesuaikan dengan kebutuhan.</li> <li>e. Program Pendidikan Karakter Berbasis Kecakapan Hidup (<i>Life Skill</i>) <ul style="list-style-type: none"> <li>1) Kecakapan Hidup/Kemandirian <ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Morning routinity</i> meliputi: apel pagi, hormat bendera, Indonesia Raya, Yalal Wathon, dan Mars SD NU Master, asmaul husna, <i>muroja'ah</i> surat-surat pendek, hafalan hadits, hafalan do'a, hafalan sholawat, membuat stimulasi "<i>saya hari ini sedang merasa apa? sedih atau bahagia?</i>" untuk menetralsir emosi peserta didik sebelum KBM.</li> <li>b) <i>Afternoon routinity</i> meliputi: <i>review/cooling down</i>, berdoa, menyanyikan lagu nasional dan daerah.</li> </ul> </li> <li>2) Kecakapan Bakat Minat <i>Entrepreneurship</i> dalam bentuk kegiatan <i>Market Day</i>.</li> </ul> </li> <li>f. Program <i>Boarding</i> Kelas 6 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) Program asrama/pesantren khusus untuk kelas 6</li> <li>2) Memiliki <i>sanad</i> keilmuan dari Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Ekstrakulikuler</b> Renang, Olah Vokal, Prakarya, Hadroh, Tari, <i>English Club</i>, Pencak Silat Pagar Nusa, Menggambar, Basket,</p>

		Futsat, <i>Cooking</i> , Takraw.
2.	<b>HARGA/BIAYA</b>	<p><b>Sumber Dana</b> Sumber dana berasal dari yayasan, pemerintah, orang tua/wali peserta didik.</p> <p><b>Penetapan Biaya</b> Biaya disesuaikan dengan program, dan disampaikan secara terbuka. Rincian biaya pendidikan tahun pelajaran 2023/2024 sejumlah Rp. 8.100.000 yang meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pendaftaran : Rp.250.000</li> <li>b. SPP/bulan : Rp. 375.000</li> <li>c. Seragam : 950.000</li> <li>d. Kegiatan : Rp. 3.025.000</li> <li>e. Perawatan Gedung : 3.500.000</li> </ul> <p><b>Diskon/Potongan Biaya</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Siswa kakak beradik Orang tua yang menyekolahkan dua atau lebih anaknya di SD NU Master Sokaraja.</li> <li>b. Jenjang berkelanjutan Peserta didik merupakan alumni dari TK Masyithoh Sokaraja</li> <li>c. Pendaftar pada saat Harlah SD NU Master Sokaraja Orang tua yang mendaftarkan anaknya bertepatan dengan hari lahir SD NU Master Sokaraja.</li> <li>d. Pendaftar membayar lunas Orang tua yang membayar biaya pendidikan secara langsung/lunas tanpa dicicil atau mampu menyelesaikan pembayaran dalam jangka waktu tertentu.</li> </ul>
3.	<b>TEMPAT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kepemilikan tanah dan bangunan merupakan tanah milik pribadi yang diwakafkan kepada LP Ma'arif</li> <li>b. Lokasi ditengah pemukiman padat penduduk, namun dekat dengan pusat pemerintahan dan pusat kesehatan.</li> <li>c. Akses jalan cukup sempit dan sering terjadi kemacetan</li> <li>d. Pusat berkumpul antar komunitas internal dari yayasan diantaranya yaitu TK, TPQ, dan SD Master itu sendiri, dan komunitas eksternal diantaranya fatayat, muslimat, banser, serta komunitas lain dibawah naungan NU.</li> </ul>
4.	<b>PROMOSI</b>	<p><b>Mengidentifikasi Kebutuhan Pasar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan penyebaran angket kepada wali murid TK, perkumpulan PKK, fatayat, dan muslimat NU.</li> <li>b. Melakukan studi banding atau kunjungan ke SD Nasima Semarang, dengan tujuan menambah</li> </ul>

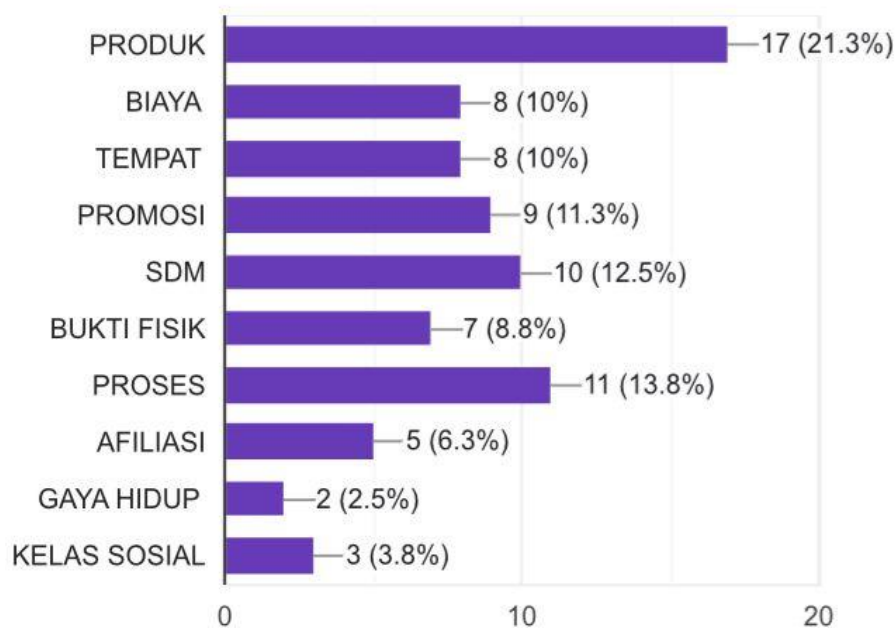


		<p>wawasan dan pengetahuan tenaga pendidik dan kependidikan di SD NU Master Sokaraja.</p> <p><b>Media Promosi</b></p> <p>a. Promosi melalui Media Sosial Instagram, facebook, whatsapp, twitter, website, dan youtube</p> <p>b. Promosi melalui Kunjungan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kunjungan ke TK di wilayah Kabupaten Banyumas dan sekitarnya,</li> <li>2) Kunjungan ke pondok pesantren,</li> <li>3) Kunjungan ke perkumpulan guru TK (PGTK)</li> <li>4) Kunjungan cara-acara NU</li> <li>5) Kunjungan ke pusat pembelanjaan untuk mengadakan acara pameran dan promosi.</li> </ol> <p>c. Promosi melalui <i>Event</i> Harlah SD NU Master Sokaraja</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sholawatan dan doa bersama</li> <li>2) Perlombaan antar siswa dan guru TK</li> <li>3) Jalan sehat dan pembagian <i>dorprize</i></li> <li>4) Donor darah, cek kesehatan, dan <i>sreening</i> mata gratis</li> </ol> <p><b>Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)</b></p> <p>a. Tahapan PPDB PPDB <i>online</i>: <a href="https://s.id/ppdbsdnumaster">https://s.id/ppdbsdnumaster</a> PPDB <i>offline</i>: Jalan Krida Mandala, Sokaraja Tengah, Banyumas.</p> <p>b. Orientasi Kematangan Usia Belajar (OKUB)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Tujuan OKUB Tujuan OKUB adalah untuk mengetahui seberapa jauh kematangan dalam belajarnya memasuki usia SD sehingga sekolah dapat mengetahui sejak awal mengenai pola perilaku belajar calon peserta didik dimana nantinya akan memudahkan sekolah dalam menentukan strategi pembelajaran.</li> <li>2) Kegiatan OKUB Kegiatan OKUB meliputi: kemampuan akademik (baca tulis hitung), kemampuan dalam membaca dan belajar Al-Qur'an, kemampuan psikologi dan wawancara dengan wali peserta didik mengenai perkembangan pola tingkah laku anak.</li> </ol> <p>c. Waktu PPDB PPDB Tahun Pelajaran 2023/2024 dilaksanakan pada: Gelombang 1 (1 Desember 2022 - 31 Maret 2023) Gelombang 2 (1 April 2022 - 30 Juni 2023)</p>
5.	SDM	<p><b>Jumlah Tenaga Pendidik dan Kependidikan</b> SDM Tenaga Pendidik dan Kependidikan meliputi:</p>

		<p>Kepala sekolah (1 orang), guru kelas (18 orang), guru mapel (15 orang), tenaga administrasi (4), penjaga sekolah K3 (3).</p> <p><b>Perekrutan Tenaga Pendidik dan Kependidikan</b></p> <p>a. Tahapan Seleksi tenaga pendidik meliputi: administrasi, menulis, wawancara, dan <i>micro teaching</i>.</p> <p>b. Tahapan Seleksi tenaga kependidikan meliputi: administrasi, tertulis, dan wawancara.</p>
6.	<b>BUKTI FISIK</b>	<p><b>Keunggulan/Kelebihan Fasilitas</b></p> <p>a. Bangunan Hak Milik</p> <p>b. Semua Ruangan memiliki AC</p> <p>c. Kelas dibatasi maksimal 20-25 siswa agar lebih kondusif</p> <p><b>Kendala/Kekurangan Fasilitas</b></p> <p>a. Aula</p> <p>b. Lapangan Olahraga</p> <p>c. Tempat Parkir</p> <p>d. Laboratorium IPA</p> <p>e. Perpustakaan Digital</p> <p>f. Kelas Inklusi</p>
7.	<b>PROSES</b>	<p><b>Pelayanan Jasa Pendidikan</b></p> <p>a. Menggunakan metode pembelajaran yang menarik</p> <p>b. Menyesuaikan karakteristik peserta didik</p> <p>c. Penggunaan teknologi saat pembelajaran</p> <p>d. Memberikan pelayanan peserta didik berkebutuhan khusus</p> <p><b>Kepuasan Pelanggan Jasa Pendidikan</b></p> <p>a. Memberikan tanggapan/respon yang cepat</p> <p>b. Memberikan informasi khusus kepada siswa yang bermasalah</p>
8.	<b>KEBUTUHAN AFILIASI</b>	<p><b>Afiliasi Pelanggan Jasa Pendidikan</b></p> <p>Latar belakang afiliasi orang tua/wali peserta didik di SD NU Master Sokaraja sangat beragam. Meskipun demikian, sekolah tetap mengajarkan <i>amaliyah</i> atau program yang sesuai dengan <i>ahlussunnah wal jama'ah an-nahdhiyah</i></p> <p><b>Afiliasi Tenaga Pendidik dan Kependidikan</b></p> <p>a. Kualifikasi tenaga pendidik dan kependidikan SD NU Master harus memiliki afiliasi dengan NU.</p> <p>b. Tenaga pendidik dan kependidikan di luar afiliasi NU, maka secara otomatis tenaga pendidik dan kependidikan tersebut akan tetap mengikuti program-program atau aktivitas-aktivitas keagamaan berdasarkan <i>amaliyah</i> NU.</p>

		c. Sekolah melakukan pengecasan atau peningkatan tentang wawasan ke-NU-an kepada tenaga pendidik dan kependidikan.
9.	<b>GAYA HIDUP</b>	<p>a. Pelanggan jasa pendidikan yang dalam hal ini adalah orang tua/wali peserta didik memiliki gaya hidup yang berbeda-beda.</p> <p>b. Sekolah berupaya untuk memfasilitasi dan mengarahkan para pelanggan jasa pendidikan kedalam gaya hidup yang positif, yaitu dengan mengadakan program-program yang bekerja sama dengan wali murid, serta menyerahkan kepanitiaan kepada wali murid.</p>
10.	<b>KELAS SOSIAL</b>	<p>a. SD NU Master Sokaraja tidak mengklasifikasi pelanggan jasa pendidikan</p> <p>b. Membentuk Paguyuban Orangtua Murid dan Guru (POMG).</p> <p>c. POMG ini dibentuk secara resmi dan memiliki kepengurusan khusus.</p> <p>d. Tujuan dibentuk POMG adalah untuk mengumpulkan aspirasi wali murid dan guru, mendukung terselenggarakannya program sekolah, membantu wali murid yang kesusahan, sebagai strategi untuk promosi, serta untuk meminimalisir adanya kelas sosial yang menimbulkan perpecahan atau permusuhan.</p>

Adapun sebagai penguat data penelitian, peneliti membagikan angket/kuisisioner kepada orang tua/wali peserta didik, kuisisioner tersebut dibagikan melalui *google form*, dan link tersebut dibagikan melalui grup whatsapp Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG), sehingga wali murid yang berkenan untuk mengisi kuisisioner/angket tersebut dapat langsung mengakses melalui link yang dibagikan tersebut. Adapun kuisisioner atau angket tersebut berisi tentang alasan orang tua/wali peserta didik memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk anak-anaknya. Kuisisioner ini meliputi beberapa pilihan yang berkaitan dengan variabel atau unsur-unsur dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) jasa pendidikan. Pada penelitian ini, jumlah responden yang mengisi kuisisioner sebanyak 80 orang dengan masing-masing pilihan indikator bauran pemasaran yang berbeda-beda. Hasil dari pengisian kuisisioner tersebut dapat dilihat pada grafik di bawah ini:



Berdasarkan grafik mengenai pilihan *marketing mix* (bauran pemasaran) di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

1. 17 orang tua peserta didik memilih Produk, dengan persentase 21,3%
2. 8 orang tua peserta didik memilih Harga, dengan persentase 10%
3. 8 orang tua peserta didik memilih Tempat, dengan persentase 10%
4. 9 orang tua peserta didik memilih Promosi, dengan persentase 11,3%
5. 10 orang tua peserta didik memilih SDM, dengan persentase 12,5 %
6. 7 orang tua peserta didik memilih Bukti Fisik, dengan persentase 8,8%
7. 11 orang tua peserta didik memilih Proses, dengan persentase 13,8%
8. 5 orang tua peserta didik memilih Kebutuhan Afiliasi, dengan persentase 6,3%
9. 2 orang tua peserta didik memilih Gaya Hidup, dengan persentase 2,5%
10. 3 orang tua peserta didik memilih Kelas Sosial, dengan persentase 3,8%

Maka dapat diketahui bahwa pilihan terbanyak dari beberapa indikator bauran pemasaran tentang alasan orang tua/wali peserta didik memilih SD NU Master Sokaraja adalah pada indikator produk jasa pendidikan, dengan persentase 21,3% atau sebanyak 17 orang tua peserta didik



yang memilih indikator produk. Hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan jasa pendidikan di sekolah di SD NU Master Sokaraja paling banyak memiliki ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan yaitu berupa program-program unggulan dan ekstrakurikuler yang diselenggarakan oleh SD NU Master Sokaraja.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Bauran pemasaran dalam lembaga pendidikan bertujuan untuk membantu memahami hal apa yang harus difokuskan dalam upaya pemasaran jasa pendidikan. SD NU Master Sokaraja sudah melakukan pemasaran jasa pendidikan dengan melakukan aktualisasi beberapa bauran pemasaran (*marketing mix*). SD NU Master Sokaraja melakukan analisis bauran pemasaran yang terdiri dari: produk, harga, tempat, promosi, SDM, bukti fisik, dan proses, serta memperhatikan siklus sosial seperti kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial.

Aktualisasi dari beberapa indikator *marketing mix* (bauran pemasaran) di SD NU Master Sokaraja adalah sebagai berikut:

1. Produk jasa pendidikan yang ditawarkan diwujudkan dengan adanya program-program unggulan dan ekstrakurikuler sekolah.
2. Harga/biaya pendidikan di sekolah disesuaikan dengan program yang diselenggarakan. Sekolah juga memberikan diskon/potongan harga bagi kategori tertentu.
3. Tempat/lokasi yang disediakan terjamin dari segi legalitas dan tata letak.
4. Promosi dilakukan melalui media sosial, kunjungan/sosialisasi, dan acara besar sekolah.
5. Orang/SDM yang terlibat dalam pemasaran maupun penyaluran jasa pendidikan meliputi kepala sekolah, guru, dan karyawan.
6. Bukti fisik yang disediakan meliputi fasilitas-fasilitas yang mendukung berjalannya kegiatan belajar mengajar.
7. Proses penyaluran jasa pendidikan mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan.
8. Kebutuhan afiliasi pelanggan jasa pendidikan beragam, sekolah tetap mengajarkan *amaliyah* atau program yang sesuai dengan *ahlussunnah wal*

*jama'ah an-nahdhiyah* karena SD NU Master Sokaraja memiliki afiliasi dengan NU.

9. Gaya hidup pelanggan jasa pendidikan berbeda-beda, sekolah mengarahkan kepada hal-hal yang positif yaitu dengan mengadakan program-program yang bekerjasama dengan wali murid.
10. Kelas sosial pelanggan jasa pendidikan beragam, sekolah membentuk Paguyuban Orangtua Murid dan Guru (POMG) untuk mengumpulkan aspirasi, mendukung program, dan membantu sesama wali murid.

Adapun berdasarkan beberapa bauran pemasaran tersebut, hasil penyebaran angket/kuisisioner menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang paling diminati oleh pelanggan jasa pendidikan adalah produk. Hal itu membuktikan bahwa produk yang berupa program-program unggulan dan ekstrakurikuler di SD NU Master Sokaraja, menjadi daya tarik bagi para orang tua/wali peserta didik, sehingga mereka memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk anak-anaknya.

## **B. Saran**

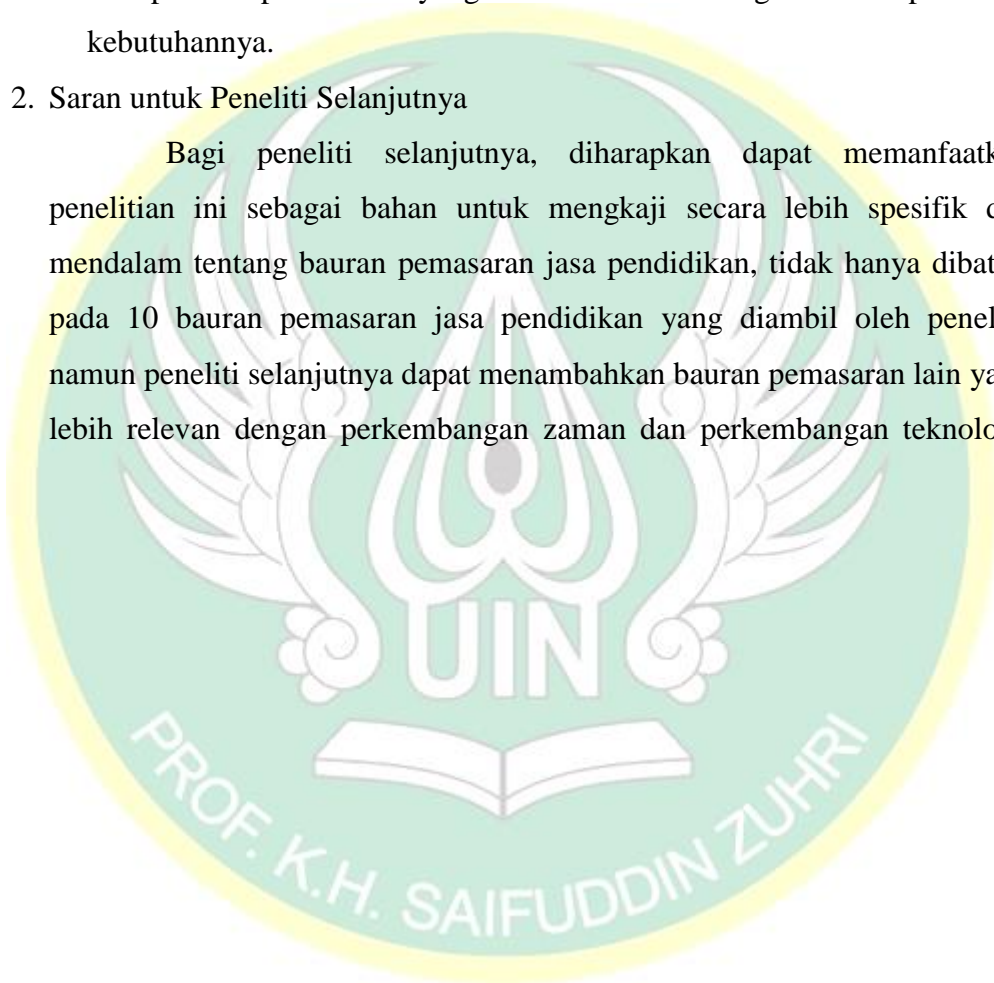
Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan rekomendasi atau saran. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk Lembaga
  - a. Perlunya pengadaan sarana dan prasarana yang dapat mendukung terselenggarakannya program-program dan ekstrakurikuler di SD NU Master Sokaraja, terutama dalam hal ruangan yang masih rangkap/digabung dengan ruangan lain.
  - b. Perlunya mengadakan koordinasi dengan sekolah lain yang berada di area yang sama, terkait jadwal drop/penjemputan peserta didik, agar tidak terjadi kemacetan di sekitar area SD NU Master Sokaraja, serta untuk menghindari hal-hal yang bersifat mengganggu kenyamanan warga sekitar.

- c. Perlunya program pelatihan dan pengembangan pembelajaran berbasis ICT terhadap tenaga pendidik dan kependidikan, sehingga pembelajaran berbasis digital di SD NU Master Sokaraja segera terwujud.
- d. Perlunya menciptakan kelas inklusi secara khusus, agar peserta didik di SD Master Sokaraja yang memiliki kelainan baik secara fisik, emosional, atau yang memiliki potensi kecerdasan/bakat istimewa, dapat memperoleh pendidikan yang bermutu sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya.

## 2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai bahan untuk mengkaji secara lebih spesifik dan mendalam tentang bauran pemasaran jasa pendidikan, tidak hanya dibatasi pada 10 bauran pemasaran jasa pendidikan yang diambil oleh peneliti, namun peneliti selanjutnya dapat menambahkan bauran pemasaran lain yang lebih relevan dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Rahmat Hidayat dan. *Ilmu Pendidikan*. Medan: LPPPI, 2019.
- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Agusna, Tihalmah dan Chairi. "Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelanggan di SMK N 1 Pasie Raya Aceh Jaya." *Jurnal Intelektualita Prodi MPI FTK AIN Ar-Raniry* 10 (Januari-Juni 2021): 58.
- Ali Sadikin, dkk. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Alma, Buchari. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Amiruddin. *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*. Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Ardiva Zakia, dkk. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelas Sosial : Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi." *JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3 (Mei 2022): 451.
- Ari Setyaningrum, dkk. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Bedi, Fisman. *Strategi Pemasaran Madrasah Tsanawiyah di Kota Bandar Lampung*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2021.
- Christine. "'Analisis Pengaruh Marketing Mix &P Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo Semarang)'" *Industrial Engineering Online Journal* 6 (2017).
- Cleopatra, Maria. "Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika." *Jurnal Formatif* 5 (2015): 169.
- Data Pokok Kemendikbud "SD NU Master Sokaraja"*.  
<https://dapo.kemendikbud.go.id> (accessed Mei 1, 2023).
- E-Book, Mokoginta. *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi Interna*.
- Faizin, Imam. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah." *Jurnal Madaniyah* 7 (Agustus 2017): 262.
- Farida Yulianti, dkk. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

- Firmanto, Hefrina Rinjani dan Ari. "“Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja”." *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* 01 (Januari 2013).
- Hakim, Abdul. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Harahap, Sofyan. *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Studi Kasus di SDIT Muhammadiyah Gunung Terang Bandar Lampung*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2021.
- Hartati, Ismail Nurdin dan Sri. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Hashtanti, Utama dan Sri Waiji. "Bauran Marketing Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13 (Desember 2018): 190.
- Hermawati, Ilham dan. "Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Pakaian di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur." *Dinamis Journal Islamic Management and Bussines* 1 (April 2018): 19.
- Hidayat, Imam Machali dan Ara. *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Konsumen dan Layolitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Idris, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Imam Faizin, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah." *Jurnal Madaniyah* 7 (Agustus 2017): 270.
- Ismanto, Juli. *Manajemen Pemasaran*. Banten: Unpam Press, 2020.
- Khakimatusodiqoh. *Strategi Marketing Mix dalam Mewujudkan Sekolah Unggulan*. Cirebon: PT Arr Rad Pratama, 2023.
- Kholis, Nur. "Pendidikan dalam Upaya Memajukan Teknologi." *Jurnal Kependidikan* 1 (November 2013): 25.

- Lestari, Ni Gusti ayu made Yeni. "“Program Parenting untuk menumbuhkan Kesadaran Pentingnya Keterlibatan Orang Tua di PAUD”." *Pratama Widya: Jurnal Kependidikan Anak usia Dini* 4 (April 2019).
- Madani, Jalaluddin. *Strategi Marketing Pendidikan untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Sekolah Menengah Kejuruan Mosthofa Pondok Pesantren Nurul Islam Waru Pamekasan*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020.
- Maisah, dkk. "Penerapan 7P Sebagai Pemasaran Pendidikan Tinggi." *Jurnal JEMSI* 1 (Maret 2020): 328.
- Master, NU. "Sejarah SD NU Master Sokaraja". <https://sdnumaster.sch.id> (accessed Mei 1, 2023).
- Maya, Sarifudin dan Rahendra. "“Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Falah Bogor”." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2 (2019).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif, ed. Revisi cet 24*. Bandung: Rosdakarya, 2007.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: 2014, 2014.
- Najihaturrohmah. "“Implementasi Program Boarding School dalam Pembentukan Karakter Siswa di SMA Negeri Cahaya Madani Banten Boarding School Pandeglang”." *Tarbawi* (3), Desember 2017.
- Ngatno. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EP Press Digimedia, 2018.
- Ningsih, Tutuk. *Sosiologi Pendidikan*. Banyumas: Rizquna, 2020.
- Noor, Zulki Zulkifli. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2010.
- Nugroho, Bilqis Ansori dan Rivo. "Strategi Pemasaran Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 4 (2016): 2.
- Nurjana, Suca Rusdian dan Iis Ayu. "“Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ramen Ranjang 69)”." *Jurnal Prismakom* 17 (Juli 2020).

- Nurrakhim, Wheni Mastna. *Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing di MIT Nurul Amal Parang Mageetan (Studi Kasus dalam Perspektif Manajemen Strategik Generik Michael Porter)*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.
- Nurrohmah, Umul. "“Analisis Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Salah Satu Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)”." *Profit: Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 12 (Februari 2023).
- Pos, Jawa. *radarsemarang.jawapos.com*. Juli 2, 2022. <https://radarsemarang.jawapos.com> (accessed Oktober 26, 2022).
- Priyono. *Pengantar Manajemen*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2007.
- Rahayu, Nuliyati. "Implementasi Strategi Marketing Mix dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Negeri 2 Yogyakarta." *Jurnal Qurroti Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini* 2 (April 2020).
- Rahmani, M Hasbi. *Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi di SMP IT Al Ghazali Palangkaraya*. Palangkaraya: IAIN Palangkaraya, 2017.
- Rifa'i, Candra Wijaya dan Muhammad. *Dasar-dasar Manajemen (Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien)*. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- Rohman, Abd. *Dasar-dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media, 2017.
- Roqib, Moh. *Ilmu Pendidikan Islam Pengembangan Pendidikan Integratif di Sekolah Keluara dan Masyarakat*. Yogyakarta: LKiS, 2021.
- Sagala, Syaiful. *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan: Pembuka Ruang Kreativitas, Inovasi, dan Pemberdayaan Potensi Sekolah dalam Sistem Otonomi Sekolah*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Sari, Maya. "Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Saat Pandemi Covid-19 di SMK Muhammadiyah Pagar Alam." *Manajemen of Edication: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2022 .
- Satriadi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2021.



- Sefudin, Akhmad. "Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 4P ke 4C (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI)." *Journal of Applied Bussiness and Economics* 1 (September 2014).
- Shaumi, Ayu Nur. "Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skill) dalam Pembelajaran Sains di SD/MI." *Terampil Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar* 2 (Desember 2015).
- Shobri, Muwafiqus. "Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah." *Jurnal Al-Yazidiy: Ilmu Sosial, Humaniora, dan Pendidikan* 4 (2022).
- Sudjatno, Bakti Hasanudin dan. "Pengaruh Kebutuhan Afiliasi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Line@ Organisasi Kampus Badan Eksekutif Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 6 (2018): 2.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualiatatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suhelayanti, dkk. *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- W.Mahardika, M.Anang Firmansah dan Budi. *M.Anang Pengantar Manajemen*. Yogaykarta: CV Budi Utama, 2018.
- Wahyudi, Kacung. "Manajemen Pemasaran Pendidikan." *Jurnal Kariman* 5 (Juni 2017).
- Widyana, Musa Masing dan Rahma. "Marketing Mix Method Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Kristen Barana." *Jurnal Pendidikan Indonesia* 2 (Maret 2021).
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Winardi. *Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Bandung: Mandar Maju.
- Winarso, Mulyadi dan Widi. *Pengantar Manajemen*. Banyumas: CV Pena Persada, 2020.
- Wiyani, Novan Ardy. *Total Quality Management dalam Pendidikan Konsep dan Implementasinya*. Yogkatarta: Gava Media, 2020.

Wiyono, Bambang. "Produk-produk Jasa Pendidikan." *Intizam : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3 (April 2020): 37.

Yuwono, Markus. *yogyakarta.kompas.com*. Juli 18, 2022.  
<https://yogyakarta.kompas.com> (accessed Oktober 26, 2022).

Zakia, Ardiva. "“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelas Sosial : Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi”." *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3 (Mei 2022).



## **LAMPIRAN**

### **INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA**

#### **A. Pedoman Observasi**

Peneliti melakukan observasi untuk melihat secara langsung lokasi penelitian, serta mencatat hal-hal yang berkaitan dengan *marketing mix* jasa pendidikan di SD NU Master Sokaraja. Adapun peneliti telah melakukan observasi pendahuluan pada 17 Oktober 2022 di SD NU Master Sokaraja. Observasi pendahuluan dilakukan untuk mengetahui terlebih dahulu lokasi penelitian serta hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian. Hal-hal yang dapat diamati saat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengamati kondisi fisik sekolah, seperti bentuk gedung, kondisi bangunan, ruangan kelas, tempat parkir, serta fasilitas sekolah yang lainnya
2. Mengamati proses pelaksanaan kegiatan pemasaran jasa pendidikan baik pada saat penerimaan peserta didik baru, maupun kegiatan promosi sekolah.
3. Mengamati proses penyaluran jasa pendidikan yaitu pada kegiatan belajar mengajar.

Data yang didapat pada saat observasi kemudian akan ditindaklanjuti dengan menggunakan teknik wawancara kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah penelitian, serta didukung dengan adanya dokumentasi dan kuisisioner/angket.

#### **B. Pedoman Wawancara**

Wawancara dilakukan kepada kepala sekolah, guru, TU, dan orangtua/wali peserta didik, dengan menggunakan model wawancara semi terstruktur, yaitu dengan cara menyusun pedoman wawancara beserta pertanyaan-pertanyaan yang akan disampaikan kepada narasumber, selain itu peneliti juga meminta pendapat dan ide-ide dari narasumber agar peneliti menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Peneliti juga melakukan wawancara secara langsung (*face to face*) dengan narasumber. Wawancara

dilaksanakan mulai 19 Januari 2023 sampai data yang dibutuhkan terkumpul secara lengkap. Peneliti melakukan wawancara di SD NU Master Sokaraja maupun tempat yang ditentukan oleh narasumber. Daftar pertanyaan berkaitan dengan bauran pemasaran/*marketing mix* jasa pendidikan (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses, kebutuhan afiliasi, gaya hidup, dan kelas sosial). Berikut merupakan daftar pertanyaan yang akan disampaikan kepada narasumber:

<b>DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN KEPALA SEKOLAH</b>	
<b>Indikator Bauran Pemasaran</b>	<b>Pertanyaan</b>
<b>Produk</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk pendidikan apa saja yang ditawarkan SD NU Master Sokaraja?</li> <li>2. Apa saja prestasi akademik dan non akademik yang pernah diraih oleh SD NU Master Sokaraja?</li> <li>3. Jenis program dan ekstrakurikuler apa saja yang sudah terlaksana dan yang belum terlaksana di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>4. Bagaimana kepala sekolah melakukan evaluasi terhadap masing-masing program di SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>
<b>Harga</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah dalam menentukan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja menyesuaikan dengan program-program yang ada?</li> <li>2. Darimana sumber dana operasional SD NU Master Sokaraja?</li> <li>3. Apakah ada promosi/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>4. Apakah terdapat keluhan dari orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>5. Apakah ada pengawasan dari kepala sekolah dalam pembiayaan pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>
<b>Tempat</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah bangunan SD NU Master Sokaraja milik pribadi/keluarga/ yayasan?</li> <li>2. Apakah lokasi SD NU Master Sokaraja ini sudah strategis?</li> <li>3. Apakah SD NU Master Sokaraja memiliki rencana untuk membangun gedung baru?</li> </ol>
<b>Promosi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana SD NU Master Sokaraja mengidentifikasi kebutuhan pasar?</li> <li>2. Siapa yang melakukan pemasaran pendidikan SD NU Master Sokaraja?</li> <li>3. Bagaimana Teknis pelaksanaan PPDB SD NU</li> </ol>



	<p>Master Sokaraja?</p> <p>4. Berapa target setiap tahun perekrutan peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</p>
<b>Orang</b>	<p>1. Berapa jumlah siswa, guru dan staf di SD NU Master Sokaraja?</p> <p>2. Apakah ada guru atau staf di SD NU Master Sokaraja yang bertugas rangkap?</p>
<b>Bukti Fisik</b>	<p>1. Apakah fasilitas di SD NU Master Sokaraja udah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah?</p> <p>2. Bagaimana kepala sekolah mengavaluasi fasilitas SD NU Master Sokaraja?</p>
<b>Proses</b>	<p>1. Bagaimana guru SD NU Master Sokaraja mengelompokkan siswa saat aktivitas pembelajaran di kelas?</p> <p>2. Apa saja kegiatan peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</p> <p>3. Apakah ada kendala atau keluhan dari orangtua peserta didik dalam proses pembelajaran di SD NU Master Sokaraja?</p>
<b>Kebutuhan Afiliasi</b>	<p>1. Apakah SD NU Master Sokaraja berdiri di naungan NU?</p> <p>2. Apakah semua pelanggan pendidikan/orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja beranggotakan NU?</p> <p>3. Apakah kualifikasi tenaga pendidikan dan karyawan di SD NU Master Sokaraja harus beranggotakan NU?</p>
<b>Gaya Hidup</b>	<p>Bagaimana pandangan kepala sekolah terkait dengan gaya hidup orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</p>
<b>Kelas Sosial</b>	<p>Bagaimana pandangan kepala sekolah terkait dengan kelas sosial orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</p>

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA  
DENGAN WAKA HUMAS**

<b>Indikator Bauran Pemasaran</b>	<b>Pertanyaan</b>
<b>Produk</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk pendidikan apa saja yang ditawarkan SD NU Master Sokaraja?</li> <li>2. Jenis program dan ekstrakurikuler apa saja yang sudah terlaksana dan yang belum terlaksana di SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>
<b>Harga</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah dalam menentukan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja menyesuaikan dengan program-program yang ada?</li> <li>2. Darimana sumber dana operasional SD NU Master Sokaraja?</li> <li>3. Apakah ada promosi/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>4. Apakah SD NU Master Sokaraja memberikan toleransi waktu pembayaran biaya pendidikan?</li> </ol>
<b>Tempat</b>	Apakah bangunan SD NU Master Sokaraja milik pribadi/keluarga/ yayasan?
<b>Promosi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana SD NU Master Sokaraja melakukan promosi? Media apa saja yang digunakan? dan kapan?</li> <li>2. Bagaimana Teknis pelaksanaan PPDB SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>
<b>Orang</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berapa jumlah siswa, guru dan staf di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>2. Bagaimana teknis perekrutan guru dan staf di SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>
<b>Bukti Fisik</b>	Fasilitas apa yang belum terpenuhi di SD NU Master Sokaraja?
<b>Proses</b>	Apakah guru melaksanakan proses pembelajaran di kelas secara kondusif dan interaktif? Bagaimana pendapat bapak tentang proses pembelajaran di kelas?
<b>Kebutuhan Afiliasi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah semua pelanggan pendidikan/orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja beranggotakan NU?</li> <li>2. Apakah kualifikasi tenaga pendidikan dan karyawan di SD NU Master Sokaraja harus beranggotakan NU?</li> </ol>
	Bagaimana pandangan bapak terkait dengan gaya hidup orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?

<b>Gaya Hidup</b>	
<b>Kelas Sosial</b>	Bagaimana pandangan bapak terkait dengan kelas sosial orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?

<b>DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN GURU</b>	
<b>Indikator Bauran Pemasaran</b>	<b>Pertanyaan</b>
<b>Produk</b>	Produk pendidikan apa saja yang ditawarkan SD NU Master Sokaraja?
<b>Harga</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah dalam menentukan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja menyesuaikan dengan program-program yang ada?</li> <li>2. Apakah ada promosi/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>
<b>Tempat</b>	Apakah bangunan SD NU Master Sokaraja milik pribadi/keluarga/ yayasan?
<b>Promosi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana SD NU Master Sokaraja mengetahui kebutuhan pasar?</li> <li>2. Bagaimana SD NU Master Sokaraja melakukan promosi?</li> </ol>
<b>Orang</b>	Bagaimana teknis perekrutan guru dan staf di SD NU Master Sokaraja?
<b>Bukti Fisik</b>	Apakah fasilitas di SD NU Master Sokaraja udah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah?
<b>Proses</b>	Bagaimana guru SD NU Master Sokaraja mengelompokkan siswa saat aktivitas pembelajaran di kelas?
<b>Kebutuhan Afiliasi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah semua pelanggan pendidikan/orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja beranggotakan NU?</li> <li>2. Apakah kualifikasi tenaga pendidikan dan karyawan di SD NU Master Sokaraja harus beranggotakan NU?</li> </ol>
<b>Gaya Hidup</b>	Bagaimana pandangan ibu terkait dengan gaya hidup orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?
<b>Kelas Sosial</b>	Bagaimana pandangan ibu terkait dengan kelas sosial orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA  
DENGAN ORANG TUA PESERTA DIDIK**

<b>Indikator Bauran Pemasaran</b>	<b>Daftar Pertanyaan</b>
<b>Produk</b>	Bagaimana pendapat ibu mengenai produk yang ditawarkan oleh SD NU Master Sokaraja?
<b>Harga</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana pendapat ibu terkait biaya pendidikan yang ditawarkan ? apakah sudah sesuai dengan pelayanan yang diberikan?</li> <li>2. Apakah ada promo/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>3. Apakah SD NU Master Sokaraja memberikan laporan/rincian biaya sebagai wujud transparasi sekolah?</li> </ol>
<b>Tempat</b>	Apakah lokasi SD NU Master Sokaraja tergolong strategis dan mudah dijangkau?
<b>Promosi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Darimana ibu mengetahui informasi tentang SD NU Master Sokaraja? dari mulut ke mulut? media sosial? atau yang lainnya?</li> <li>2. Apakah promosi yang dilakukan oleh SD NU Master Sokaraja sesuai dengan kondisi/keadaan yang sebenarnya?</li> <li>3. Bagaimana cara ibu mendaftarkan putra-putrinya pada saat penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>
<b>Orang</b>	Bagaimana pendapat ibu terkait pelayanan yang diberikan oleh kepala sekolah, guru, dan karyawan di SD NU Master Sokaraja?
<b>Bukti Fisik</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah sarana dan prasarana di SD NU Master Sokaraja sudah sesuai dengan kebutuhan peserta didik?</li> <li>2. Fasilitas apa yang masih belum terpenuhi?</li> </ol>
<b>Proses</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana pendapat ibu terkait kegiatan belajar-mengajar di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>2. Apakah peserta didik mengalami peningkatan baik dalam bidang akademik maupun non akademik setelah mengikuti proses pembelajaran di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>3. Apakah guru dan karyawan mampu menghadapi keluhan dari orang tua/wali peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</li> </ol>



<b>Kebutuhan Afiliasi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena sekolah tersebut berada dibawah naungan NU?</li> <li>2. Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena ibu merupakan bagian dari ormas NU?</li> </ol>
<b>Gaya Hidup</b>	Bagaimana cara ibu dalam bergaul/bersosialisasi dengan orang tua peserta didik yang lainnya di SD NU Master Sokaraja?
<b>Kelas Sosial</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena rekomendasi dari lingkungan sosial atau rekan kerja?</li> <li>2. Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena disesuaikan dengan pendapatan ibu?</li> <li>3. Apakah ada kelas sosial antar orang tua/wali peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</li> <li>4. Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena untuk kebutuhan gengsi?</li> </ol>

#### **A. Pedoman Dokumentasi**

Pedoman dokumentasi dalam penelitian ini merupakan daftar yang berisi panduan dalam menggali sebuah dokumen. Dokumentasi dalam dilakukan pada saat observasi atau wawancara di SD NU Master Sokaraja. Adapun dokumentasi dalam penelitian ini memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Profil SD NU Master Sokaraja
2. Visi, misi, dan tujuan SD NU Master Sokaraja
3. Daftar sarana dan prasarana di SD NU Master Sokaraja
4. Daftar nama dan jabatan tenaga pendidik dan kependidikan
5. Daftar keadaan peserta didik
6. Daftar keadaan tenaga pendidik dan kependidikan
7. Foto prestasi SD NU Master Sokaraja
8. Foto ekstrakurikuler SD NU Master Sokaraja
9. Foto program unggulan SD NU Master Sokaraja
10. Foto kegiatan belajar mengajar
11. Foto kegiatan promosi jasa pendidikan
12. Foto penerimaan peserta didik baru (PPDB)
13. Foto bangunan/gedung sekolah
14. Foto wawancara bersama kepala sekolah, waka humas, guru, dan orang tua/wali peserta didik.
15. Dokumentasi lainnya.

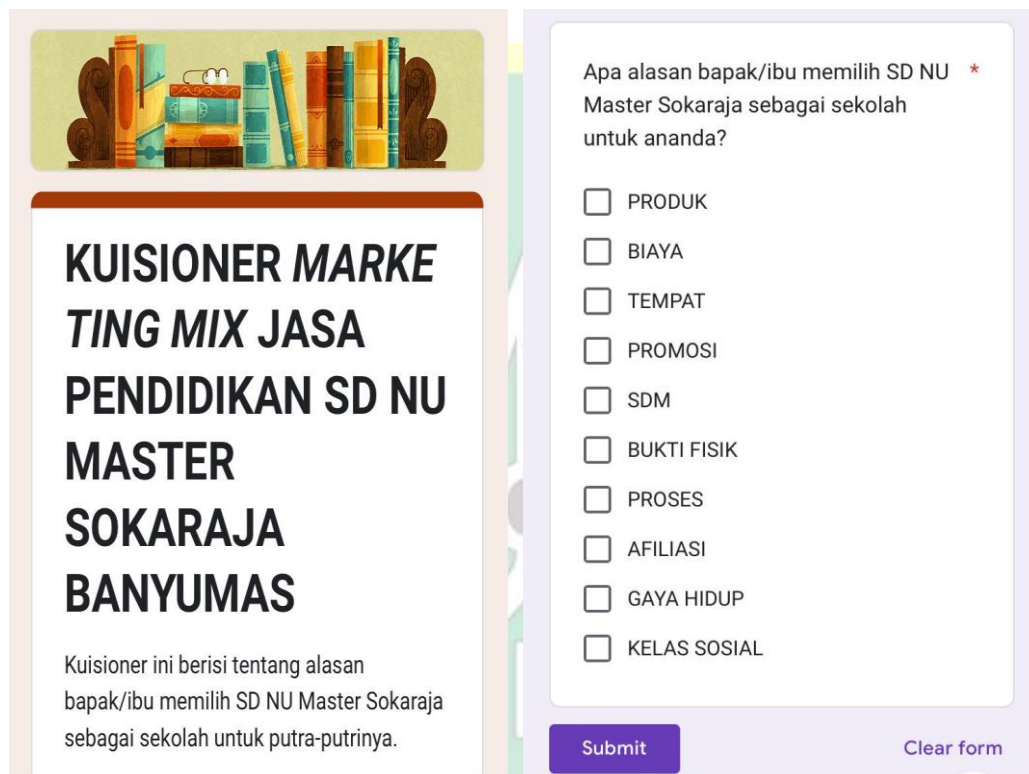
## B. Pedoman Kuisisioner/Angket

Kuisisioner dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang orang tua memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk anak-anaknya, untuk mengetahui persentase bauran pemasaran yang paling menonjol di SD NU Master Sokaraja. Kuisisioner tersebut dibagikan melalui *google form*, dan link tersebut dibagikan melalui grup whatsapp Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG), sehingga wali murid yang berkenan untuk mengisi kuisisioner/angket tersebut dapat langsung mengakses melalui link yang dibagikan tersebut. Adapun kuisisioner atau angket tersebut berisi tentang alasan orang tua/wali peserta didik memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk anak-anaknya. Kuisisioner ini meliputi beberapa pilihan yang berkaitan dengan variabel atau unsur-unsur dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) jasa pendidikan. Berikut merupakan instrumen angket atau kuisisioner yang akan disajikan pada *google form*:

<b>KUISISIONER MARKETING MIX JASA PENDIDIKAN SD NU MASTER SOKARAJA</b>	
<b>Pertanyaan:</b> Apa alasan bapak/ibu memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk ananda?	
<b>Petunjuk Pengisian:</b> Pilihlah jawaban yang paling tepat mengenai alasan bapak/ibu memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk putra-putri bapak/ibu	
1.	Produk (program yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan anak)
2.	Biaya (biaya yang ditawarkan terjangkau)
3.	Tempat (lokasi sekolah strategis)
4.	Promosi (promosi yang dilakukan sangat menarik)
5.	Orang/SDM (guru dan karyawan memberikan pelayanan dengan baik)
6.	Bukti Fisik (fasilitas sekolah lengkap)
7.	Proses (proses pembelajaran di kelas interaktif dan kreatif)
8.	Kebutuhan Afifiasi (wali murid memiliki kesamaan ormas dengan sekolah)

9.	Gaya Hidup (wali murid memiliki kesamaan aktivitas/hobi dengan wali murid yang lain)
10.	Kelas Sosial (walimurid memiliki kebutuhan gengsi dan memilih sekolah sesuai dengan kemampuan dan pendapatan),

Berikut merupakan tampilan instrumen kuisisioner di *google form*:



**KUISIONER MARKE TING MIX JASA PENDIDIKAN SD NU MASTER SOKARAJA BANYUMAS**

Kuisisioner ini berisi tentang alasan bapak/ibu memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk putra-putrinya.

Apa alasan bapak/ibu memilih SD NU Master Sokaraja sebagai sekolah untuk ananda?

- PRODUK
- BIAYA
- TEMPAT
- PROMOSI
- SDM
- BUKTI FISIK
- PROSES
- AFILIASI
- GAYA HIDUP
- KELAS SOSIAL

Submit Clear form



**HASIL WAWANCARA  
KEPALA SD NU MASTER SOKARAJA**

Nama Narasumber	Dani Sistriani, M.Pd
Jabatan Narasumber	Kepala SD NU Master Sokaraja
Tempat Wawancara	SD NU Master Sokaraja
Hari/Tanggal Wawancara	Kamis, 19 Januari 2023
Waktu Wawancara	14.30-16.30 WIB
<b>PRODUK</b>	
1.	<p><b>Produk pendidikan apa saja yang ditawarkan SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Untuk program sekolah disini jadi tercantum semua dalam kurikulum. Kita mengikuti kurikulum dinas yang berkembang saat itu, ini kan sedang kurikulum merdeka. Kemudian satunya kita membuat kurikulum kemasteran. Ini yang mungkin kita sebut sebagai program unggulan. Kurikulum kemasteran itu, kita mengintegrasikan proses pembelajaran di SD NU Master Sokaraja itu dengan jelas integrasi agama. Jadi, apapun mata pelajarannya kita integrasikan dengan agama seperti itu. Kemudian ada juga program baca tulis dan tahfidz qur’an (BTTA), program komputer edukasi, bilingual (<i>multiple language</i>) bahasa inggris, bahasa arab, bahasa jawa. Kemudian kita memiliki penanaman pendidikan karakter yang sekarang mungkin lebih dikenal dengan P5 (Profil Pengajar Pancasila). Nah disamping itu juga kita memiliki program <i>life skill</i>. Nah <i>life skill</i> ini keterampilan, baik keterampilan hidup melalui kemandirian dan sebagainya, juga keterampilan yang berkaitan dengan bakat minat. Program itu kita <i>breakdown</i> dalam pelajaran. Komputer edukasi disini ada pelajaran TIK sejak kelas 1, <i>multiple language</i>, kemudian untuk integrasi agama kita ada pelajaran BTTQ (Baca Tulis dan Tahfidz Qur’an). Itu bukan sekedar ngaji saja, tapi memang ada materinya. Ada jam khusus dan masuk mata pelajaran”.</p>
2.	<p><b>Apa saja prestasi akademik dan non akademik yang pernah diraih oleh SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Alhamdulillah untuk saat ini yang akademik kemarin sudah masuk olimpiade IPA tingkat wilayah, cuma kemarin belum bisa mendapatkan kejuaraan di provinsi, tapi di kabupaten sudah. Kemudian untuk non akademik banyak, ada MAPSI, olahraga. Kita sedang targetkan di tingkat provinsi mudah-mudahan di tahun besok bisa bersaing. Kemaren juara umum MAPSI, dan juara umum lomba Festival Tunas Bahasa Ibu.”</p>
3.	<p><b>Jenis program dan ekstrakurikuler apa saja yang sudah terlaksana dan yang belum terlaksana di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ekstrakurikuler ini, bisa saja berkembang setiap tahun, atau bisa saja yang tadinya ada menjadi tidak ada. Tergantung tadi, bakat minat siswa. Pelatihan ada yang internal dan ada yang eksterbal. Tapi dari luar atau dari internal kita,</p>



	targetnya juara, minimal ya berani lomba”.
4.	<p><b>Bagaimana kepala sekolah melakukan evaluasi terhadap masing-masing program di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Oh iya, evaluasi itu harus dilakukan, untuk evaluasi rutin, program itu kan di <i>breakdown</i> dalam kegiatan bulanan, kemudian ada yang namanya kegiatan tiga bulanan (trimester). Nah setiap selesai kegiatan maka kita evaluasi. Nah hasilnya apa, kita jadikan sebagai data awal selanjutnya, artinya gini ketika kita melaksanakan program ada reaksi, ngga harus sampai dengan akhir bulan, atau tengah semester maka kitapun akan evaluasi, sejauh mana reaksi itu diberikan baik oleh peserta didik, ataupun orang tua seperti itu. Nah kalau memang reaksi itu dalam tanda kutip harus ada peningkatan atau perubahan ya segera dilakukan. Misalnya ini kan kita baru program boarding yang untuk kelas 6, siswa kita 70. Kemudian dari 70 siswa itu yang menolak hanya 5 atau 6, ya kita tetap jalan. Tapi mereka harus tetap ikut, karena itu merupakan salah satu program sekolah. Nah program sekolah itu nggak bisa hanya katakanlah aku kepingin, atau aku engga, seperti itu. Maka sebagai konsekuensi, harus melaksanakan. Tapi sebelum program itu dilaksanakan kan sudah ada sosialisasi. Sudah ada informasi terlebih dahulu, ke walimurid/siswa”.</p>
<b>HARGA/BIAYA</b>	
1.	<p><b>Apakah dalam menentukan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja menyesuaikan dengan program-program yang ada?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Harus dipertimbangkan dengan program. Kalau tidak dipertimbangkan dengan program, gimana kita tahu butuh segitu. Jadi gini, untuk menentukan sebuah angka, karena sekolah ini kan merupakan sebuah produk jasa/layanan jasa. Nah setiap layanan apapun ketika akan dilempar harga itu harus melalui analisa tentang semua ya ada ada harga pokonya, rugi laba, dsb itu kalau komersil ya. Begitupun dalam dunia pendidikan pun harus dipertimbangkan unsure-unsur pembiayaan yang harus tercover itu apa saja sehingga program itu harus jelas. Segala pembiayaan harus dipertimbangkan dengan program. Kalau tidak dipertimbangkan dengan program, gimana kita tahu butuh berapa. Jadi gini, untuk menentukan sebuah angka, karena sekolah ini kan merupakan sebuah produk jasa/layanan jasa. Nah setiap layanan apapun ketika akan dilempar harga itu harus melalui analisa tentang semuanya, ada harga pokonya, ada rugi laba, dan lain sebagainya, itu kalau lembaganya bersifat komersil ya. Begitupun dalam dunia pendidikan pun harus mempertimbangkan unsur-unsur pembiayaan yang harus tercover itu apa saja sehingga program itu harus jelas. Contohnya tadi ya, untuk melaksanakan program tahfidz, oh berarti butuh guru tahfidz. Nah itu kita rencanakan dalam satu tahun. Kemudian program itu membutuhkan biaya berapa, nah setelah itu baru akan muncul angka. Angka ini yang kemudian dibebankan kepada siswa atau calon siswa. Sehingga mungkin dalam bahasa <i>trend</i> nya gini, “kami punya produk seharga sekian, jika mampu membeli monggoh silahkan, jika tidak ya sudah”. Ya mungkin dalam dunia pendidikan sering terjadi beberapa temen-temen yang akhirnya kesulitan dalam</p>

	<p>mengembangkan diri mereka karena tidak paham mengenai program sekolahnya mau ngapain, bahkan ada sekolah yang program unggulannya saja tidak tahu misalnya. Padahal justru dari kejelasan program inilah yang menjadi salah satu faktor yang akan sangat mempengaruhi <i>stakeholder</i> dalam menentukan harga/nilai jual yang akan ditawarkan kepada orang tua siswa”. Nilai jualnya misalnya seperti ini, disini sppnya 375.000, tapi putra-putrinya bapak/ibu akan mendapatkan program ini dan itu. Orang itu akan lebih memiliki kepercayaan tinggi, daripada misalnya ada sekolah yang menawarkan spp 75.000 tapi tidak tahu program unggulannya apa. Bahkan gurunya saja misal ditanya tidak tahu mengenai program unggulannya apa. Maka biasanya masyarakat akan lebih memilih yang jelas bayarannya, tetapi jelas juga programnya. Nah sebenarnya program sekolah itu beda dengan outputnya. Memang sih arahannya <i>outputnya</i> sesuai dengan program. Tetapi kan yang namanya tumbuh kembang anak itu tidak bisa disamaratakan. Namun pengukuran biaya yang dibutuhkan itu harus sudah jelas diawal tahun dirinci sampai detail, sampai muncul angka, dan dibagi dengan siswa yang akan kita didik berapa. Sehingga satu siswa terbebani berapa”.</p>
2.	<p><b>Darimana sumber dana operasional SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau sekolah swasta itu sumber utamanya ya dari iuran siswa. Kalau disini Alhamdulillah juga dapat bantuan operasional sekolah (BOS). Kalau sekolah kita itu, iuran siswa itu terbagi menjadi iuran operasional bulanan, atau yang kita sebut sebagai sumbangan pelaksanaan pendidikan (SPP), ini dibayarkan setiap bulan untuk mengcover operasional kegiatan siswa selama satu bulan itu untuk apa. Terus ada yang namanya biaya kegiatan, yang mengcover kegiatan siswa selama satu tahun. Jadi dibreakdown satu tahun itu mau ngapain aja. Kemudian ada yang namanya syahriah perawatan gedung, nah selain yang dipakai siswa selain seragam”.</p>
3.	<p><b>Apakah ada promosi/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Salah satu strategi marketingnya adalah dalam satu waktu sebuah badan usaha memberikan promo/strategi yang tentunya tidak bisa menjadi patokan. Artinya, tahun ini promonya berbeda dengan tahun besok, tahun lalu. Nah itu strategi marketing kita tahun lalu begitu, bagi kakak adek ada pengurangan biaya atau bagi yang berprestasi, atau yang daftar pas ulang tahun SD misalnya seperti itu. Semacam promo/penghargaan kepada calon siswa agar mereka itu tumbuh rasa senang. Karena orang itu kan senang ketika dihargai, dikasih <i>reward</i>”.</p>
4.	<p><b>Apakah terdapat keluhan dari orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Sebenarnya untuk biaya sudah kita <i>breakdown</i> dari awal sudah ada rincian biaya. Sehingga sebenarnya yang ndaftar disekolah ini ya harus sudah mempertimbangkan sendiri. Setiap orang survei kesini, nanya biaya pasti dikasih tahu. Jadi apakah anda siap dengan biaya seperti ini? Kalau siap lanjutkan mengisi formulir pendaftaran. Artinya setiap orang yang mengisi</p>

	<p>formulir pendaftaran sudah siap, tidak kemudian tidak sanggup ditengah-tengah. Namun beda ya, kesiapan dengan kondisi ekonomi. Kondisi ekonomi seseorang bisa jadi berubah. Contoh kemarin pada saat pandemi misalnya, mengakibatkan banyak orang yang di PHK, dsb. Itu ya ada disini, nanti jika ada orang tua yang demikian ada tindak lanjut dari sekolah, sepanjang orang tuapun memberian informasi ke sekolah seperti itu. Istilahnya gini mba, kalau harganya tidak cocok untuk kantongmu, mungkin kamu bukan pangsa pasar mereka. Maka disini dibantu dengan Pertama, program yang jelas, yang berarti bahwa anaknya njenengan mau dibawa kemana, mau diwarahi apa disini, keluar dari sini bisa apa, itu penting bagi seorang pendiri sekolah. Nah darisitu bisa mem<i>breakdown</i> kedalam program-program, dari program di<i>breakdown</i> kedalam biaya, sehingga tidak terjebak pada berhenti ditengah jalan/tidak dapat melanjutkan sekolah karena tidak mampu membayar biaya.”</p>
5.	<p><b>Apakah ada pengawasan dari kepala sekolah dalam pembiayaan pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ini justru sebagai pelaksana lapangan itu yang tahu detail rincian biaya yang dibutuhkan untuk melaksanakan program-program ini. Karna kebetulan di sekolah ini, saya sebagai kepala sekolah bukan hanya sebagai kepala sekolah ya, konsep sekolah ini saya yang buat, seperti itu. Oh iya, saya akan membuat SD seperti ini, kebetulan untuk membuat SD kan butuh biaya, dan saya tidak memiliki biaya maka saya bekerja sama dengan yayasan. Maka warna sekolah ini, mau dibawa kemana, programnya apa, itu saya punya ide seperti itu. Seperti orang masak lah, mau masak sayur apa, yang tahu biaya berapa kan orang yang masak. Itu sama seperti itu”.</p>
<b>TEMPAT</b>	
1.	<p><b>Apakah bangunan SD NU Master Soaraja milik pribadi/keluarga/yayasan?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Jadi bangunan SD NU Master ini yang tadinya milik pribadi itu harus diwakafkan sesuai aturan ADART NU. Sehingga tadinya tanah ini milik pribadi, kemudian karena kita dibawah naungan ma’arif, otomatis pake badan hukumnya juga badan hukum NU. Maka tanah ini kemudian diwakafkan ke NU seperti itu. Namun, pengelolaan asset, pengelolaan rumah tangga itu dikembalikan kepada pendiri. Jadi harus nama asetnya saja, kenapa harus begitu ya untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Misalnya asset ini milik pribadi kemudian diambil kembali oleh pemiliknya, maka fungsi ADART ya untung mengamankan agar tidak terjadi hal-hal yang demikian itu. Sekolah yang ada dibawah LP ma’arif maka asetnya harus diwakafkan”.</p>
2.	<p><b>Apakah lokasi SD NU Master Sokaraja ini sudah strategis?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ada beberapa sudut pandang menurut saya, dari segi tempat kita strategis karena tidak terlalu jauh dari lingkungan keramaian, artinya dari jalan raya masuknya juga tidak terlalu jauh. Kemudian dari pusat pemerintahan seperti kantor kecamatan, puskesmas, PMI, dsb, itu juga tidak terlalu jauh. Nah Cuma menjadi kurang strategis karena kita berada di lingkungan/kawasan</p>



	<p>padat penduduk. Nah itu itu bisa dihindari karena perkembangan zaman disini. Disini mungkin hanya satu SD. Lama-lama semakin banyaknya sekolah menyebabkan terbentuknya centra pendidikan. Kurang strategisnya terus terang keterbatasan sarana prasarana fasilitas jalan raya yang sempit. Disini kan padahal ada 3 sekolah berdampingan yah, ada SD N Sokaraja Tengah, SD NU Master dan SD TOP KIDS. Yang semuanya memiliki siswa banyak. Nah pada pagi hari atau siang hari, waktu penjemputan jelas penuh dan membuat kemacetan disitu. Menjadi tidak strategisnya begitu, karena jalannya kurang luas, dank arena di kawasan padat penduduk, untuk pengembangan lahan juga susah, kecuali jika dibangun keatas”.</p>
3.	<p><b>Apakah SD NU Master Sokaraja memiliki rencana untuk membangun gedung baru?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ya kalau memang sepanjang itu bisa memberikan kemanfaatan buat semua kenapa tidak seperti itu”.</p>
<b>PROMOSI</b>	
1.	<p><b>Bagaimana SD NU Master Sokaraja mengidentifikasi kebutuhan pasar?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Jelas, kita harus melakukan survei pasar untuk membuat produk jasa, agar produk kita tepat sasaran. Nah, survey pasar nya dilakukan dengan menyebarkan angket pada wali murid TK, perkumpulan PKK, fatayat, muslimat. Untuk mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat untuk pendidikan saat ini”.</p>
2.	<p><b>Siapa yang melakukan pemasaran pendidikan SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Jadi kita kan sekolah baru yah, jadi bagaimana caranya khalayak itu tahu keberadaan kita itu utama dulu. Sehingga dari situ kita akan menganalisis, kira-kira alat apa yang kita butuhkan untuk menginformasikan kepada masyarakat. Misalnya mungkin dari media sosial. Oh melalui fb, ig, twitter, kita coba semuanya. Nah dari situ kita kemudian analisa efeknya. Ya mungkin dari jumlah pertemanan/followers saat ini berapa, dan lain sebagainya. Itu tidak hanya sekedar bikin media sosial. Tapi bagaimana caranya kita kelola sebagai media syiar tentang keberadaan SD NU Master. Kegiatan-kegiatan rutin kita posting, nah kemudian pentingnya disebut syiah ini kan identik dengan pelayanan/respon. Jadi sebisa mungkin, kita memberikan pelayanan/respon yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, seperti fast respon, ramah, dsb. Jadi admin fb itu harus melebibih lambe torah mungkin. Jadi harus cepat merespon komentar-komentar orang, inbox, dsb. Sehingga orang itu mendapatkan kesan diperhatikan. Kemudian yang kedua tidak hanya melalui media sosial, yaitu dengan sosialisai ke TK, perkumpulan walimurid, dan bahkan program-program yang hubungannya dengan media penyiaran, sperti RRI, televisi. Cuma kita tidak hanya sekedar ngiklan bayar berapa, tapi kita sebisa mungkin akan menawarkan program kita yang kiranya bisa menjual sekolah dan juga menjual media syiar dan menguntungkan kedua belah pihak. Contoh ya, RRI atau mana saya tawarkan</p>



	<p>apakah punya program special ramadhan, nanti kalau tidak punya, kita tawarkan program tersebut lalu kerja sama. Sehingga jika nantinya muncul biaya, tidak hanya sebesar hanya sekedar iklan saja. Dan itu kita berdayakan semuanya, jadi disini mungkin dulu awal-awal saya bergerak sendiri, tapi semakin kesini itu tim harus terlibat. Maka kita bentuk yang namanya tim humas, salah satu tugasnya adalah menjalin kerjasama, kemitraan. Disini kemudian ada info apapun mungkin dari saya atau dari teman-teman maka kita sharing ke tim humas untuk ditindak lanjuti”.</p>
3.	<p><b>Bagaimana Teknis pelaksanaan PPDB SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:          Kalau pelaksanaan informasi PPDB, jadi kita start dari desember itu sudah mulai promo, sudah mulai membuka untuk PPDB. Bagaimana teknisnya ya kita laksanakan semua. Kita coba melalui online, bisa mengakses website SD NU Master, disitu info PPDB juga sudah ada. Kemudian secara offline kita pun tetap sosialisasi ke TK. Kemudian kita punya event harlah SD setiap Maret itu sebagai salah satu open house sekolah. Dimana kita adakan event-event perlombaan TK sekabupaten Banyumas, guru-guru TK, dsb. Kita adakan acara besar, dimana disitu kita memperkenalkan tentang sekolah.</p>
4.	<p><b>Berapa target setiap tahun perekrutan peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:          “Jadi disini, kami menetapkan rasio kelas. Rasio kelas itu adalah jumlah bandingan yang sesuai dengan rasio, antara ruangan, guru, dan juga usia peserta didik. Nah untuk usia peserta didik SD itu kan kisaran 6,5 tahun – 7 tahun. Itu rasionya 1:25 itu udah maksimal.. satu guru banding 25 siswa. Artinya kalau myridnya lebih dari itu maka akan mengalami croidit. <i>“ana bocah ngacung ra konangan, ana bocah ngidek sikil ra konangan”</i> (Ada anak yang tunjuk tangan atau menacungkan tangan tidak ketahuan, ada yang ngingjek kaki ngga ketahuan). Nah tingkat pelayanan akan berkurang. Sehingga kita memaksimalkan hanya 25 per rombel. Sementara kita hanya memilik 3 ruang kelas. Sehingga 1 angkatan kita hanya menerima 75 siswa. Nah untuk pendaftar lebih dari itu, maka kita lakukan selaksi yang kita sebut sebagai orientasi kematangan usia belajar. Dimana seleksi ini kita laksanakan bukan dalam bentuk seleksi akademik, tetapi seleksi kesiapan usia belajar secara psikologis. Kita melibatkan tenaga ahli/psikolog untuk melaksanakan assignment untuk mendeteksi apakah anak ini sudah siap SD apa belum, kalau sudah siap ada catatan atau tidak. Misalnya anak sudah siap, tetapi harus ada pendampingan khusus karena kondisi anak. Nah itu jadi bekal yang sangat penting bagi pengasuh/pembimbing selanjutnya di SD. Nah disitu juga akan menentukan jumlah siswa yang akan kita terima berapa. Tetap ada yang ditolak, ya itu kalau psikolog menyatakan belum siap SD meskipun mungkin secara kesiapan orang tua, sudah siap membayarn dsb ya kita tetap tidak bisa. Kecuali kita siap ada crowdid nanti. Karena ya itu tadi, kita ingin menjadi sekolah yang ramah anak. Aramah anak itu berarti kita menghargai tahap tumbuh kembang anak. Kalau memang tumbuh kembangnya belum mampu ya kita tidak paksakan. Tidak hanya berorientasi pada profit sperti itu. Mungkin bedanya itu yah, badan usaha komersil dengan kita selaku jasa pendidikan, harus mempertimbangkan unsur-unsur</p>

	manusiawi”.
<b>SDM</b>	
1.	<p><b>Berapa jumlah siswa, guru dan staf di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Untuk jumlah siswa totalnya 403. Kemudian jumlah pendidikan dan tenaga kependidikan disini ada 41 orang”.</p>
2.	<p><b>Apakah ada guru atau staf di SD NU Master Sokaraja yang bertugas rangkap?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ada beberapa yang pas, tapi ada beberapa yang kurang. Yang kurang adalah karena disini ada anak berkebutuhan khusus. Anak yang berkebutuhan khusus itu <i>dihandle</i> oleh satu guru yang berbeda. Nah saat ini, guru itu merangkap menjadi guru kelas. Tapi kita tambahkan tugas untuk mengajar yang berkebutuhan khusus. Mungkin inilah yang membuat belum ideal karena guru inklusi itu masih merangkap menjadi guru kelas. Kemudian untuk yang lainnya paling guru mapel, yang hubungannya dengan fasilitas. Contohnya gini, guru mapel olahraga kan ngga mungkin olahraga diatas jam 11, soalnya panas, kecuali kita punya sarana indoor/aula. Sementara saat ini guru olahraga itu hanya satu, sedangkan sekolah kan hanya 5 hari, maka ada dua kemungkinan, yaitu yang pertama kita harus merekrut guru lagi, atau kita punya fasilitas baru. Cuma seperti yang saya sampaikan bahwa merinci biaya itu detail sekali, kalau kita mau merekrut guru maka otomatis belanjanya tambah. Sementara harga/biaya pendidikan yang ditawarkan kepada konsumen sudah cukup pas. Maka solusinya adalah dengan memasukkan kelas 6 ke asrama, jadi hari sabtu khusus olahraga”.</p>
<b>BUKTI FISIK</b>	
1.	<p><b>Apakah fasilitas di SD NU Master Sokaraja udah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Karena kita masih dalam tahap berkembang ya, saat ini belum sesuai. Masih ada beberapa ruangan yang kita butuhkan seperti perpustakaan kita masih doble dengan UKS, idealnya kan sendiri-sendiri. Kemudian kita belum memiliki laboratorium praktik IPA, kemudian kita belum mempunyai kelas inklusi secara khusus. Tapi sedang kita upayakan setiap tahun kan ada pembangunan ya, insyaallah tahun ajaran besok kita sudah siap semuanya. Sedang kita selesaikan, nanti perpustakaan ada dua jenis yaitu perpustakaan yang dalam bentuk buku sama yang digital, isinya seperti laboratorium komputer tapi khusus untuk perpustakaan, tapi untuk kelas 5 dan 6”.</p>
2.	<p><b>Bagaimana kepala sekolah mengavaluasi fasilitas SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Setiap tahun kan kita bikin program, nah dari program itu kan akan muncul, program ini membutuhkan alat ini. Maka akan diinventarisir, nanti kebutuhannya apa saja. Kemudian untuk pembelanjannya menggunakan skala prioritas, maka disini ada waka sarpras, yang bertugas untuk</p>

menginventarisir kebutuhan sarana prasarana yang dibutuhkan sekolah. Kemudian selain itu, beliau juga bertanggung jawab untuk memastikan sarana prasarana itu dalam keadaan bagaimana, baik-baik saja atau sudah rusak. Nah itu dilaporkan setiap tahun. Nah nanti setiap tahun itu saya bisa melakukan pengawasan. Oh kursinya jumlahnya sekian, padahal besok saya mau terima sekian siswa. Berarti kurang sekian, dan harus ada pengadaan. Oh, lemari ini rusak, maka harus diganti. Nah itu ada laporannya semua secara berkala. Dipajang juga di setiap lorong kelas ada laporan pengeluaran berkala. Untuk mengecek pengelolaan sarpras disini. Sebenarnya mampu beli, tapi jarang yang mampu merawat, nah ini juga penting. Kemudian pengawasannya yaitu melalui waka sarpras yang bertanggung jawab, maka siapapun yang butuh sarana prasarana sekolah harus laporan ke waka sarpras”.

### PROSES

1. **Bagaimana guru SD NU Master Sokaraja mengelompokkan siswa saat aktivitas pembelajaran di kelas?**

Jawaban Narasumber:

“Disini ada yang namanya anak berkebutuhan khusus mba. Karena yang namanya anak berkebutuhan khusus walaupun kita sudah melaksanakan deteksi sejak dini, ternyata tahap tumbuh kembang anak itu tidak bisa diukur dalam waktu sekejap. Hasil assignment awal menyatakan itu normal mungkin, tetapi dalam perkembangannya ternyata anak itu berbeda dengan yang lain, dan sebagainya. Sehingga kita laksanakan *assignment ulang*, memeriksa psikolog ulang, baru kemudian ada deteksi bahwa anak ini berkebutuhan khusus. Itu jam nya juga berbeda, tidak disatukan, karena kebutuhan khusus itu kan beda-beda yah kebutuhannya tidak hanya dipandang sepele atau KKM nya diturunkan kalau jaman dulu ya. Nilainya kalau temennya minimal dapat 7, ya dia dapet 4 saja sudah syukur, nah itu tidak begitu. Kita dari *assignment* psikolog itu deteksi khususnya mengarah ke apa. nah, maka apa yang harus diajarkan. Itu berdasarkan kebutuhan khususnya. Misalnya ada jenis kebutuhan *slowner*, yang mampu latih dan mampu didik. Mampu didik itu, dia mampu diajarkan akademik Cuma waktunya terlambat dari usianya, misalnya siswa yang lain pada saat kelas 1 mampu menulis, tapi dia baru bias menulis pada saat kelas 3. Nah ini beda penanganannya, tapi kalau mampu latih secara *sunatulloh* dari sudah tidak bisa diajari akademik, karena kemampuan otaknya Allah menciptakan dengan perbedaan. Nah disini ada anak yang tidak bisa membaca simbol. Entah itu huruf atau angka . jadi yang dibutuhkan adalah dia harus belajar lifeskill, misalnya belajar memakai kaos kaki, berjalan yang stabil, keterampilan melipat baju. Nah itu berarti tergolong dari kelemahan siswa tersebut. Namun pada sisi memori/mengingat dia sangat kuat. Nah, maka materinya dapat diberikan secara lisan, karena dia tidak bisa dipaksakan baca tulis, misalnya”.

2. **Apa saja kegiatan peserta didik di SD NU Master Sokaraja?**

Jawaban Narasumber:

“Kemudian untuk integrasi agama tadi disini ada yang kita kenal sebagai *morning routine* dan *afternoon routinity*. *Morning routinity* itu ada



penanaman karakter, nasionalisme, agama, kemudian integritas . *morning routinity* itu dari apel pagi, hormat bendera, Indonesia Raya, Yalal Wathon, dan Mars SD NU Master itu harapannya anak-anak tumbuh jiwa nasionalis. Kemudian setelah itu ada asmaul husna, *muroja'ah* surat-surat pendek, hafalan hadits. Hafalan hadits ini kita *breakdown*, dalam satu tahun anak menghafalkan 12 hadits. Sehingga harapannya, jika anak 6 tahun sekolah disini dia hafal 72 hadits. Kemudian ada hafalan doa, hafalan doapun sama, ada targetnya kelas 1, 2, 3, 4, 5, 6, beda-beda. Selain itu, ada hafalan sholawat. Setelah itu, kita membuat stimulasi agar anak berani tampil didepan bercerita tentang apa yang dia rasakan saat ini. Jadi netralisir emosi sebelum anak-anak bcibabut dengan KBM sehari-hari. Anak kita kenalkan “*saya hari ini sedang merasa apa? sedih atau bahagia?*” itu nanti diceritakan didepan temen-temannya secara bergantian, setiap hari semua anak bergiliran bercerita. Itu diramu dalam 30 menit pertama yang kita sebut sebagai *morning routinity*. Nah kalau *afternoon routinity* itu kalau pulang. Sebelum pulang ada 30 menit untuk semacam *review/cooling down* anak-anak setelah seharian disini sebelum pulang, anak-anak berdoa, kemudian menyanyikan lagu-lagu nasional dan lagu daerah. Nah lagu nasional/daerah ini, satu bulan satu lagu. Sehingga kalau satu tahun kan 12 lagu. Maka 6 tahun mereka juga akan menghafal 72 lagu nasional dan lagu daerah. Itu adalah *breakdown* dari profil pancasila. Jadi praktik konkritnya itu kita turunkan dengan mengenal lagu nasional. Sebulan lagu itu dinyanyikan setiap kelas, dan bulan besok ganti lagi, berlaku dari kelas 1-6”.

3. **Apakah ada kendala atau keluhan dari orangtua peserta didik dalam proses pembelajaran di SD NU Master Sokaraja?**

Jawaban Narasumber:

“Jadi, ini kita bicara produk jasa dimana-mana ada sekolah yang menjadikan sekolah itu dipilih adalah adanya perbedaan. Nah beda nya di SD NU Master adalah kita disini mengedepankan pelayanan, dimana konsumen kita kan siswa, orangtua, kemudian *stakeholder* yang terkait seperti Dinas Pendidikan atau dinas lain yang terkait. Nah, standar operasional kita kepada guru-guru adalah memberikan pelayanan yang baik dan cepat, seperti itu. Kita memiliki standar operasioanl untuk melayani walimurid, namun tingkat kepuasan seseorang kan berbeda. Mungkin bagi orangtua A itu sangat memuaskan sekali, tapi mungkin bagi orangtua B karena standar kepuasannya berbeda, maka berbeda. Kita memiliki standar operasional prosedur yang kita sosialisasikan di tahun pelajaran baru kepada walimurid yang bias disebut aturan main. Aturan mainnya sekolah disini itu bagaimana, seperti itu. Nah sehingga jika memang komplain-komplain ya ada. Kalau memang komplain itu istilahnya memang sesuai dengan SOP yang tadi, maka bisa diproses. Tetapi kalau keluhan itu hanya sekedar tingkat kepuasan, yang istilahnya dia pengen anaknya diberi ini, dibeginikan, dibegitukan, seperti itu, ya tidak bisa kalau sifatnya personal. Tapi kalau komplainan keberatan disampaikan karena memang layanannya kurang pas atau apa, pasti langsung ada tindakan perbaikan, komunikasi, dll. Contohnya mungkin *punishment* siswa yang terlambat. Nah orang tua mungkin akan bilang: “*lah wong anakku gelem sekolah be wis untung, nang sekolah malah dihukum*”, misalnya seperti itu. Maka kita sudah sampaikan diawal untuk mengantisipasi orangtua yang seperti itu. Kita sudah sampaikan tata tertibnya, yang diharapkan dapat



	meminimalisir ketidakpuasan dari sudut pandang orang tua”.
<b>KEBUTUHAN AFILIASI</b>	
1.	<p><b>Apakah SD NU Master Sokaraja berdiri di naungan NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “SD NU Master ini dibawah naungan Ma’arif, prosedurnya kan begini, untuk mendirikan sebuah sekolah atau lembaga pendidikan, atau yayasan, itu kan harus ada badan hukum. Nah, badan hukum yang menaungi SD NU Master adalah badan hukum NU. Ya otomatis kita berada di naungan NU. Ada sekolah dibawah afiliasi NU, mungkin contohnya ada Yayasan Al-Hidayah, ada Yayasan Diponegoro, dan yayasan lain. Mereka afiliasi NU tapi tidak dibawah NU. Kalau yang dibawah NU adalah sekolah Ma’arif, karena Ma’arif adalah lembaga pendidikannya NU, struktural maksudnya”.</p>
2.	<p><b>Apakah semua pelanggan pendidikan/orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja beranggotakan NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Tidak, tetapi kita dari awal sudah menyampaikan bahwa ini adalah SD NU, materi yang akan kita sampaikan adalah terkait dengan amalan NU, dan bahkan visi kita adalah mendidik, mencerdaskan anak-anak sesuai dengan amalan <i>ahlussunnah wal jama’ah nahdhliyah</i>. Disini kita transparan, terbuka, tidak menutup-nutupi. Jadi latar belakang walimurid bagi kami tidak masalah. Bahkan ada anak dari pimpinan cabang dari ormas Muhammadiyah yang sekolah disini juga ada. Ada juga yang anaknya aktivis salafy sekolah disini juga ada, seperti itu. Bagi kami tidak membedakan dan tidak memperkarakan latar belakang orang tua, yang penting kami akan mendidik anaknya seperti ini (dengan konsep NU), dan itu sudah disampaikan dari awal, jadi tidak ada keberatan dari walimurid yang non NU itu”.</p>
3.	<p><b>Apakah kualifikasi tenaga pendidikan dan karyawan di SD NU Master Sokaraja harus beranggotakan NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau kualifikasi tenaga pendidik harus NU, baik secara amaliyah, maupun dibuktikan dengan memiliki KARTANU (Kartu Anggota NU). Disini, saat menjadi guru di SD NU Master Sokaraja juga diadakan pengecasan, peningkatan kualitas, wawasan ke-NU-an, masuk program disini.”</p>
<b>GAYA HIDUP</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pandangan kepala sekolah terkait dengan gaya hidup orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ada disini ya beberapa yang memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Gaya hidup kalau saya artikan itu ada yang positif dan ada yang negatif. Secara positif mungkin jika gaya hidup itu seimbang dengan penghasilan yang dia punya. Nah mungkin sekolah-sekolah yang semacam ini memang rentan dengan gaya hidup atau dengan kata lain sosialita. Perkumpulan ibu-ibunya, dan sebagainya yang kadang-kadang ada bahkan orang yang tidak kuat secara</p>

mental, justru malah prioritas biaya pendidikannya malah kalah, dalam kata lain, orang tua tersebut lebih memilih gaya hidupnya dengan berkumpul-  
 kumpul dengan ibu-ibu sosialita itu tadi. Jadi memang ada kalangan menengah  
 keatasnya. Kalau kalangan pondok pesantren banyak juga disini. Kemudian  
 kalangan biasa yang menengah kebawah juga ada walaupun tidak banyak,  
 seperti itu. Nah, disini menciptakan sebuah keunikan tersendiri dari  
 beberapa komunitas walimurid. Dalam momen-momen tertentu, kita kan  
 karena lembaga pendidikan ya, jadi harus netral. Nah, ketika ada kegiatan,  
 sebagai wujud memberikan pelayanan yang baik, kita tidak hanya melayani  
 siswa, tapi juga melayani walimurid. Ada program-program yang bertujuan  
 untuk mengakrabkan mereka, menjalin hubungan sekilah dengan walimurid,  
 dan menyesuaikan gaya hidup mereka. Nah, ketika kita bikin acara  
 dipasrahkan ke walimurid yang memiliki gaya hidup heddon, maka acaranya  
 akan meriah dan orang-orang ini, istilahnya itu “ngga wedi tombok”, jadi  
 mereka dengan sukarela mengeluarkan biaya pribadi demi kemeriahan acara  
 ini. Dari sisi pangsa pasar SD ini jelas sekolah sangat diuntungkan, mereka  
 juga akan sangat viral di media, dan bagaimana acaranya mereka  
 membuktikan eksistensi mereka dalam media sosial gitu yaa. Tapi disisi lain,  
 bagi kalangan walimurid yang pondok pesantren, akan gerah melihat aktivitas  
 itu. Pernah itu kita kan disini setiap tahun kelasnya diacak agar kenal satu  
 sama lain, dan agar walimuridnya itu tidak terjebak dengan komunitas, nah  
 salah satu caranya kita acak setiap tahun. Pernah itu kan caranya bingar-  
 bingar, musik, berjoged, dan sebagainya. Nah kalau dari kalangan pondok  
 pesantren ya otomatis ngga cocok, mereka akan melipir pulang gasik, tidak  
 akan bergabung dengan yang lain. Nah itu salah satu kasusnya. Tapi kalau  
 acaranya dipasrahkan pada wali murid yang background nya pondok  
 pesantren ya mungkin acaranya akan ada pengajian, sholawatan, dan  
 sebagainya. Nah walimurid yang heddon tadi ya terkadang ada yang ikut  
 sampai selesai, ada juga yang pulang gasik. Nah ini penting sekali untuk  
 mencari win-win solusi dalam menentukan kegiatan yang hubungannya  
 dengan layanan jasa pendidikan kepada orang tua. Jadi ya mba, menurut saya,  
 sekolah swasta yang bagus itu bukan milik orang kaya, tapi milih orang yang  
 bertekad. Justru orang-orang yang sederhana tapi memiliki tekad yang kuat  
 untuk menyekolahkan anaknya di sekolah yang bagus, akan memberikan  
 pengaruh yang luar biasa juga untuk anak-anaknya, tapi kalau hanya  
 mengikuti gaya hidup ya itu, malah terkadang yang menjadi prioritas hanya  
 gaya hidupnya saja, terkadang malah biaya pendidikannya akan terkalahkan,  
 dalam hal ini bisa jadi sekolahnya mqlah ngga bayar, atau mengalami  
 penunggakan biaya, sedangkan orang tua tersebut suka bersosialita dengan  
 ibu-ibu, kumpul di mall sini, makan-makan dimana, nahh itu ada juga yang  
 seperti itu mba.

**KELAS SOSIAL**

1. **Bagaimana pandangan kepala sekolah terkait dengan kelas sosial orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?**

Jawaban Narasumber:

“Jadi kalau gaya hidup kita tidak bisa mengukur kehidupan walimurid ya, artinya kita tidak bisa melarang dan ngga menentukan. Nah, kenapa kita punya *pricelist*/harga pendidikan. Nah itu sebenarnya bukan untuk memilih

kelas sosial. Kita itu memilih orang yang niat untuk menyekolahkan, orang yang memiliki tanggung jawab, orang yang memiliki kesadaran penuh, bahwa sekolah yang saya pilih memiliki aturan dan konsekwensi seperti ini, salah satunya biaya. Disini kami tidak melakukan pengelompokkan kelas sosial, tetapi dengan pricelist yang kami sampaikan. Harapn kami, orang yang menyekolahkan anaknya disini adalah orangtua yang sadar secara dewasa bahwa jika menyekolahkan anaknya maka akan memiliki konsep yang seperti ini, salah satunya adalah faktor biaya. Disini ada yang anaknya orang yang tidak mampu, dan dia memiliki semangat yang tinggi agar anaknya mendapatkan pendidikan yang layak. Ibunya itu seorang penjual gorengan keliling kalau pagi, kemudian kalau siang habis dzuhur dia tmitu bekerja di toko, kemudian kalau malem itu dia masih bekerja jadi buruh nyetrika atau apapun yang istilahnya menghasilkan uang. Ini jadi inspirasi bagi kita yaa.. bahwa menyekolahkan anak atau memilih lembaga pendidikan yang kayak untuk anak itu bukan milik orang-orang yang “menengah keatas” saja, tapi itu milik mereka yang bertekad kalau saya sebut. Ibu yang saya maksud itu suaminya seorang penjual burung di pasar hewan, tapi memang ibu itu luar biasa. Kalau lebaran, dia itu istilahnya jadi joki pembantu rumah tangga di Jakarta atau mana yang membutuhkan. Karena lebaran itu kan banyak pembantu yang pulang kampung, nah dia justru malah berangkat, semata-mata karena untuk membiayai anak-anaknya sekolah, dan hebatnya lagi, dia tidak memiliki tunggakan. Prinsip dia gini, pagi ngider gorengan, lauk, dapet hasil berapa, nah ditabung disini. Siang itu, hasil dia jagain toko, itu untuk kakaknya (anak pertamanya), terus kerja yang satunya lagi untuk keperluan lain. Jadi, dia punya manajemen keuangan dan yang sangat baik, dan memiliki tekad yang kuat, sehingga tidak ada tunggakan biaya pendidikan. Inilah yang saya maksud bahwa walimurid disini juga ada lho yang sederhana, hidupnya tidak neko-neko”.



**HASIL WAWANCARA**  
**WAKIL KEPALA BIDANG HUMAS**

Nama Narasumber	Hasan Fauzi, S.Pd
Jabatan Narasumber	Wakil Kepala Bidang Humas
Tempat Wawancara	SD NU Master Sokaraja
Hari/Tanggal Wawancara	Selasa, 2 Mei 2023
Waktu Wawancara	13.30-15.00 WIB

**PRODUK**

**1. Produk pendidikan apa saja yang ditawarkan SD NU Master Sokaraja?**

Jawaban Narasumber:

“Jadi kita punya program unggulan yang pertama ada tahfidz, dimana tahfidznya ini bukan hanya menghafalkan tapi juga penguatan bacaannya juga, jadi seperti pendalaman tajwid yang menggunakan kitab ala-ala pesantren NU yah. Itu juga ditambahkan dengan kitab-kitab lain, ada kitab akidah itu ada aqidatul awwam, terus ada untuk tajwidnya kita menggunakan hidayatussibyan, dan kitab-kitab dasar ala pesantren lainnya. Kemudian kita ada program pengembangan bahasa atau disebut dengan *multiple language*. Jadi disini ada 3 bahasa yang ditonjolkan. Ada bahasa arab, bahasa inggris, dan bahasa jawa. Salah satu bukti kegiatannya kita pernah mendatangkan narasumber dari luar, yaitu dari Italia untuk belajar bahasa Inggris, karena orang Italia ini terbiasa keliling dunia menggunakan basa inggris. Kemudian pernah juga kita datangkan juga narasumber dari Sudan untuk belajar bahasa arab, terus terakhir kita datangkan dari Amerika untuk belajar bahasa inggris juga. Adapun untuk bahasa jawanya, kita juga belajar kepada budayawan Banyumas itu ada pak Bador namanya, jadi salah satu budayawan banyumas. Terus kita juga ada pengenalan komputer sejak dini, jadi sejak kelas 1 anak-anak di SD NU Master Sokaraja itu sudah belajar komputer, dan megang satu-satu itu komputernya per anak, tentunya dengan materi pembelajaran yang sesuai dengan umur mereka. Jadi kan kalau anak-anak senang animasi, desain ringan. Selain itu kita juga mengusung tema sekolah ramah anak, makannya disini saat pendaftaran itu anak-anak langsung diarahkan ke psikolog yang bekerjasama dengan sekolah, nanti setiap anak yang baru daftar langsung ada orientasi dengan psikolog. Jadi ini tujuannya untuk mengetahui secara lebih detail karakter anak. Kemampuan, dan juga latar belakangnya. Nanti hasil *assessment* orientasi ini baik dari psikolog maupun orientasi dengan orang tua juga, kemudian akan diserahkan ke wali kelas, tujuannya biar wali kelas lebih tau secara detail. Nanti jadinya akan pas dan ketemu. Nah, ini merupakan salah satu bukti ramah anak, jadi tidak dipukul rata. Ada pendalam karakter satu persatu dan menggunakan jasa professional. Terus kita juga ada program *parenting* dan *conseling* juga kita adakan setahun sekali minimal. Kita mengumpulkan wali murid untuk parenting, dan mendatangkan orang professional juga. Kemudian orientasi psikologi ini juga bukan hanya diawal yah, jadi anak tuh kalau di awal masuk kadang hasil *assessment* psikolognya itu belum akurat, kadang ditahun ketiga itu anak ini bisa dideteksi berkebutuhan khusus, nanti biasanya akan ketauan di kelas 3. Nah, di kelas 3 ini nanti akan mengundang psikolog lagi. Nah, ramah



	<p>anaknya itu disitu. Kemudian kita juga menanamkan pembiasaan-pembiasaan yang sifatnya religius dan nasionalis yah. Jadi setiap pagi kita menyanyikan lagu nasional, pancasila, dan sebagainya, yang sifatnya nasionalis. Kalau pulang juga kita menyanyikan lagu nasional, ada hormat bendera. Terus juga kalau setiap melihat orang mengibarkan bendera, maka siswa biasanya ikut hormat, guru juga seperti itu. Agamisnya setiap pagi kita ada hafalan asmaul husna, terus muroja'ah juz 30 di kelas masing-masing, kemudian habis itu ngaji dari hari senin sampai hari kamis, sama satu kali dalam satu minggu itu ada setoran, selain itu untuk baca, tulis, dan nambah hafalan”.</p>
2.	<p><b>Jenis program dan ekstrakurikuler apa saja yang sudah terlaksana dan yang belum terlaksana di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ada beberapa ekskul juga yang mendukung bakat dan minat anak. Ekskulnya itu macem-macem ya, ada renang, hadroh, basket, futsal, silat, dll. Nah disini itu, ekskulnya meskipun tidak setiap hari dijalankan, tapi saat memang itu dibutuhkan kita bisa mengadakan. Seperti kemaren itu kita ada Turnamen E-Sport, meskipun kesehariannya kita tidak ada, tapi ketika dibutuhkan kita bisa mengadakan dan kemaren kita juaran 2, itu ditingkat Kabupaten Banyumas dan sekitarnya, yang penting pesertanya ada, peminatnya ada, kita bisa mendatangkan pelatih untuk mengajar”.</p>
<b>HARGA/BIAYA</b>	
1.	<p><b>Apakah dalam menentukan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja menyesuaikan dengan program-program yang ada?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “SD NU Master ini termasuk SD yang bisa dikatakan unggulan ya kalau di wilayah Banyumas, sehingga bisa dikategorikan sekolah unggulan dengan biaya termurah. Biayanya murah, tapi kualitasnya bukan murahan”.</p>
2.	<p><b>Darimana sumber dana operasional SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Disini juga ada beberapa kemudahan seperti program-program dari pemerintah yaitu Program Indonesia Pintar (PIP) dan sebagainya”</p>
3.	<p><b>Apakah ada promosi/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Disini ada juga program asuh gitu, jadi misal walimurid pas awal masih mampu, tapi pas pertengahan jalan tidak sanggup membayar. Ya ini ada ya, jadi orang tuanya itu meninggal, otomatis kan keuangannya jadi berubah. Nah ini dari pihak yayasan itu ada yang mau jadi orang tua asuh, itu ada yang kaya gitu. Tapi itu tidak tertulis di program sekolah, jadi hanya <i>accidental</i>, kalau misalnya seperti itu, dan juga beberapa program kemudahan-kemudahan lain juga ada yang mungkin tidak tertulis di iklan, seperti kalau misalkan kemarin pas lagi pandemi kan banyak orang tua walimurid yang di PHK, atau kehilangan pekerjaan, ya kita berikan beberapa keringanan untuk SPPnya. Kalau untuk pendaftaran itu kalau ada yang menyelesaikan pendaftaran (membayar lunas) biaya administrasi dalam jangka waktu</p>

	tertentu, maka ada potongan khusus”.
4.	<p><b>Apakah SD NU Master Sokaraja memberikan toleransi waktu pembayaran biaya pendidikan?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kita berikan layanan tabungan per anak, kita bekerja sama dengan Bank, setiap anak mempunyai rekening Bank sendiri-sendiri. Setiap anak ada yang menabung Rp.10.000 perhari, ada yang Rp.20.000 atau Rp.5.000 perhari, nanti diakhir bulan ada <i>payroll</i> bisa untuk membayar kewajiban. Jadi disini ada salah satu anak yang orang tuanya itu jualan minuman kaya es teh dan rujak di lapak dara, tapi anaknya ini menabung setiap hari tapi telaten, nanti kan akhir bulan bisa membayar uang SPP, jadi ngga krasa berat, kita memfasilitasi. Itu beberapa kemudahan yang kaitannya dengan biaya pendidikan disini”.</p>
<b>TEMPAT</b>	
1.	<p><b>Apakah bangunan SD NU Master Sokaraja milik pribadi/keluarga/yayasan?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Bangunan ini kalau dikatakan miliknya yayasan juga bisa dikatakan milik yayasan pribadi punya Pak H.Sutrisno, tapi diwakafkan ke LP Ma’arif, Cuma untuk kepengurusannya full dari yayasan yang istilahnya dikendalikan oleh Pak H.Trisno. Cuma untuk kepengurusannya itu full dari yayasan, kemudian untuk fasilitas sarana dan prasarana itu dari Pak H. Trisno dan keluarga. Fasilitasnya ini kan sudah diakreditasi, jadi kalau secara kelayakan dan secara penilaian dari Badan Akreditasi ini sudah mumpuni, karena kemaren nilainya kan sudah mencapai 92 pas akreditasi pertama, itu mendapatkan nilai A”.</p>
<b>PROMOSI</b>	
1.	<p><b>Bagaimana SD NU Master Sokaraja melakukan promosi? Media apa saja yang digunakan? dan kapan?</b></p> <p>“Kalau promosi yang paling terlihat itu kita keliling ke TK-TK sekabupaten Banyumas bahkan sampai Purbalingga, khususnya diawal-awal berdirinya sekolah ini yah, jadi kita menghubungi kepala sekolah-kepala sekolah TK. Selain itu, kita mendatangi <i>event-event</i> besar di Kabupaten Banyumas, khususnya <i>event-event</i> yang ada afiliasinya sama NU, diluar itupun kita juga pernah ke Rita Super Mall, kita promosi disana dan bikin acara disana, dan nyewa tempat dibagian bawah. Kita bikin acara disitu, ada panggungnya. Nah, itu jadi ajang promosi juga, kita menampilkan beberapa karya siswa, hasil program-program sekolah juga ditampilkan disitu, sekaligus promosi kepada orang-orang yang ada di Rita Super Mall. Terus juga kita pernah promosi di <i>event</i> ada Panggung NU. Kita juga mengunjungi lembaga-lembaga lain semacam perkumpulan guru PGTK, terus perkumpulan ibu-ibu muslimat juga pernah kita. Media sosialnya saya yang pegang. Kalau sekarang memang lebih <i>ngetrendnya</i> itu yang ig. Kalau wali murid sini kebanyakan menggunakan instagram. Dulu di awal-awal saya lebih aktif di facebook, terus semakin kesini melihat perkembangan akhirnya saya aktif di</p>

	ig. Kalau twitter belum aktif, ya sudah ada tapi jarang <i>update</i> . Kalau youtubenanya ada, sering <i>upload</i> juga”.
2.	<p><b>Bagaimana Teknis pelaksanaan PPDB SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau pendaftaran setiap tahunnya itu rutin dimulai dari bulan desember, nanti selesai di bulan juni. Itu dibagi menjadi dua gelombang, gelombang pertama dari desember-maret. Nanti kalau sampai maret sudah <i>full</i>, karna kita hanya menyediakan 3 kelas, perkelasnya itu diangka 25 atau 26-an lah, kalau sudah <i>full</i> diangka segitu berarti gelombang keduanya tidak. Nah tapi mulai tahun ini karena peminatnya dirasa sudah lebih banyak lagi, jadi pendaftar silahkan masuk aja sebanyak-banyaknya, nanti kita adakan OKUB dulu, kemudian <i>assessment</i> nya akan kelihatan. Anak-anak yang kriterianya masuk ke SD NU Master nanti akan lolos. Jadi tetap beberapa kriteria yang harus dipenuhi.”</p>
<b>SDM</b>	
1.	<p><b>Berapa jumlah siswa, guru dan staf di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau guru semuanya itu 38 mba. Kepala sekolah 1, guru kelas 18, guru mapel itu ada bahasa jawa, bahasa inggris, bahasa arab, PJOK, guru ngaji. Tenaga administrasi ada 4, penjaga seolahnya K3 ada 3 orang”</p>
2.	<p><b>Bagaimana proses perekrutan guru di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Jadi kalau perekrutan guru disini kan melalui seleksi yah, tapi ada dua tahapannya, yang pertama itu ada seleksi berkas. Seleksi berkas ya syarat utamanya harus memiliki ijazah S1, minimal untuk guru, dan mungkin ada pendukung-pendukung yang lain. Kemudian ada seleksi tertulis, dan wawancara, kemudian ada <i>micro teaching</i>, nanti baru penentuan diterima atau tidak. Kalau sudah diterima nanti di 3 bulan pertama itu masih magang istilahnya, belum tetap. Kalau angkatan saya dulu sebulan pertama itu untuk <i>study banding</i>, dikirim ke sekolah mana untuk belajar, dulu saya dikirim ke SD Nasima Semarang, ada yang sebulan ada yang seminggu. Terus nanti pulang kesini nanti mulai coba diterapkan disini. Setelah 3 bulan kan akan terlihat layak untuk lanjut atau tidak”.</p>
<b>BUKTI FISIK</b>	
1.	<p><b>Fasilitas apa yang masih belum terpenuhi?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau sekarang, fasilitas yang paling dibutuhkan dan belum ada itu lapangan atau tanah yang lapang lah untung acara-acara. Kalau sementara kan di halaman. Nah di halaman ya kalau anak-anak muat, tapi kalau acara-acara besar yang melibatkan orang tua, kita harus nyewa tempat diluar, kaya dibalai Desa atau dimana. Tapi sebenarnya sekarang kita punya gedung seni itu dekat TK Masyithoh yang masih satu yayasan, Cuma maksudnya untuk jaraknya dari sini kesana itu agak jauh. Penginnya itu yang disini atau diatas lantai 4 itu di bikin Hall. Dulu rencananya seperti itu memang diawal, Cuma</p>



	<p>memang dari warga sekitar belum mengizinkan jadinya belum dibangun. Itu sementara fasilitas yang pengen banget dibangun atau diadakan”.</p>
<b>PROSES</b>	
1.	<p><b>Apakah guru melaksanakan proses pembelajaran di kelas secara kondusif dan interaktif? Bagaimana pendapat bapak tentang proses pembelajaran di kelas?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau dikatakan sudah kondusif sudah, sudah interaktif juga sudah. Mungkin baru sampai tahap sudah. Mungkin kalau sampai tahap yang bagus gitu yah yang istilahnya mengagumkan kalau dinilai, ya saat ini masih dalam tahap proses lah. Banyak juga pengajar disini yang masih muda-muda, yang baru selesai kuliah langsung daftar disini. Nah itu kan butuh pengalaman-pengalaman juga butuh ilmu-ilmu juga, dan sekolah ini juga terhitung masih muda yah, masih 6 tahun jalan, itukan juga ibaratnya bayi kan masih TK. Masih butuh banyak ilmu lagi. Tapi kalau secara keseluruhan sudah kondusif, terbukti dengan akreditasi juga sudah mendapatkan nilai A. Jadi ya secara formalnya kita sudah mencukupi”.</p>
<b>KEBUTUHAN AFILIASI</b>	
1.	<p><b>Apakah semua pelanggan pendidikan/orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja beranggotakan NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau orang tua, mereka bermacam-macam, tapi kalau udah masuk sini ya otomatis harus ikut kegiatan sini. Kita setiap kali ada pertemuan dengan walimurid dirangkaian itu harus ada tahlilan, sholawatnya, tausiyahnya pun isinya harus sesuai dengan <i>ahlussunnah wal jama'ah an-nahdhiyah</i>”.</p>
2.	<p><b>Apakah kualifikasi tenaga pendidikan dan karyawan di SD NU Master Sokaraja harus beranggotakan NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau tenaga pendidikan dan kependidikan yang udah masuk disini itu harus NU, terlepas itu <i>background</i> nya itu mau Muhammadiyah, atau Wahabi, silahkan, yang penting kalau sudah masuk sini itu harus NU. Dulu diawal-awal kita mewajibkan pengajar itu wajib dari kalangan NU. Tapi kita berkaca dari organisasi lain juga mereka itu banyak yang menerima guru yang dari kalangan luar organisasinya, yang akhirnya mereka mampu membawa guru tersebut kedalam ormasnya. Nah kita juga nggak mau kalah, kita juga bisa meng-NU kan orang-orang diluar NU. Itu kalau dari guru dan tenaga kependidikannya yah”.</p>
<b>GAYA HIDUP</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pandangan bapak terkait dengan gaya hidup orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Walimurid disini bisa dikatakan ya banyak yang menengah dan menengah keatas. Ada orang tua yang istilahnya ngepas, tapi karena punya tekad pengen</p>



menyekolahkan anaknya disini, ya akhirnya jadi mampu”.

### KELAS SOSIAL

1. **Bagaimana pandangan bapak terkait dengan kelas sosial orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?**

Jawaban Narasumber:

“Kalau disini ada Paguyuban Orangtua Murid dan Guru (POMG). Tapi itu bukan untuk mengklasifikasi atau memisahkan antara yang strata sosialnya lebih tinggi atau bagaimana, tapi POMG ini untuk mengumpulkan aspirasi mereka aja. Jadi kalau kita lihat di SD NU Master ini ya, banyak wali murid yang ibu-ibu rumah tangga yang mereka itu sebenarnya memiliki banyak keahlian dan mereka orang-orang yang berpendidikan, dan mereka orang-orang mampu. Nah, jika kita bisa sinkronkan dengan program-program sekolah maka ini akan menjadi pendukung yang luar biasa. Maka, di SD NU Master ini ada POMG. Ada beberapa sekolah besar itu malah justru tidak ada POMG nya, itu alasannya mereka itu tidak mau ditambah-tambahi orang untuk mengurus sekolah itu. Dari mereka merasa sudah cukup. Jadi, wali murid ya perannya jadi wali murid saja. Tapi kita di SD NU Master, ingin pembelajaran di sekolah ini benar-bener pembelajaran yang berhasil, karena pembelajaran yang berhasil itu bukan jadi guru dan siswa saja, namun ada campur tangan dengan orang tua. Setiap kegiatan-kegiatan akan melibatkan orang tua, dengan POMG ini akan memidahkan sekolah untuk kordinasi dengan orang tua. Kalau perkumpulan ibu-ibu sosialita ya itu sudah terbentuk sendiri di luar itu. Mereka kalau udah kumpul-kumpul ya biasanya sesuai dengan kelompoknya masing-masing tapi pada intinya mereka hanya berkelompok biasa saja, tapi kalau secara keseluruhan mereka juga saling membantu satu sama lain”.

**HASIL WAWANCARA  
GURU SD NU MASTER SOKARAJA**

Nama Narasumber	Barokah Sulistiyani, S.Pd
Jabatan Narasumber	Guru SD NU Master Sokaraja
Tempat Wawancara	SD NU Master Sokaraja
Hari/Tanggal Wawancara	Rabu, 25 Januari 2023
Waktu Wawancara	09.00-11.00 WIB

**PRODUK**

1. **Produk pendidikan apa saja yang ditawarkan SD NU Master Sokaraja?**

Jawaban Narasumber:

“Produk yang kita tawarkan yaitu pertama kita memiliki program tahfidz. Kemudian *multiple language* itu merupakan 3 bahasa yang kita tawarkan, yaitu dihari senin, selasa rabu kita berbahasa inggris dalam setiap rutinitas, hari kamis bahasa jawa, hari jum’at bahasa arab, seperti itu. Kemudian ada *entrepreneur*, bagaimana anak-anak tahu tentang bagaimana jual beli dan berbisnis. Karena kita tahu bahwa pendiri yayasan ini kan seorang pembisnis yah, Getuk Goreng H Tohirin Sokaraja, yang memiliki banyak toko, sudah terkenal, dan manajemen yang bagus, jadi kita juga menambahkan program *entrepreneur* sebagai program unggulan di SD Master”.

**HARGA/BIAYA**

1. **Apakah dalam menentukan biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja menyesuaikan dengan program-program yang ada?**

Jawaban Narasumber:

“Pada saat kita sosialisasi kita sudah memberikan informasi rincian mengenai biaya di SD Master. Jadi dari awal, walimurid itu sudah tahu, sudah paham masuknya bayar berapa, biaya SPP berapa, uang gedung, uang makan, dll. Pada tahun ini masuknya itu sekitar Rp. 8.100.000. Kalau uang makan sekitar Rp. 7.000 disesuaikan dengan hari efektif, kalau uang gedung itu dibayar sekali selama sekolah disini yaitu Rp.3.500.000, kalau uang kegiatan itu sekitar Rp.3.000.000 yang dibayarkan setahun sekali, itu meliputi kegiatan pembelajaran tema, kegiatan *outing class*, kegiatan praktik di kelas, dst, itu sudah include kegiatan itu jadi tidak menarik uang kegiatan. Kemudian uang perawatan gedung itu pertahun yang gunanya untuk memperbaiki AC, kalau ada yang rusak, pengecatan, pemeliharaan kelas, dll. Pada saat sosialisasi juga biasanya orang tua menanyakan biayanya. Kita juga tidak menutupi biaya disini, justru di awal mereka harus tahu, biar ketika sekolah disini sudah memahami aturan, biaya-biaya yang harus dikeluarkan. Kemudian dari biaya-biaya itu di plot-plotkan oleh bendahara sekolah, dan yang merencanakan yaitu kepala sekolah, yayasan, dan bendahara sekolah. Anggaran tersebut biasanya dibuat oleh stakeholder dengan menyusun RAB. RAB itu meliputi pembiayaan-pembiayaan operasional sekolah, penggajian guru dan staf, perawatan gedung, dll, yang disertakan ke yayasan apakah disetujui atau tidak”.

2.	<p><b>Apakah ada promosi/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Biasanya promonya yang jelas kalau pendaftar langsung bayar diawal tanpa dicicil biasanya dapet potongan hingga Rp.500.000 mba”</p>
<b>TEMPAT</b>	
1.	<p><b>Apakah bangunan SD NU Master Sokaraja milik pribadi/keluarga/yayasan?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Semua yang dari sekolah ini memang fasilitasnya kebanyakan dari pendiri dari Keluarga Bapak H.Trisno. Jadi semua biaya baik itu tanah, gedung yang sudah didapatkan, kemudian kita mendapat naungan dari LP Ma’arif, sudah diwakafkan, namun biaya murni dari pendiri yayasan, jadi tidak ada sumbangan atau donatur. Kemudian komunitas yang ada di sekolah ini tentu ya yang namanya yayasan, memiliki sebuah komunitas intern, ada yang dari TK, TPQ, SD Master. Biasanya kita mengadakan silaturahmi seperti pengajian bersama, untuk mendukung apa yang menjadi tujuan bersama, dengan menggandeng banom banom NU seperti fatayat, muslimat, dan banser. Kita saling bersinergi bersama dan mendukung satu sama lain, karena kita satu naungan yaitu NU”.</p>
<b>PROMOSI</b>	
1.	<p><b>Bagaimana SD NU Master Sokaraja menentukan kebutuhan pasar?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau kita berbicara tentang <i>marketing</i> kan pasti ya menawarkan produk yah, kaya sama kita jualan, pasti kita menawarkan produk apa sih yang kita jual, agar mereka itu tertarik dan minat dengan sekolah ini. Nah di SD ini tentunya, karena SD baru nggih kita berjalan itu dari tahun 2017, itu memang bener-bener babat alas. Jadi pada saat awal pembentukan sekolah ini, itu istilahnya kita belajar ke SD lain yaitu di SD Nasima Semarang. Nah kita tau bahwa SD tersebut luar biasa nggih, karena mereka hampir 20 tahun, kemudian dari mutu kualitas juga bagus. Jadi, kita kesana nih, bagaimana sih cara kita untuk membuat SD yang memiliki kualitas bagus. Jadi, selama satu bulan kita disana untuk belajar dari yang pertama manajemen, kemudian <i>marketing</i>, dan pembelajaran disana. Pada tahun 2017 itu, tepatnya di bulan Maret, itu kan sekolah belum berdiri, tapi kita punya tujuan ingin mendirikan sekolah, pada saat itu kita mulai memasarkan bagaimana sih sekolah yang baru, yang bener-bener babat alas, kita mencari walimurid yang dalam <i>marketing</i> kan dikatakan konsumen yah... walimurid itu agar tertarik kepada kita, meskipun pada saat itu sekolah belum ada, tapi mereka tetap bisa tertarik gitu, padahal bangunanya belum ada/baru dibangun. Alhamdulillah baru pertama buka pendaftaran kita sudah menerima 3 kelas sekitar 72 anak. Jadi 72 anak dibagi 3 kelas, ada yang 25 orang ada yang 22 orang perkelas pada saat itu. Orang tua walimurid pada tahun pertama alhamdulillah sudah percaya kepada kita. Kita juga melihat dari SD sekitar ternyata hanya mendapatkan siswa 20an pada saat itu, yang notabennya mereka sudah</p>



	berdiri lama, karena mungkin melihat dari pengelolanya yang sudah mumpuni, yang sudah tau kualitas di TK, karena dari beberapa murid yang sekolah disini itu berasal dari TK Masithoh 25, yang orang tuanya percaya pada pengelola yayasan”.
2.	<p><b>Bagaimana SD NU Master Sokaraja melakukan promosi?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kita mengadakan promosi melalui sebuah <i>event</i>, yaitu lomba <i>drum band</i> antar TK. Nah pada saat itu kita memasarkan ke TK-TK. SD Master ini juga dibawah naungan yang sama dengan TK Masithoh, yang memang dari pendirinya sudah memiliki nama yah, sudah terkenal bagus, sudah terkenal kualitasnya memang numpuni, jadi pendirinya menyiapkan SD sebagai tingkatan/jenjang yang lebih tinggi di TK tersebut. Pendiri yayasan ini memang sudah dikenal banyak masyarakat, jadi kita bisa masuk ke TK-TK. Kita memang perjuangan mba dulu pada saat promosi, selain ke TK-TK kita juga mendatangi tokoh NU yang memiliki anak yang mau SD, kita sowani ke rumah, kemudian sowan ke pondok-pondok untuk meminta doa restu akan mendirikan sekolah”.</p>
<b>SDM</b>	
1.	<p><b>Bagaimana proses perekrutan guru di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Saya juga ndaftar guru disini tidak asal ndaftar terus diterima, tapi melalui proses juga. Mulai dari tes seperti tertulis, tes wawancara, tes ngaji, dan lain sebagainya. Itu secara detail pokoknya <i>termanage</i> dengan baik”.</p>
<b>BUKTI FISIK</b>	
1.	<p><b>Apakah fasilitas di SD NU Master Sokaraja udah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kita tahu bahwa SD ini baru, jadi secara sarpras itu memang berusaha maksimal untuk memenuhi kebutuhan siswa. Kita sudah menyediakan Lab komputer, pembelajaran dikelas juga sudah kita desain agar anak-anak belajar dengan nyaman, sumpeg, jenuh, karena memang kita pembelajaran dari jam 05.50-14.00. Itu kan bukan rentan waktu yang sedikit ya. Kalau di SD lain kan kelas 1 pulang jam 10. Kalau disini kelas 1 saja bisa pulang jam setengah 2. Apalagi yang ikut ekstrakurikuler itu bisa sampai jam 5. Nah paling tidak kita menyediakan suatu sarpras dan kondisi kelas yang nyaman sehingga mereka merasa senang, tidak terpaksa untuk sekolah. Kalau disini kan alhamdulillah bangunannya juga sudah permanen, sudah hak milik, ada AC nya juga, dari ruangnya juga sudah standar persiswanya tidak terlalu banyak. Perkelas ada yang 20,21, 25. Jadi kita maksumal itu sekelas 27 atau 28. Jangan sampai 30 keatas, memang kita juga disesuaikan dengan space kelas nggih. Penerimaan siswa baru juga dibatasi. Perhari ini itu sudah dapat 42 anak. Jadi mudah-mudahan sesuai dengan target kita, kita ingin menyeleksi agar murid yang baru itu sesuai dengan apa yang kita harapkan. Memang sih yang namanya sekolah nggih, bukannya kita menolak, tapi kita mencari yang terbaik.”</p>



## PROSES

### 1. **Bagaimana guru SD NU Master Sokaraja mengelompokkan siswa saat aktivitas pembelajaran di kelas?**

Jawaban Narasumber:

“Disini harus menyusun strategi bagaimana kita bisa melayani konsumen walimurid, menyediakan pembelajaran yang menyenangkan di kelas, bagaimana siswa itu belajar dari pagi sampai siang tanpa merasa bosan. Tentunya itu menjadi suatu PR agar guru memiliki metode yang menarik untuk menyajikan sebuah pembelajaran yang anak-anak mau, yang disesuaikan dengan karakteristik belajar mereka. Kita tahu bahwa gaya belajar anak itu berbeda-beda, ada yang yang auditoring, ada yang visual. Kadang ada anak yang pendiem, ada juga anak yang jalan-jalan muter-muter, itu harus bisa mengondisikan kelas, agar disaat pembelajaran berlangsung, anak-anak menjadi siap. Kita tahu teknologi kan sekarang sudah canggih yah, mereka bisa mempelajari sendiri, mencari materi-materi. Tetapi, di pembelajaran yang disajikan itu ruh nya kita sebagai guru harus dapet/sampe ke anak-anak, agar bisa membentuk karakter mereka, membentuk bagaimana perilaku mereka agar berperilaku baik dalam segala situasi. Nah yang pertama, tentunya manajemen kelas yang baik, kita menyiapkan pembelajaran yang sesuai dengan apa yang menjadi tugas kita sebagai guru, dan anak-anak itu memang dalam fasenya itu bermain seperti kelas 1, kelas 2. Maka perlunya disesuaikan dengan fase mereka. Kemudian bagaimana kura memuaskan dan melayani mereka agar mereka itu bisa mengerti apa yang sudah mereka pelajari, ya itu harus ada manajemen kelas yang baik. Kemudian kita dengan walimurid tentunya harus menjalin silaturahmi, karena kita itu bagaiman mitra. Dimana mereka menitipkan anak mereka dengan biaya yang tidak sedikit. Berbeda jika di sekolah yang tidak membayar/gratis, biasanya orang tua cenderung akan bilang “ya monggoh lah karepe bu guru anakku arep diciwit apa arep diapakna ora papa, sing penting anakku manut”, dalam hal lain menyerahkan semuanya ke guru. Nah, berbeda dengan disini, ketika kita melakukan sesuatu yang sedikit saja itu akan menjadi masalah. Bahkan terkadang orang tua siswa juga berkonsultasi diluar jam kerja guru, seperti misalnya WA achat, atau telfon. Namun bagaimanapun sebagai guru saya juga mencoba untuk memberikan kepuasan dalam bentuk melayani dan menanggapi mereka. Walaupun memang guru kalau di rumah juga kan sudah waktunya dengan keluarga, tapi kita sebisa mungkin ketika walimurid bertanya ya kita harus menjawab. Jadi darisitulah mereka akan merasa puas dari apa yang kita sajikan dan layani.

Pokoknya kalau terjadi sesuatu di kelas kita harus cepat memberikan kabar, jangan sampai orang tua tuh sampe marah-marah atau negur langsung ke anak yang bersangkutan, misalnya dalam sebuah pertengkaran anak di kelas. Nah kita harus segera memberi tahu, jangan sampai anak yang mengadu ke orang tuanya kemudian terjadi kesalahpahaman antar walimurid. Kita mengutamakan kualitas pelayanan agar mereka terpuaskan.

Pembelajaran tema memang setiap tahunnya kita adakan berbeda-beda, misalnya tema PLTA, berarti siswa berkunjung ke PLTA agar anak-anak paham”.

<b>KEBUTUHAN AFILIASI</b>	
1.	<p><b>Apakah semua pelanggan pendidikan/orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja beranggotakan NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:            “Kalau untuk wali murid disini, ada yang orang tuanya memang dari NU, ada yang tidak memiliki organisasi/nasional, ana dari muhammadiyah, dan ada yang dari salafy juga. Jadi beraneka ragam ya, basic keluarga mereka. Tapi insyaallah mereka tetap mengedepankan bahwa saling menghormati itu penting. Misalkan kita mengadakan ziaroh, kan menjadi sesuatu yang menurut pandangan orang selain NU adalah sesuatu yang tidak sesuai. Tetapi mereka tetap menghormati apa yang menjadi program kita dan mau ikut serta, karena dari awal mereka tahu kita memang berhaluan ahlussunnah wal jama’ah. Jadi ketika mereka menitipkan/menyekolahkan anaknya disini justru karena mereka tahu dan paham. Mungkin itulah yang dimaksud dengan toleransi orang tua yah. Ada yang bapaknya NU Ibunya Muhammadiyah atau sebaliknya, tapi mereka saling menghormati. Bahkan ada yang kakaknya disekolahkan di SD Muhammadiyah, adiknya sekolah di SD NU. Jadi bermacam-macam mereka menyekolahkan anaknya. Tapi ya nggapapa, bagi orang tua ya yang penting masih satu agama yaitu Islam. Toleransi yang tinggi yang memang di terapkan oleh mereka.”</p>
<b>GAYA HIDUP</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pandangan ibu terkait dengan gaya hidup orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:            “Kalau gaya hidup wali murid itu berbeda-beda ya mba, tidak dapat dihindari. Tapi disini saling menghormati satu sama lain, tidak ada yang saling merendahkan”.</p>
<b>KELAS SOSIAL</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pandangan ibu terkait dengan kelas sosial orang tua peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:            “Kalau di SD NU Master sendiri ada perkumpulan walimurid, kalau kita sebutnya POMG. Nah itu merupakan fasilitas yang diberikan sekolah agar orang tua walimurid memiliki paguyuban yang saling bersosialisasi, saling bersilaturahmi satu sama lain. Ada organisasinya, ada ketuanya, ada panitianya juga ketika kita menjalankan sebuah kegiatan, kita juga bekerjasama dengan POMG tersebut. Jadi walimurid itu memiliki sebuah perkumpulan/paguyuban yang memang dibentuk dan difasilitasi oleh sekolah, yang kita bentuk bareng-bareng ada ketuanya, ada wakil ketua, bendahara, sekretaris, dsb. Tugas mereka adalah mendukung semua kegiatan yang ada di sekolah kemudian membuat suatu kegiatan yang memang bermanfaat contohnya santunan yatim piatu pada saat muharram, kemudian ada bazar dimana mereka pasarkan produk mereka, kemudian ada silaturahmi walimurid. Ada juga program membantu ketika walimurid ada yang</p>

kesusahan, maka walimurid saling memberikan sebuah bantuan seperti wujud tali kasih mereka. Jadi disini itu sekolah saling bekerjasama untuk menjalankan visi misi dan apa yang sudah menjadi komitmen dari sekolah ini. Misalkan kita ada parenting itu juga kerjasama dengan POMG. Kita juga akan melaksanakan Harlah SD NU Master, event-event donor darah, cek mata, santunan, dll kita juga bekerja sama dengan POMG. Jadi saling bekerjasama, itulah yang menjadi wadah bagi walimurid di sekolah ini, yang terjalin sejak awal agar kebutuhan-kebutuhan yang sekolah ingin capai, walimurid saling membantu. Jadi tidak ada kelas sosial yang membedakan, semua itu sama.”



**HASIL WAWANCARA  
ORANG TUA/WALI PESERTA DIDIK**

Nama Narasumber	Nur Istikharoh
Jabatan Narasumber	Orang Tua/Wali Peserta Didik
Tempat Wawancara	SD NU Master Sokaraja
Hari/Tanggal Wawancara	Rabu, 25 Januari 2023
Waktu Wawancara	11.00-11.45 WIB
<b>PRODUK</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pendapat ibu mengenai produk yang ditawarkan oleh SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Program yang unggulan disini mungkin tahfidz qur’annya mba, karena pembelajarannya rutin. Kemudian ada program penggunaan tiga bahasa yaitu bahasa arab, bahasa inggris, dan bahasa jawa, dan ada <i>boarding school</i> untuk kelas 6. Jadi memang ada program khusus untuk kelas 6, yaitu semua kelas 6 wajib tinggal di asrama, jadi sistemnya kaya pondok pesantren”.</p>
<b>HARGA/BIAYA</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pendapat ibu terkait biaya pendidikan yang ditawarkan ? apakah sudah sesuai dengan pelayanan yang diberikan?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Biaya disini cukup terjangkau untuk kualitas yang dapat dikatakan sudah bagus. Biaya disini juga sudah sesuai dengan fasilitas dan program yang disediakan oleh SD NU Master. Jadi, menurut saya rasa sudah pas”.</p>
2.	<p><b>Apakah ada promo/diskon biaya pendidikan di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Biasanya ada promonya mba, yang jelas kalau pendaftar langsung bayar lunas diawal tanpa dicicil biasanya dapet potongan hingga Rp.500.000 mba”.</p>
3.	<p><b>Apakah SD NU Master Sokaraja memberikan laporan/rincian biaya sebagai wujud transparansi sekolah?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Sekolah juga menyampaikan rincian biaya yang perlu dibayar dan untuk apa saja secara terbuka kepada kami selaku wali murid. Jadi tidak kita tidak ada yang merasa dirugikan, ya sama-sama diuntungkan”.</p>
<b>TEMPAT</b>	
1.	<p><b>Apakah lokasi SD NU Master Sokaraja tergolong strategis dan mudah dijangkau?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Sebenarnya sekolah ini sudah cukup strategis, hanya masuk gang sedikit</p>



	<p>dari jalan besar. Cuma karna di tengah-tengah pemukiman warga jadi kalau penjemputan anak-anak suka macet. Apalagi rata-rata pada dijemput sama mobil, karena jalannya sempit ya akhirnya macet. Disamping SD NU Master juga ada sekolah lain yang sama-sama macet saat penjemputan anak. Paling ya nantinya harus diatur lagi untuk <i>drop</i> siswa. Misalnya jam masuk sekolah dibedakan/dijeda dengan sekolah lain yang masih satu wilayah dengan SD NU Master”.</p>
<b>PROMOSI</b>	
1.	<p><b>Darimana ibu mengetahui informasi tentang SD NU Master Sokaraja? dari mulut ke mulut? media sosial? atau yang lainnya?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Saya lihat memang SD NU Master aktif dalam bersosial media, informasinya banyak disebar melalui WA, instragram, dan facebook. Apalagi kebanyakan dari kami juga menggunakan media tersebut. Jadi ya pas kalau buat memasarkan sekolah. Apalagi tampilannya menarik-menarik, jadi ya wali murid juga gampang mencerna informasi dan tertarik untuk bertanya tentang SD NU Master”.</p>
2.	<p><b>Apakah promosi yang dilakukan oleh SD NU Master Sokaraja sesuai dengan kondisi/keadaan yang sebenarnya?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Menurut saya ya sudah sesuai, karena apa yang dipromosikan ya apa yang dilaksanakan oleh SD NU Master”.</p>
3.	<p><b>Bagaimana cara ibu mendaftarkan putra-putrinya pada saat penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Kalau saya mendaftarkan anak saya secara langsung ke SD NU Master, Alhamdulillah anak saya lolos setelah melalui beberapa tahapan, ada tes baca tulis, mengaji, dan tes psikolog. Tes psikolog ini disebut OKUB, biasanya untuk mengetahui tingkat kematangan dan kemampuan anak, juga untuk mendeteksi anak-anak apakah berkebutuhan khusus atau tidak”.</p>
<b>SDM</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pendapat ibu terkait pelayanan yang diberikan oleh kepala sekolah, guru, dan karyawan di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Guru-guru dan karyawan disini menurut saya sudah mengajar sesuai keahliannya. Jadi anak-anak disini juga terjamin kualitasnya. Begitupun karyawan disini juga pasti punya keahlian masing-masing dibidangnya, sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik untuk kita para wali murid”.</p>
<b>BUKTI FISIK</b>	
1.	<p><b>Apakah sarana dan prasarana di SD NU Master Sokaraja sudah sesuai dengan kebutuhan peserta didik?</b></p>

	<p>Jawaban Narasumber:  “Failitasnya sudah lengkap kalau menurut saya, soalnya di SD NU Master biasanya fasilitas disesuaikan dengan jumlah siswa yang masuk sama program yang ada disekolah. Jadi, saya rasa sekolah sudah sangat mengusahakan kelengkapan fasilitas. Walaupun pasti masih ada yang kurang atau belum sesuai.”</p>
2.	<p><b>Fasilitas apa yang masih belum terpenuhi?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Yang masih kurang itu ya paling lahan untuk parkir, sama lapangan olahraga yang sepertinya belum ada”.</p>
<b>PROSES</b>	
1.	<p><b>Bagaimana pendapat ibu terkait kegiatan belajar-mengajar di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “KBM disini sudah berjalan sangat baik, metode pengajarannya juga menarik. Kadang anak ada yang belajar di luar kelas, ada yang didalam kelas juga, jadi anak tidak bosan. Padahal belajar dengan waktu yang cukup lama juga”</p>
2.	<p><b>Apakah peserta didik mengalami peningkatan baik dalam bidang akademik maupun non akademik setelah mengikuti proses pembelajaran di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Pasti ada peningkatan mba, apa yang diajarkan di sekolah ya Alhamdulillah ada yang diterapkan di rumah”.</p>
3.	<p><b>Apakah guru dan karyawan mampu menghadapi keluhan dari orang tua/wali peserta didik di SD NU Master Sokaraja?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Guru selalu memberi tahu apabila anak ada yang bermasalah di sekolah. Sehingga kami juga tida merasa khawatir anak kenapa-napa di sekolah. Ada apa-apa pasti diberi tahu, diinformasikan dengan cepat”.</p>
<b>KEBUTUHAN AFILIASI</b>	
1.	<p><b>Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena sekolah tersebut berada dibawah naungan NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ya, salah satu saya memilih sekolah ini yak karena SD ini merupakan SD NU, karena saya berharap anak saya juga memiliki pengetahuan keagamaan yang kuat, sesuai dengan ajaran NU”.</p>
2.	<p><b>Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena ibu merupakan bagian dari ormas NU?</b></p> <p>Jawaban Narasumber:  “Ya, saya sendiri termasuk anggota NU. Tapi memang disini wali muridnya juga bermacam-macam. Tapi tidak saling membeda-bedakan”.</p>

### GAYA HIDUP

1. **Bagaimana cara ibu dalam bergaul/bersosialisasi dengan orang tua peserta didik yang lainnya di SD NU Master Sokaraja?**
- Jawaban Narasumber:  
“Untuk gaya hidup setiap orang pasti berbeda-beda ya, kadang ada yang memang biaya hidup sederhana walaupun sebenarnya mampu. Ada juga yang sebenarnya biasa saja tapi gaya hidupnya tinggi. Kalau saya melihat gaya hidup wali murid si memang berbeda-beda tapi lebih kepada hal positifnya. Walaupun gaya hidupnya beda, tapi yang penting kekompakan kita, saling bekerjasama, apalagi kalau ada program-program di sekolah ya kita saling kerjasama aja, tidak mengutamakan gaya hidup apalagi membeda-bedakan”.

### KELAS SOSIAL

1. **Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena rekomendasi dari lingkungan sosial atau rekan kerja?**
- Jawaban Narasumber:  
“Ya, karena saya guru jadi saya juga mendapatkan informasi tentang SD NU Master dari sesama guru”.
2. **Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena disesuaikan dengan pendapatan ibu?**
- Jawaban Narasumber:  
“Ya disesuaikan dengan pendapatan pastinya, karena untuk membayar biaya pendidikan juga”.
3. **Apakah ada kelas sosial antar orang tua/wali peserta didik di SD NU Master Sokaraja?**
- Jawaban Narasumber:  
“Kalau kelas sosial biasanya terbentuk dengan sendirinya di luar sekolah, paling ya karena sering kumpul atau mengadakan acara bareng di luar sekolah. Tapi kalau komunitas yang dibentuk sekolah itu ada Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG). Ini yang aktif di sekolah. Kita sering ikut membantu menjalankan program-program di sekolah, misalnya nanti ada acara harlah sekolah, terus kemungkinan ada bazar ramadhan juga, dan masih banyak lagi mba. Kalau komunitas ini malah aktif sekali mba di sekolah”.
4. **Apakah ibu memilih SD NU Master Sokaraja karena untuk kebutuhan gengsi?**
- Jawaban Narasumber:  
“Tidak mba, saya memang benar-benar ingin menyekolahkan anak saya di SD Master ya karena saya tahu bahwa kualitas di SD ini sudah bagus, selain itu juga karena banyak juga anak dari teman-teman guru yang sekolah disini juga”.

**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI WAWANCARA NARSUMBER**



Gambar 1. Wawancara dengan Kepala SD NU Master Sokaraja



Gambar 2. Wawancara dengan Waka Humas SD NU Master Sokaraja



Gambar.3 Wawancara dengan Guru SD NU Master Sokaraja



Gambar 4. Wawancara dengan Orang tua/wali Peserta Didik



**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI GEDUNG/BANGUNAN SEKOLAH**



Gambar 5. Gapura dan Gerbang SD NU Master Sokaraja



Gambar 6. Gedung SD NU Master Sokaraja

**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI KEGIATAN SEKOLAH**



Gambar 7. Program Baca Tulis dan Tahfidz Qur'an (BTTQ)



Gambar 8. Program *Multiple Language*



Gambar 9. Program *Boarding* untuk Kelas 6





Gambar 10. Ekstrakurikuler Pramuka



Gambar. 11 Kegiatan *Entrepreneurship* (Market Day)



Gambar 12. Ekstrakurikuler *Cooking*



Gambar 13. Kegiatan Upacara Bendera



Gambar 14. Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) di kelas



Gambar 15. Prestasi SD NU Master Sokaraja



**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI PROMOSI SD NU MASTER SOKARAJA**



Gambar 16. Orientasi Kematangan Usia Belajar (OKUB) pada saat PPDB



Gambar 17. Promosi Sekolah melalui Perayaan Harlah Sekolah  
(Serangkaian Acara Hari Lahir SD NU Master Sokaraja)

**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI KEGIATAN**  
**PAGUYUBAN ORANG TUA MURID DAN GURU (POMG)**



Gambar 18. Pengurus Paguyuban Orang tua Murid dan Guru (POMG)



Gambar 19. Kegiatan Bazar oleh POMG



Gambar 20. Kegiatan *Parenting Class* dan Konseling dengan POMG

## RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

1. Nama : Isna Zahrotun Afifah
2. Tempat/ Tgl lahir : Banyumas, 15 Februari 2000
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Warga Negara : Indonesia
6. Pekerjaan : Belum Bekerja
7. Alamat : Margasana RT 01/RW 01, Kecamatan Jatilawang,  
Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah
8. Email : isnazahrotunafifah@gmail.com
9. No. HP : 088806607417

### B. PENDIDIKAN FORMAL

1. MI Ma'arif NU Margasana Lulus 2011
2. SMP Negeri 1 Jatilawang Lulus 2014
3. MAN 1 Purwokerto Lulus 2017
4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Lulus 2021

Demikian biodata penulis semoga dapat menjadi perhatian dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Saya,



**Isna Zahrotun Afifah**  
NIM. 214120500015



