

**PEMASARAN PENDIDIKAN
DI PERGURUAN TINGGI SWASTA
(Studi Sites Universitas Islam Batik Surakarta)**

TESIS

**Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Sistem Pendidikan**



Oleh :

**ELVI HARYANTI
NIM : Q.100060560**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010
NOTA PEMBIMBING**

Prof. Dr. Budi Murtiyasa. M. Kom
Dosen Program Studi Magister Manajemen Pendidikan
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal : Tesis Saudara Elvi Haryanti

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum wr. Wb.
Setelah membaca, meneliti, mengkoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara :

Nama : Elvi Haryanti
NIM : Q.100060560
Konsentrasi : Manajemen Sistem Pendidikan
Judul Tesis : **PEMASARAN PENDIDIKAN DI PERGURUAN
TINGGI SWASTA (Studi Situs Universitas Islam Batik
Surakarta)**

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Surakarta, 30 Maret 2010.
Pembimbing I

Prof. Dr.Budi Murtiyasa. M. Kom

NOTA PEMBIMBING

Prof. Dr. Harsono, M. S
Dosen Program Studi Magister Manajemen Pendidikan
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal : Tesis Saudara Elvi Haryanti

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum wr. Wb.
Setelah membaca, meneliti, mengkoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara :

Nama : Elvi Haryanti
NIM : Q.100060560
Konsentrasi : Manajemen Sistem Pendidikan
Judul Tesis : **PEMASARAN PENDIDIKAN DI PERGURUAN
TINGGI SWASTA (Studi Situs Universitas Islam Batik
Surakarta)**

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Surakarta, 2010.
Pembimbing II

Prof. Dr. Harsono, M.S

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elvi Haryanti

NIM : Q.100060560

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan

Konsentrasi : Manajemen Sistem Pendidikan

Judul Tesis : **PEMASARAN PENDIDIKAN DI PERGURUAN**

**TINGGI SWASTA (Studi Situs Universitas Islam Batik
Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang diserahkan ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil dari jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima dan dapat diproses sesuai dengan hukum.

Surakarta, Maret 2010.

Yang membuat pernyataan

Elvi Haryanti

MOTTO

"Dan Dia (Allah SWT) telah mengilhamkan kepada manusia itu ketaqwaan dan kedurhakaan. Sungguh beruntunglah orang yang mensucikan jiwanya, dan sungguh merugi orang yang mengotorinya"

(QS. Asy-Syams : 7-9)

PERSEMBAHAN

Karya ini kami persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu mendoakan kehidupan keluargaku.
2. Suamiku tercinta yang selalu memberikan semangat.
3. Anak tersayang sebagai penerus cita-cita.
4. Semua rekan-rekan yang tiada henti memberikan semangat dan doa.
5. Semua pihak pemerhati pendidikan dimanapun berada.

ABSTRAK

Elvi Haryanti, 2010, Pemasaran Pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta (Studi Sites di Universitas Islam Batik Surakarta). Tesis. Program Pendidikan Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Persaingan di dunia pendidikan terutama pada Perguruan Tinggi swasta sangat berat, maka perlu dipasarkan melalui pemasaran yang tepat. Di kalangan masyarakat pengguna jasa pendidikan di Indonesia, masih banyak orang awam yang salah mengartikan istilah pemasaran pendidikan, oleh karena itu perlu di kembangkan mengenai pemasaran pendidikan, khususnya di perguruan tinggi swasta.

Fokus Penelitian ini adalah Pemasaran Pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta (Studi Situs di Universitas Islam Batik Surakarta). Sub fokus penelitian adalah : 1) Bagaimana karakteristik fisik pemasaran pendidikan di Universitas Islam Batik Surakarta?. 2) Bagaimana karakteristik pengelolahan pemasaran pendidikan di Universitas Islam Batik Surakarta?.

Berdasarkan sub fokus tersebut, tujuan penelitian adalah: 1) Mendeskripsikan karakteristik fisik pemasaran Universitas Islam Batik Surakarta. 2) Mendeskripsikan karakteristik pengelolahan pemasaran pendidikan di Universitas Islam Batik Surakarta.

Dalam penelitian ini digunakan strategi penelitian etnografi. Data penelitian ini diperoleh dari narasumber yaitu kepala Humas Universitas Islam Batik Surakarta, Ketua jurusan Fakultas Ekonomi Akutansi, Tim pemasaran pendidikan, Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta, dan dokumentasi Universitas serta pengamatan terhadap aktivitas mereka. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipasi, dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan mamperpanjang masa observasi, pengamatan terus menerus, triangulasi, dan membicarakan dengan orang lain. Sedangkan teknik analisis datanya adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fisik pemasaran yang seimbang antara pemasaran kedalam dan pemasaran keluar dapat membantu hubungan yang harmonis antara pelaku pemasaran pendidikan (dosen dan karyawan), dan konsumen (*stakeholder*). Pengelolahan pemasaran pendidikan dengan strategi 4 P (produk, harga, tempat, dan promosi), bagi Perguruan Tinggi yang sedang berkembang mampu mempertahankan kondisi civitas akademik Universitas dengan cukup baik.

Kata Kunci : Pengelolaan, pemasaran, strategi, pendidikan, dan etnografi.

ABSTRACT

Elvi Haryanti, 2010, Marketing of Education at Private University (Situs Study at Islam Batik University of Surakarta). Thesis. Management In Education Graduate School Muhammadiyah University of Surakarta.

Emulation in education world especially at College Of private sector very heavy, hence require to be marketed to pass correct marketing. In a society use the education service in Indonesia, there are still many people who misinterpret about marketing of Education. So it necessary to develop abaut the marketing of Education, specially in private University.

The Focus of Research is Marketing of Education in Private University (Situs Study in Islam Batik University of Surakarta). Sub Focus of this research is 1) How is the physical character of the marketing of education in Islam Batik University of Surakarta?. 2) How is the character in managing the marketing of education in Islam Batik University of Surakarta?.

Basud on the sub fukus above, the aims of the research are: 1) To describe the physical character of the marketing of education in Islam Batik University of Surakarta 2) To desribe character in managing the marketing of education in Islam Batik University of Surakarta.

The research used Ethnography research strategy. The data of the researchs are got from the manager of Public Relation of Islam Batik University of Surakarta, the chief major of Accounting and Economy Faculty, the students of Islam batik University of Surakarta, the documents of the University and the observation to their activities. The method of collecting data which is this research intensive interview, the participation of observation and documents. The validity of the data used the length of time of observation, continuously observation, triangulation, and talk to other people. Whereas the technical of data analysis is reduction of data, presentation of data, and making conclusion.

The result of research indicates that 1) The balance of physical marketing between internal marketing and eksternal marketing can help good relationship between marketing of education staff (employees and lecturer), and consumer (stakeholder). 2) The organization of marketing education by using 4P strategy (product, price, place and promotion), for developing can survive its condition of the existence of the University well.

Keyword : Management, marketing, strategy, education, and ethnography.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan berkah-Nya yang telah terlimpahkan kepada semua makhluk, sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini mengungkap Pemasaran Pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta (Studi Situs di Universitas Islam Batik Surakarta).

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan moral dan spiritual selama penulis menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis ingin lebih khusus menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang besar kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Setiadji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah menyediakan segala fasilitas Universitas dalam penyelenggaraan pendidikan Pascasarjana.
2. Bapak Prof. Dr. Khuzaifah Dimyati, S.H, M.Hum, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan dalam menempuh program Pascasarjana Magister Pendidikan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Harsono, SU, selaku Pembimbing II dan Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bimbingan, saran dan arahannya dalam menyelesaikan laporan hasil penelitian.

4. Bapak Prof. Budi Murtiyasa. M. Kom, selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak Dr. Haryoto, selaku Dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dan arahan sehingga tesis ini menjadi lebih baik dari sebelumnya.
6. Seluruh Staf dan Karyawan program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu dan melayani selama menempuh pendidikan
7. Bapak Muladi, selaku Kepala Humas Universitas Islam Batik Surakarta beserta staf yang telah memberikan kesempatan dan banyak membantu dalam proses penelitian tesis ini.
8. Semua pihak yang telah banyak membantu dan memperlancar dari proses penelitian sampai pembuatan laporan.

Semoga amal baik dari berbagai pihak tersebut mendapatkan balasan yang sepadan dari Allah SWT, Amin.

Surakarta, Maret 2010

Elvi Haryanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Daftar Istilah	10
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Pemasaran.....	12
1. Definisi pemasaran.....	12
2. Pendekatan terhadap pemasaran.....	14
3. Model pemasaran tritunggal.....	15
B. Pemasaran Pendidikan.....	16
1. Pengertian pemasaran pendidikan.....	16
2. Karakteristik jasa pendidikan.....	17
3. Pemasaran jasa Pendidikan....	19
C. Strategi pemasaran jasa pendidikan.....	22
1. Strategi persaingan.....	22
2. Strategi pemasaran.....	22
3. Unsur nilai pemasaran.....	26
D. Penelitian Terdahulu.....	27

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis dan Desain Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian	32
C. Kehadiran Peneliti	33
D. Data, Sumber Data, dan Nara Sumber	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	37
G. Keabsahan Data	38
 BAB IV PAPARAN DAN TEMUAN PENELITIAN	41
A. Profil Universitas Islam Batik Surakarta.....	41
B. Sajian Data	50
1. Karakteristik Fisik Pemasaran Pendidikan di UNIBA.....	50
2. Karkteristik pengelolahan Pemasaran Pendidikan.....	78
C. Temuan Peneliti.....	93
 BAB V PEMBAHASAN DAN TEORI HASIL PENELITIAN	97
A. Pembahasan Penelitian	97
B. Teori Hasil Penelitian	107
 BAB VI PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Implikasi	109
C. Saran	111
 DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 01 : Strategi yang digunakan PT Swasta..... 24

DAFTAR SINGKATAN

NO	Singkatan	Kepanjangan	Hal
1	PTS	Perguruan Tinggi Swasta	2
2	Aptisi	Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia	3
3	SWOT	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats</i>	13
4	4 P	<i>Product, price, promotion, place</i>	23
5	3 P	<i>People, physical evidence, process</i>	23
6	MBA	<i>Master of Business Administration</i>	28
7	TCR	Transformatif Konsumen Riset	29
8	UIM	Universitas Islam Kyai Mojo	41
9	SK	Surat Keputusan	42
10	RI	Republik Indonesia	42
11	BAN-PT	Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi	44
12	UNIBA	Universitas Islam Batik Surakarta	45
13	LPK	Lembaga Pendidikan Ketrampilan	45
14	PPA	Pendidikan Akutansi dan Perpajakan	45
15	IPTEKS	Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Seni Budaya	49
16	SMA	Sekolah Menengah Pertama	50
17	SKS	Satuan Kredit Semester	54
18	KPPL	Kegiatan Praktek Pengalaman Lapangan	56
19	KRS	Kartu Rencana Studi	59
20	PHK	Penelitian Hibah Kopertis	61
21	BEM	Badan Eksekutif Mahasiswa	71
22	UKM	Usaha Kecil Menengah	71
23	TQM	Total Qualiti Manajemen	71
24	SMK	Sekolah Menengah Kejuruan	82
25	MAN	Madrasah Aliyah Negeri	82

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rekapitulasi Jumlah Dosen Tetap Yayasan dan PNS Dpk.....	58
Tabel 4.2 Koleksi Perpustakaan UNIBA Sampai Bulan Maret 2008.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01 : Susunan Panitia PMB.....	116
Lampiran 02 : Dokumentasi foto	121
Lampiran 03 : Kliping Media UNIBA.....	134
Lampiran 04 : Rekapitulsi Data Mahasiswa Pertahun Angkatan.....	152
Lampiran 04 : Surat permohonan bimbingan tesis	153
Lampiran 05 : Surat permohonan ijin penelitian	155
Lampiran 06 : Surat keterangan penelitian	157