

**PEMASARAN JASA PENDIDIKAN  
SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU AR RAHMAH PACITAN**

**TESIS**

Diajukan Kepada  
Program Studi Magister Manajemen Pendidikan  
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen Pendidikan



Oleh  
**GUNAWAN**  
**NIM : Q 100090308**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
TAHUN 2012**

## NOTA PEMBIMBING

Prof. Dr. Utama, M.Pd  
Dosen Program Magister Manajemen Pendidikan

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Gunawan

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara:

Nama : Gunawan  
NIM : Q 100090308  
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Utama M.Pd  
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan  
Konsentrasi : Manajemen Sistem Pendidikan  
Judul Tesis : Pemasaran jasa pendidikan Sekolah Dasar Islam Terpadu  
Ar Rahmah Pacitan

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Surakarta, Nopember 2012

Pembimbing I,



Prof. Dr. Utama, M.Pd

**TESIS BERJUDUL**  
**PEMASARAN JASA PENDIDIKAN**  
**SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU AR RAHMAH**  
**PACITAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**GUNAWAN**

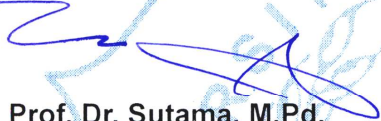
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 6 Desember 2012

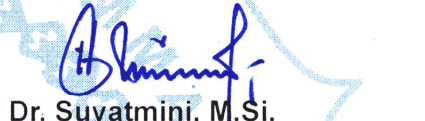
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Pembimbing Utama

  
Prof. Dr. Sutama, M.Pd.

Anggota Dewan Penguji Lain

  
Dr. Suyatmini, M.Si.

Pembimbing Pendamping I

  
Dr. Samino, M.M.

Pembimbing Pendamping II

.....

Surakarta, 20 Desember 2012



Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Program Pascasarjana  
Direktur,

  
Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum.

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Gunawan

NIM : Q 100090308

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan

Konsentrasi : Manajemen Sistem Pendidikan

Judul Tesis : Pemasaran jasa pendidikan Sekolah Dasar Islam Terpadu  
Ar Rahmah Pacitan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya, dan apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis saya ini hasil jiplakan, maka saya rela bila gelar dan ijazah yang diberikan Universitas kepada saya akan batal saya terima.

Surakarta, 14 Nopember 2012

Yang membuat pernyataan,



Gunawan

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

1. “Seluas, sedalam, dan sejelas apapun dari yang kita ketahui, tetap masih ada rahasia.”
2. “Kebahagiaan yang hakiki adalah ketika dapat melakukan yang terbaik pada pengalaman yang hanya sekali dalam seumur hidup.”
3. “Hari esuk merupakan impian kita hari ini.”

### **PERSEMBAHAN**

Tesis ini ku persembahkan kepada :  
Almamaterku tempat menimba ilmu,  
Istriku tercinta Hartutik, S.Pd.I. yang senantiasa memberi spirit, &  
Ketiga anakku tersayang : Haya, Hayin, dan Hayan;  
Kepada ketiganya ku semaikan harapan

## KATA PENGANTAR

Rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan pertolongan- Nya, sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan.

Tesis ini merupakan upaya maksimal penulis dalam penelitian, namun demikian karena keterbatasan penulis kemungkinan masih banyak kekurangan. Dengan demikian kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Selesainya penulisan tesis ini tak luput dari bantuan berbagai pihak baik berupa moril, materiil maupun spirituil. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Setiadji, Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi berbagai sarana dan fasilitas dalam menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Kudzaifah Dimiyati, M. Hum, Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Prof. Dr. Budi Murtiyasa, M.Kom, Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Prof. Dr. Sutama M.Pd, pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dorongan dan saran kepada penulis dalam proses penyelesaian tesis ini.
5. Pembina dan Pengurus Yayasan Ar Rahmah, Kepala dan guru SDIT Ar Rahmah yang menjadi nara sumber dalam penelitian ini.

Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis selama ini mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa, Amin.

Surakarta, Nopember 2012

Penulis,

Gunawan

## ABSTRACT

Gunawan, NIM Q 100090308, *marketing of education service in Sekolah Dasar Islam Terpadu Ar Rahmah Pacitan*

*Marketing of education service has importance role to win the competition in modern era. SDIT Ar Rahmah Pacitan have succeeded in doing marketing of education service. This matter is very different if we compare with many of elementary schools in Pacitan, that the amount of students tend to decrease. This the goal of this research are: (1) describe characteristics the marketing values of education service, (2) describe characteristics the marketing strategy of education service, (3) describe characteristics the marketing communication tools of education service.*

*This research use qualitative research with ethnography strategy desain in SDIT Ar Rahmah Pacitan. Researcher is instrument. For main data are action and words, another that researcher also use documents as additional data. The main data source are persons, while place and paper as supporter data source. Data collecting through observation, indept interview, and document analyzing. Data analyze use model of Miles and of Huberman, that are: reduction, display, and verification of data. Examination of authenticity with test of credibility, transferability, dependability, and conffermability.*

*The values of education service formed from the uniqueness of school, the quality of education, the teacher integrity, and the service quality of school. The marketing strategy of education service use offensive marketing and defensive marketing with taking care of customer loyalty, looking after relationship, and looking for new cutomer. The marketing communication tools of education service use mixed from private sale, advertisement, and public relations and news.*

*Keyword: Marketing, Education Service*

## ABSTRAK

Gunawan, NIM Q 100090308, pemasaran jasa pendidikan Sekolah Dasar Islam Terpadu Ar Rahmah Pacitan

Pemasaran jasa pendidikan merupakan bagian yang sangat penting untuk memenangkan persaingan di era modern. SDIT Ar Rahmah Pacitan telah berhasil dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan. Hal ini sangat kontras dibanding kebanyakan sekolah dasar di Pacitan yang jumlah peserta didiknya semakin menurun. Tujuan penelitian ini: (1) mendeskripsikan karakteristik nilai-nilai pemasaran SDIT Ar Rahmah Pacitan, (2) mendeskripsikan karakteristik strategi pemasaran jasa pendidikan SDIT Ar Rahmah Pacitan, (3) mendeskripsikan karakteristik alat-alat komunikasi pemasaran jasa pendidikan SDIT Ar Rahmah Pacitan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan desain strategi etnografi di SDIT Ar Rahmah Pacitan. Peneliti merupakan instrument. Sebagai data utama ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya seperti dokumen dan lain-lain sebagai data tambahan. Sumber data utama adalah *person*, sedangkan *place* dan *paper* sebagai sumber data pendukung. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan pencermatan dokumen. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu melakukan reduksi, display, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Pengujian keabsahan dilakukan dengan uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *conffermability*.

Nilai-nilai pemasaran jasa pendidikan dibangun dari keunikan sekolah, mutu pendidikan, integritas guru, dan mutu pelayanan sekolah. Strategi pemasaran jasa pendidikan dilakukan dengan memadukan strategi *offensive marketing* dan *defensive marketing* dengan menjaga loyalitas pelanggan, memelihara relasi, dan mencari pelanggan baru. Alat-alat komunikasi pemasaran jasa pendidikan menggunakan bauran antara penjualan pribadi, iklan, dan hubungan masyarakat dan pemberitaan.

Kata kunci: Pemasaran, Jasa Pendidikan



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Definisi Istilah.....	4
<b>BAB II</b> <b>KAJIAN TEORI</b>	
A. Sekolah Dasar Islam Terpadu.....	5
B. Pemasaran Jasa Pendidikan.....	6
C. Nilai Pemasaran.....	8
D. Strategi Pemasaran Jasa.....	11
E. Alat-alat Pemasaran.....	14
F. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
<b>BAB III</b> <b>METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Desain Penelitian.....	24
B. Lokasi Penelitian.....	25
C. Kehadiran Peneliti.....	25
D. Data, Sumber Data, dan Nara Sumber.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	28
G. Keabsahan Data.....	31

BAB IV	PAPARAN DAN TEMUAN PENELITIAN	
	A. Paparan Data.....	35
	1. Data karakteristik nilai-nilai pemasaran jasa pendidikan.....	35
	2. Data karakteristik strategi pemasaran jasa pendidikan.....	51
	3. Data karakteristik alat-alat komunikasi pemasaran jasa pendidikan.....	62
	B. Paparan Temuan.....	75
	1. Temuan karakteristik nilai-nilai pemasaran .....	75
	2. Temuan karakteristik strategi pemasaran jasa pendidikan.....	78
	3. Temuan karakteristik alat-alat komunikasi pemasaran jasa pendidikan.....	80
BAB V	PEMBAHASAN DAN TEORI HASIL PENELITIAN	
	A. Pembahasan Data.....	82
	1. Pembahasan data karakteristik nilai-nilai pemasaran jasa pendidikan.....	82
	2. Pembahasan data karakteristik strategi pemasaran jasa pendidikan.....	96
	3. Pembahasan data karakteristik alat-alat komunikasi pemasaran jasa pendidikan.....	112
	B. Teori Hasil Penelitian.....	122
BAB VI	SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	
	A. Simpulan.....	125
	B. Implikasi.....	125
	C. Saran.....	126
	DAFTAR PUSTAKA.....	127
	LAMPIRAN.....	129

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Komponen Tawaran Pasar	9
Gambar 2.2. Diagram <i>Defensive Marketing</i> dan <i>Offensive Marketing</i> dalam Strategi Pemasaran	14
Gambar 4.1. Brosur Penerimaan Peserta Didik Baru SDIT Ar Rahmah Tahun 2011	39
Gambar 4.2. Foto Pajangan Piala yang diperoleh SDIT Ar Rahmah Tahun 2011	40
Gambar 4.3. Foto Kegiatan Pertemuan Orang tua Murid (POM) dengan Guru SDIT	46
Gambar 4.4. Foto Kegiatan Workshop <i>Parenting Skill</i> bagi Orang Tua Murid SDIT	47
Gambar 4.5. Beberapa Fasilitas di SDIT Ar Rahmah	48
Gambar 4.6. Foto-foto Kegiatan Rutin di SDIT Ar Rahmah	54
Gambar 4.7. Iklan SDIT Ar Rahmah menggunakan Baligho ukuran 6 X 3 meter	67
Gambar 4.8. Iklan SDIT Ar Rahmah menggunakan Banner ukuran 1 X 2 meter	69
Gambar 4.9. Foto Pemberitaan SDIT Ar Rahmah menggunakan Majalah	73
Gambar 5.1. Faktor-faktor pembentuk nilai pemasaran jasa pendidikan	96
Gambar 5.2. Konsep kualitas pelayanan terhadap pemasaran	103
Gambar 5.3. Relasi lembaga Ar Rahmah dan dampaknya pada pemasaran	106
Gambar 5.4. Trend komposisi strategi pemasaran SDIT Ar Rahmah	111
Gambar 5.5. Pola strategi pemasaran yang memadukan <i>defensive marketing</i> dan <i>offensive marketing</i>	112
Gambar 5.6. Bauran alat komunikasi pemasaran jasa pendidikan	122

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Rekapitulasi Dokumen Hasil Ujian SDIT Ar Rahmah Tiga Tahun Terakhir	44
Tabel 4.2. Rekapitulasi Jumlah Siswa SDIT Ar Rahmah	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara dengan Bapak Subiyanto Munir tanggal 11 September 2011	129
Lampiran 2. Wawancara dengan Bapak Sukatno tanggal 11 September 2011	140
Lampiran 3. Wawancara dengan Bapak Setiyo Budi tanggal 11 September 2011	149
Lampiran 4. Wawancara dengan Bapak Suyitno tanggal 24 September 2011	157
Lampiran 5. Wawancara kedua dengan Bapak Subiyanto Munir tanggal 7 Oktober 2011	165
Lampiran 6. Wawancara dengan Ririn Subiyanti tanggal 7 Oktober 2011	274
Lampiran 7. Wawancara dengan Lilik Nurhamidah pada tanggal 7 Oktober 2011	178
Lampiran 8. Iklan versi 1 di Radio Gemilang FM menjelang penerimaan peserta didik baru Tahun Pelajaran 2011/2012	181
Lampiran 9. Iklan versi 2 di Radio Gemilang FM menjelang penerimaan peserta didik baru Tahun Pelajaran 2011/2012	182