

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI TK IT
PERMATA HATI SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

AFIFAH NURUL MAULIDA

NIM: 1703036048

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afifah Nurul Maulida

NIM : 1703036048

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan bahwa skripsi berjudul:

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI TK IT PERMATA HATI SEMARANG

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri,
kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 16 Desember 2021

Pembuat pernyataan,



Affifah Nurul Maulida

1703036048



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan, Semarang
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI TK IT PERMATA HATI SEMARANG**

Nama : Afifah Nurul Maulida

NIM : 1703036048

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam sidang *Munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat di terima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 30 Desember 2021

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Akus Khunaifi, M.Ag
NIP. 197602262005011004

Penguji I,

Dr. Fahrurozi, M.Pd
NIP. 197704152007011032



Sekretaris Sidang,

Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag
NIP. 196812121994031003

Penguji II,

Muh. Ahlis Ahwan, M.IP
NIP. 198507272019031007

Pembimbing,

Dr. Fahrurozi, M. Ag
NIP. 197708162005011003

NOTA DINAS

Semarang, 16 Desember 2021

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI TK IT
PERMATA HATI SEMARANG**

Nama : Afifah Nurul Maulida

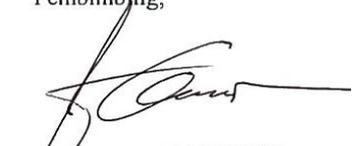
NIM : 1703036048

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Sidang Munaqosah.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Dr. Fahrurrozi, M. Ag
NIP. 197708162005011003

MOTTO

**“JANGAN MEMBANDINGKAN PROSES KITA DENGAN
PROSES ORANG LAIN, KARENA TIDAK SEMUA BUNGA
TUMBUH MEKAR SECARA BERSAMAAN”**

ABSTRAK

Judul : **STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI TK IT PERMATA HATI SEMARANG**

Nama : Afifah Nurul Maulida

NIM : 1703036048

Persaingan lembaga pendidikan anak usia dini semakin kompetitif hal ini dibuktikan dengan banyaknya pendirian lembaga pendidikan anak usia dini yang menawarkan keunggulan sekolahnya masing-masing. Akan tetapi, dimasa pandemi Covid-19 lembaga pendidikan anak usia dini mengalami penurunan yang sangat drastis, hal ini dikarenakan adanya animo atau minat masyarakat yang rendah untuk menyekolahkan anaknya. Oleh karena itu, lembaga pendidikan anak usia dini membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik minat masyarakat. Sementara itu, TK IT Permata Hati ditinjau dari strategi pemasaran dapat dikatakan berhasil karena peserta didik selalu meningkat setiap tahunnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan yang digunakan dalam meningkatkan animo masyarakat di TK IT Permata Hati. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan metode deskripsi melalui studi lapangan yang dilakukan di TK IT Permata Hati. Adapun perolehan datanya menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Strategi pemasaran pendidikan di TK IT Permata Hati yaitu menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) agar dapat meningkatkan minat masyarakat, hal ini ditunjukkan dengan komponen strategi pemasaran yaitu *product* (produk), *Price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses). (2), dalam meningkatkan animo masyarakat terhadap TK IT Permata Hati dapat ditunjukkan dari unsur animo yaitu perasaan senang, perhatian dan motif.

Keyword: *Strategi Pemasaran, Animo Masyarakat.*

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf arab latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987. Penyimpangan tulisan [al-] disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	g
ج	J	ف	f
ح	H	ق	q
خ	kh	ك	k
د	D	ل	l
ذ	Ẓ	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	sy	ء	'
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أُو

ai = أَي

iy = إِي

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW. Yang telah membimbing kita sehingga sampai pada masa keislamaan ini.

Berkat rahmad dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Peendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di TK IT Permata Hati” sebagai bagian dari pernyataan guna memperoleh gelar sarjana dalam fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan prodi manajemen pendidikan islam. Penulis sadar bahwa penulisan ini tidak lepas dari limpahan rahmat dari Allah SWT. Bimbingan dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. Hj. Lift Anis ma’shumah, M. Ag. yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Fatkhuroji, M. Pd., dan Sekretaris Jurusan MPI Agus Khunaifi, M. Ag., yang telah mengizinkan pembahasan skripsi ini.
4. Baqiyatush Sholihah, S.Th.I., M.Si. sebagai dosen wali yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dari awal kuliah sampai saat ini.
5. Pembimbing Dr. Fahrurrozi, M. Ag. yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk selalu memberikan

bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Kepada kepala PAUD Permata Hati Ibu Rr. Hindarwati, S. Pd. M.Si., kepala TK IT Permata Hati Ibu Siti Fauziyah, S.Pd. dan seluruh guru serta semua pihak yang telah bersedia menerima dan membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.
7. Segenap dosen, pegawai dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Waisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalamannya selama di bangku perkuliahan.
8. Bapak Eko waluyo, Ibu Haniah, adek Arkana Rayyan Sya'bani dan semua keluarga besar tercinta yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, perhatian, kesabaran, dan doa yang tulus serta memberikan semangat yang luar biasa, sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah serta skripsi dengan baik dan lancar.
9. Kepada sahabat-sahabati MPI 2017 terkhusus MPI B 2017 yang selama ini telah belajar bersama dalam mencari ilmu, ataupun pengalaman di dalam maupun di luar kampus.
10. Kepada keluarga PMII Rayyon Abdurrahman Wahid, terkhusus Angkatan 2017, sahabat-sahabati (LOKAJAYA) yang telah berjuang dan berproses bersama dalam mencari ilmu dan pengalaman.
11. Kepada teman-teman KOPMA (Koperasi Mahasiswa), terkhusus kader 2017 yang telah berjuang dan berproses bersama dalam mencari ilmu.
12. Teman-teman KKL Balai Diklat Keagamaan Semarang, teman-teman PPL MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang, teman-teman KKN RDR angkatan 75 posko 43 di Semarang.
13. Kepada sahabat saya yang selalu ada di setiap saat, Hany Ira Kusumawardani, Zamrud Naura Orchida, Asri Fitri Yurdila, Luq Yana Chaerunnisa, Ana Quthratun Nada, Adinda Intan Permatasari.

14. Kepada semua pihak yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis tidak dapat memberikan sesuatu apapun selain ucapan terimakasih dan doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah Swt menerima amal baik mereka, serta membalasnya dengan sebaik-baiknya balasan. Amin.

Dalam penulisan skripsi ini, tentu tidak akan lepas dari kekurangan dn kesalahan. Oleh karena itu, kritik maupun saran pembaca adalah hal yang sangat berharga bagi penulis sehingga skripsi ini bisa tampil lebih sempurna. Ungkapan terakhir, semoga skripsi ii bisa memberikan manfaat yaitu kontribusi pemikiran serta barokah bagi penulis maupun pembaca. Amin.

Semarang, 16 Desember 2021

Peneliti,



Afifah Nurul Maulida

1703036048

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR DIAGRAM.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II TRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI TK IT PERMATA HATI

A. Deskripsi Teori	10
1. Strategi Pemasaran	10
a. Pengertian Strategi Pemasaran	10
b. Fungsi dan Tujuan Pemasaran.....	15

c.	Komponen strategi Pemasaran	17
d.	Bauran Pemasaran	21
e.	Direct Selling.....	31
2.	Animo	32
a.	Pengertian Animo.....	32
b.	Fungsi Animo.....	33
c.	Unsur-unsur Animo	34
d.	Faktor yang berhubungan dengan Animo	34
B.	Kajian Pustaka	37
C.	Kerangka Berpikir	40

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan	44
B.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
C.	Sumber Data	45
D.	Fokus Penelitian	46
E.	Teknik Pengumpulan Data	47
F.	Teknik Uji Keabsahan Data (Triangulasi Data)	54
G.	Teknik Analisis Data	55

BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A.	Deskripsi Data	60
1.	Deskripsi Umum	60
2.	Deskripsi Khusus	64
B.	Analisis Data.....	120
1.	Strategi Pemasaran Pendidikan TK IT Permata Hati.....	120

2. Peningkatan Animo Masyarakat pada Peserta Didik di TK IT Permata Hati	131
C. Keterbatasan Penelitian	133
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	135
B. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN.....	142
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan jumlah peserta didik di Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Perkembangan jumlah peserta didik di Jawa Tengah	5
Tabel 1.3 Jumlah siswa TK di beberapa sekolah	7
Tabel 4.1 Daftar Pendidik dan Kependidikan	96
Tabel 4.2 Data Pendidik dan Kependidikan.....	97
Tabel 4.3 Data Sarana dan Prasarana	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 3.1 Teknis Analisis Data	56
Gambar 4.1 Pembuatan Album Religi	74
Gambar 4.2 Juara 1 Lomba Eksplorasi Gambar	75
Gambar 4.3 Lokasi TK IT Permata hati	83
Gambar 4.4 Leaflet Pendaftaran TK IT Permata Hati.....	87
Gambar 4.5 Media Sosial Instagram dan Facebook	89
Gambar 4.6 Taman Lalu Lintas.....	101
Gambar 4.7 Proses Pembelajaran di Kelas	107
Gambar 4.8 Kegiatan Parenting	118

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jumlah Peserta Didik	109
---------------------------------------	-----

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Persentase Persepsi Orang Tua tentang Model Pembelajaran	111
Diagram 4.2 Persentase Persepsi Orang Tua tentang Sarana dan Prasarana.....	112
Diagram 4.3 Persentase Persepsi Orang Tua tentang Biaya.....	113
Diagram 4.4 Persentase Persepsi Orang Tua tentang Pelayanan	114
Diagram 4.5 Persentase Persepsi Orang Tua tentang Kemampuan Anak Setelah Sekolah.....	115
Diagram 4.6 Persentase Persepsi Orang Tua tentang TK IT Permata Hati	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Pencarian Data	142
Lampiran 2 Transkrip Waawancara dengan Kepala Sekolah	144
Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan Guru	153
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Humas	156
Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Orang Tua Siswa	159
Lampiran 6 Dokumen penelitian	163
Lampiran 7 Surat Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi	168
Lampiran 8 Surat Izin Riset	170
Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Riset	169

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga pendidikan mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari jalur formal, non formal, maupun informal. Seperti saat ini semua orang semakin mengedepankan pendidikan dan dijadikan sebagai tolak ukur ataupun penilaian terhadap orang lain. Menurut UU No. 20 Tahun 2003 dijelaskan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif dapat mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan masyarakat, bangsa, dan negara.¹

Sekolah merupakan salah satu bentuk dari lembaga pendidikan yang di rancang untuk belajar dan mengajar yang dilakukan oleh guru dan siswa. Lembaga pendidikan merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan yang bersifat non profit, maka dalam menyelenggarakan pendidikan pengelola sekolah harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan sekolahnya. Sebuah keberhasilan suatu lembaga pendidikan

¹ *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 1, Ayat (1), n.d.*

dapat di tentukan oleh pelayanan pendidikan yang berkualitas dan dapat mengetahui harapan maupun kebutuhan dari konsumen. Oleh karena itu sekolah harus dapat menarik peserta didik dengan memenuhi berbagai harapan yang diinginkan oleh pengguna pendidikan di masyarakat sekitar sekolah itu. Sekolah juga harus berupaya dalam meningkatkan mutu pendidikan dan mampu berkembang dengan berbagai kebutuhan masyarakat. Sekolah yang berkembang artinya sekolah tersebut berubah menjadi sekolah yang lebih baik, contohnya sekolah berubah dari kurangnya animo masyarakat menjadi sekolah yang diminati oleh masyarakat.

Lembaga pendidikan dahulu hanya dipandang sebagai *seller's market*, yaitu calon peserta didik berlomba-lomba mendaftarkan diri ke sekolah yang diinginkan tanpa adanya persaingan dengan sekolah yang lain. Akan tetapi beberapa tahun terakhir ini, lembaga pendidikan atau sekolah merasa kesulitan untuk mencari peserta didik². Sebagai konsumen, masyarakat sudah sangat cerdas dalam memilih sekolah untuk anaknya, terutama pada tingkat dasar seperti Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) karena ini merupakan langkah awal anak untuk belajar di lingkungan sekolah. Sangatlah penting untuk anak masuk PAUD karena anak akan memperoleh

² Maskub Abrori, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Pg/Tk Samarinda" 3, no. 2 (2015): 228.

pendidikan karakter sejak dini, anak juga akan mendapatkan stimulasi tumbuh kembang yang lengkap, selain itu juga anak dianggap memiliki prestasi akademik yang lebih baik.

Semakin banyak pendirian berbagai lembaga pendidikan anak usia dini, maka akan terjadinya kompetisi antar sekolah yang tidak dapat dihindari. Dengan persaingan yang semakin ketat, maka banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan pelanggannya sehingga ada penggabungan dari beberapa sekolah³. Seperti di Jawa Tengah banyak sekali penggabungan atau bahkan penutupan sekolah TK. Pada tahun ajaran 2017/2018 terdapat 27.702 lembaga pendidikan tingkat PAUD sedangkan pada tahun ajaran 2020/2021 terdapat 27.133 lembaga tingkat PAUD⁴.

Untuk mempertahankan eksistensinya, sekolah dituntut untuk dapat memasarkan lembaga pendidikan. Hal itu dilakukan karena sebegus apapun sekolahnya apabila tidak dipasarkan secara maksimal, maka akan berdampak pada minimnya jumlah peserta didik dan tidak diketahuinya sekolah tersebut di kalangan masyarakat. Apabila pemasaran pendidikan dilakukan terus-menerus maka lembaga pendidikan

³ Suvidian Elytasari, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Kepercayaan (Trust) Stakeholders Di Tk Amal Insani Depok Yogyakarta," *Warna* 1, no. 1 (2017): 119.

⁴ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, "Statistik Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) 2020/2021" (2021): 6.

tersebut akan terkenal dan dipahami oleh masyarakat luas. Sehingga lebih mudah untuk mendapatkan peserta didik baru.

Pada saat Pandemi Covid-19 seperti saat ini lembaga pendidikan di Indonesia mengalami penurunan peserta didik yang sangat drastis hingga 52%, salah satunya yaitu pada tingkat pendidikan anak usia dini. Hal ini dikarenakan adanya animo masyarakat yang rendah untuk menyekolahkan anaknya. Masyarakat beranggapan bahwa sekolah di masa pandemi untuk tingkat PAUD dirasa kurang efektif, karena pembelajaran masih tetap dilakukan dirumah sehingga tidak perlu mendaftarkan anaknya untuk sekolah. Selain itu alasan orang tua tidak menyekolahkan anaknya yaitu karena masalah ekonomi. Di bawah ini merupakan data penurunan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun di Indonesia.

Tabel 1.1 Perkembangan jumlah peserta didik di Indonesia⁵

Tahun Ajaran	Jumlah
2017/2018	12.985.549
2018/2019	6.169.002
2019/2020	6.543.758
2020/2021	6.346.193

⁵ Ibid., 10.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya sangat rendah, salah satunya yaitu di Provinsi Jawa Tengah. Penurunan ini mengakibatkan sekolah harus melakukan strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Pemasaran di lembaga pendidikan harus dilakukan untuk meyakinkan kepada masyarakat atau konsumen bahwa layanan pendidikan yang dilakukan itu relevan sesuai dengan kebutuhan mereka. Berikut data penurunan peserta didik di Jawa Tengah:

Tabel 1.2 Perkembangan jumlah peserta didik di Jawa Tengah⁶

Tahun Ajaran	Jumlah
2017/2018	1.489.689
2018/2019	944.682
2019/2020	957.894
2020/2021	923.030

Salah satu lembaga pendidikan tingkat PAUD unggulan di Jawa Tengah yang masih bertahan sampai saat ini yaitu TK Islam Terpadu Permata Hati. TK Islam Terpadu merupakan salah satu wadah bermain dan belajar bagi anak-anak dilingkungan rumah. TK ini sering disebut sebagai TK Permata Puri karena letaknya berada di perumahan Permata

⁶ Ibid.

Puri kelurahan Bringin kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Pada tahun 2000 TK ini mulai beroperasi dan pertama kali dibuka menerima sebanyak 37 peserta didik dengan varisasi usia anak.

Sejak awal didirikan hingga saat ini, TK Islam Terpadu ini mampu bertahan dan bersaing dengan TK-TK swasta dilingkungan sekitar kota Semarang, bahkan menjadi salah satu TK percontohan dan unggulan. Hal ini tentu tidak lepas dari strategi pemasaran yang diterapkan. TK Islam Permata Hati mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan dengan sekolah anak usia dini lainnya. TK IT Permata Hati merupakan lembaga pendidikan yang memiliki konsep pengajaran pendidikan Islam yang bertitik berat pada metode suri tauladan melalui proses dengan tujuan terbentuknya insan kamil. TK IT Permata Hati memberikan stimulasi baik dalam pendidikan agama maupun keterampilan lainnya sehingga TK IT Permata Hati menjadi “sekolahnya generasi rabbani yang multi intelegensi, mendidik putra-putri dengan sepenuh hati”⁷. Hal tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Dari tahun-ke-tahun terdapat peningkatan jumlah peserta didik baru di TK IT Permata Hati. Namun semenjak adanya *corona virus 2019* (COVID-19), jumlah peserta

⁷ Yayasan Islam Permata Hati, *Kurikulum TK IT Permata Hati Ngaliyan Semarang* (Semarang, 2020).

didik menurun dari jumlah biasanya. Pada tahun ajaran baru 2018/2019 terdapat 137 peserta didik, sedangkan pada tahun ajaran baru 2019/2020 terdapat 117 peserta didik dan pada tahun ajaran baru 2020/2021 terdapat 124 peserta didik⁸. Dari jumlah tersebut apabila dibandingkan dengan Tk lain, TK IT Permata Hati sudah termasuk TK yang mampu bertahan di masa pandemi.

Tabel 1.3 Perbandingan Jumlah siswa TK di beberapa sekolah

Nama Sekolah	Jumlah Siswa
TK Al Amin	44
TK Himawari	40
TK Harapan Bangsa	39
RA Nurul Ulum	31
TK Mulya	21

Dengan adanya Animo mayarakat yang meningkat di masa pandemi ini, peneliti menjadi tertarik untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan TK Permata Hati dalam meningkatkan animo masyarakat sehingga dapat bersaing dan menghasilkan kualitas yang bagus. Penelitian ini menjadi penting karena masa sekolah merupakan fondasi kepribadian anak yang dapat menentukan perkembangan

⁸ Ibid., 7.

selanjutnya. Anak akan berkualitas dan berkembang secara optimal apabila mendapatkan pembinaan dan pengajaran yang tepat dan efektif sejak usia dini melalui pendidikan yang berkualitas.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran pendidikan di TK Permata Hati?
2. Bagaimana peningkatan animo masyarakat pada peserta didik di TK Permata Hati?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan di TK Permata Hati
2. Untuk mengetahui peningkatan animo masyarakat pada peserta didik baru di TK Permata Hati

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang mendalam dan komprehensif terhadap peneliti khususnya dan instansi atau lembaga yang terkait dengan strategi pemasaran pendidikan. Secara ideal penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dari beberapa aspek, diantaranya:

1. Secara teoritis

Peneliti ini dilaksanakan untuk mempraktikan dan mengembangkan ilmu yang telah diajarkan selama kuliah dan dengan harapan dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya mengenai strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan animo masyarakat terhadap pendidikan anak usia dini.

2. Secara praktis

a. Bagi sekolah

- 1) Dapat membantu lembaga pendidikan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan pendidikan.
- 2) Dapat memberikan masukan kepada pihak sekolah dalam memperhatikan pemasaran pendidikan yang menarik pelanggan.
- 3) Sebagai bahan informasi dalam memasarkan pendidikan di masa seperti ini.

b. Bagi peneliti

- 1) Meningkatkan pengetahuan bagi peneliti dalam memasarkan lembaga pendidikan.
- 2) Meningkatkan pengalaman langsung dalam proses penelitian yang bisa dijadikan bekal dimasa yang akan datang.

BAB II
STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI TK IT
PERMATA HATI

A. Deskripsi Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Kata strategi berasal dari bahasa latin yaitu *strategia* yang artinya seni penggunaan rancangan untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan dalam KBBI, Strategi diartikan sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Secara harfiah, kata strategi diartikan sebagai seni (art) *stratage* yaitu rencana atau siasat¹. Syaiful Sagala memaparkan bahwa strategi merupakan sebuah rencana yang komprehensif mengintegrasikan semua sumber daya dan kapabilitas yang mempunyai tujuan jangka panjang untuk memenangkan sebuah kompetisi².

Sementara Iban Sofjan mendefinisikan bahwa strategi merupakan suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena hal itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan

¹ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru* (Bandung: Remaja Rosda karya, 2005), 210.

² Syaiful Sagala, *Manajemen Strategi Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2007), 137.

maupun diluar perusahaan³. Rangkuti juga menjelaskan bahwa strategi merupakan perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan itu akan mencapai semua tujuan yang telah di tetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dari beberapa penjelasan diatas mengenai strategi, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan keseluruhan cara untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi yang biasanya digunakan dalam lembaga pendidikan yaitu berhubungan dengan rencana yang akan digunakan agar lebih efektif dan efisien dalam memasarkan sekolah.

Aktivitas pemasaran merupakan hal yang penting dalam semua usaha organisasi, begitupun sebaliknya apapun produk yang dihasilkan oleh suatu organisasi tidak akan pernah menda tangkan bisnis jika tidak adanya keinginan untuk memasarkan. Menurut kotler dan keller pemasaran merupakan “*marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they neet want through creating, offring, and freely exchanging products and servicesof value with others.*”⁴ Dari penjelasan tersebut pemasaran dapat diartikan sebagai proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka

³ Iban Sofjan, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Graha Ilmu, 2015), 3.

⁴ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Manajement* (New Jersey: Prentice Hall, 2012), 5.

inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran suatu produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain secara bebas.

Pemasaran berasal dari kata pasar, istilah pasar dapat diartikan sebagai sekelompok orang atau organisasi dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan dengan kemampuan dan kemauan untuk membeli. Pemasaran adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyediakan apa yang dikehendaki konsumen secara efisien dan menguntungkan (*UK Chartered Institute of marketing*)⁵. Pemasaran juga memiliki arti sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada konsumen untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan perusahaan dan pihak yang terkait⁶.

Dari beberapa penjelasan mengenai pemasaran, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memahami, merencanakan dan mengelola pertukaran berupa barang atau jasa dari tangan produsen (lembaga pendidikan) ke konsumen (stakeholder) sebagai

⁵ Fandy Tjiptono and Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 4.

⁶ Achmad Rizal, *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*, ke-1. (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.

pembeli (pengguna jasa) sehingga konsumen memperoleh kepuasan.

Nabi Muhammad SAW. Telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan mengedepankan etika keislaman. Dalam berdagang umat islam dilarang melakukan tindakan kebatilan tetapi harus melakukan dengan jujur dan ikhlas, sebagaimana firman Allah Swt. dalam surah An- Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ؕ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Berdasarkan ayat di atas, agama Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang, sehingga Allah menunjuk Nabi Muhammad SAW. sebagai seorang pedagang yang sukses sebelum beliau menjadi Nabi. Pada ayat ini dijelaskan bahwa perusahaan harus menjamin produk yang ditawarkan. Allah mengajarkan untuk bersikap jujur seperti yang dilakukan Nabi Muhammad SAW. saat berdagang sehingga tidak

merugikan orang lain. Oleh sebab itu umat islam khususnya para pedagang untuk mencontoh Nabi saat berdagang. Petunjuk umum al- Qur'an mengenai pemasaran dan penjualan dalam Islam, pemasaran merupakan disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada stakeholdernya. Dalam dunia pendidikan, pemasaran pendidikan bukan diartikan sebagai jual beli barang, melainkan penawaran mengenai jasa pendidikan.

Menurut Tjiptono strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut⁷. Sedangkan Strategi pemasaran menurut kotler merupakan pendekatan pokok yang digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu, yang berisi keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasarkan dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan⁸.

Jadi strategi pemasaran merupakan rangkaian suatu kegiatan yang terarah untuk mencapai sasaran atau tujuan

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran (Edisi Kedua)* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 6.

⁸ Kotler and Keller, *Marketing Manajement*, 73.

dengan usaha menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen (termasuk pelanggan), dan usaha menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan dan memuaskan kedua belah pihak.

b. Fungsi dan Tujuan Pemasaran

Fungsi dari manajemen pemasaran adalah fungsi secara umum yang diterapkan dalam pemasaran. Fungsi manajemen yang di temukan oleh G. R Terry yaitu POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Pelaksanaan pemasaran suatu produk perlu diadakan *planning*, hal ini dibuat berdasarkan data yang ada di perusahaan seperti *planning* harga, *planning* strategi yang digunakan dan lain sebagainya. Kemudian *organizing*, disusun organisasi yang efektif dan efisien sehingga diketahui siapa yang bertanggungjawab, kepada siapa harus dipertanggungjawabkan semua sudah terstruktur dengan jelas. *Actuating*, yaitu pelaksanaan pemasaran, kemana harus dipasarkan dan lain sebagainya. Terakhir yaitu *Controlling*, perlu adanya kontrol dari setiap pekerjaan yang dilakukan agar tidak terjadi kesalahan yang berlarut-larut.⁹

Fungsi pemasaran di lembaga pendidikan yaitu untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan dapat menarik

⁹ Buchari Alam, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 138–139.

minat masyarakat atau konsumen. Oleh sebab itu pemasaran harus berorientasi pada konsumen yang dalam konteks sekolah ini disebut sebagai calon peserta didik. Dari sini lah sekolah perlu mengetahui bagaimana calon peserta didik itu melihat sekolah yang akan dipilihnya¹⁰.

Sedangkan tujuan pemasaran yaitu antara lain¹¹:

- 1) Sebagai alat motivasi untuk komitmen bersama
- 2) Untuk menyediakan petunjuk atau arahan yang akan ingin dicapai
- 3) Untuk menyediakan data untuk pengawasan dan pengendalian manajemen
- 4) Sebagai alat bantu komunikasi dasar atau filosofis manajemen pemasaran
- 5) Untuk menjelaskan alur berfikir dan sikap mental yang harus dilaksanakan oleh semua pihak sesuai peran masing-masing

¹⁰ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasi Dalam Penyusunan Rencana Pembangunan Sekolah Madrasah* (Jakarta: Kencana Preneda Media Grup, 2012), 101.

¹¹ Elvi Rahmi et al., "Marketing Strategies Education Oriented Market, Customers And Advantages Competitive," *Jurnal of Education and Teaching Learning (JETL)* 3, no. 3 (2021): 35.

c. Komponen strategi pemasaran

Setiadi memaparkan ada tiga faktor utama dalam strategi pemasaran yaitu segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan penentuan posisi prooduk perusahaan¹².

1) *Segmenting* (segmentasi pasar)

Segmentasi pasar merupakan proses pembagian pasar ke dalam sub-sub pelanggan dengan kebutuhan yang sama serta memiliki ciri-ciri yang dapat diarahkan atas tanggapan mereka, sehingga dapat dilakukan dengan cara-cara yang sama bagi produk tertentu yang ditawarkan termasuk program pemasarannya¹³. Segmentasi pasar merupakan salah satu kunci yang paling menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan. Pada dasarnya, bahasan tersebut akan berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dan menekankan betapa pentingnya proses segmentasi bagi perusahaan jasa dengan menerapkannya lewat teori dasar mengenai segmentasi pasar jasa¹⁴. Jadi segmentasi pasar merupakan suatu strategi pemasaran yang dilakukan dengan sadar untuk membagi pasar kedalam bagian-bagian, sebagai dasar untuk membina

¹² Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Cempaka, 2005), 55.

¹³ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 39.

¹⁴ Rambat Lupoyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 50.

bagian tertentu guna dijadikan pasar sasaran yang akan dilayani.

Dengan adanya segmentasi pasar, perusahaan dapat menentukan dan membandingkan kesempatan pasar yang ada dan dapat melakukan penyesuaian pada produk serta penentuan anggaran usaha pemasaran sesuai dengan sifat segmen pasar tersebut. Sofjan Assauri menjelaskan agar proses segmen pasar harus efektif dan bermanfaat bagi perusahaan, sehingga segmentasi pasar harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Dapat diukur baik luasnya maupun besarnya serta daya beli segmen pasar tersebut.
- b) Dapat dicapai atau dijangkau sehingga dapat dilayani secara efektif.
- c) Cukup luas (substantial), sehingga dapat menguntungkan jika dilayani.
- d) Dapat dilaksanakan sehingga semua program yang disusun untuk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif.

Beberapa kriteria diatas dapat membantu menilai kelayakan pasar dalam produk perusahaan untuk disegmentasikan atau tidak. Hal tersebut merupakan dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang bagaimana yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Perusahaan yang tidak melakukan segmentasi,

padahal pasar yang dilayani cenderung tersegmentasi, maka perusahaan tersebut akan kehilangan keunggulan kompetitif¹⁵.

2) *Targeting* (target pasar)

Targeting merupakan tumpuan dari fokus pelayanan perusahaan pada pelanggan secara intensif, untuk menghasilkan kepuasan pelanggan dan tercapainya tujuan perusahaan. Pentingnya peran pasar sasaran ini, maka dalam proses persegmentasian pasar perlu dilakukan pemilihan yang cocok agar segmentasi pasar menarik untuk diterapkan sebagai pasar sasaran¹⁶. Disini perusahaan juga tidak mungkin melayani semua konsumen dalam satu pasar, maka perusahaan diminta untuk mengetahui kondisi tempat yang sesuai dengan kemampuan perusahaan. Dengan demikian perusahaan harus melaksanakan evaluasi terlebih dahulu.

Targeting diartikan sebagai acara untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif dengan memilih target yang tepat. *Targeting* disebut sebagai *fitting strategy* karena tujuannya adalah untuk menyamakan sumber daya perusahaan dengan kebutuhann target pasar yang dipilih. Ada beberapa faktor yang perlu

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 151.

¹⁶ Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, 56.

dipertimbangkan dalam memilih strategi untuk menentukan target pasar, yaitu dengan mengetahui sumber daya perusahaan, mengetahui tipe produk, tahap dalam daur hidup produk serta mengetahui strategi persaingan dan strategi bersaing perusahaan.

3) *Positioning* (posisi produk perusahaan)

Positioning merupakan suatu kegiatan merumuskan penempatan produk dalam pesaing dan menetapkan bauran pemasaran yang rinci. Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Produk di posisikan pada posisi yang diinginkan konsumen, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Kotler dalam bukunya manajemen jasa, ada tiga cara untuk menentukan posisi, yaitu sebagai berikut¹⁷:

- a) Mengetahui keunggulan-keunggulan yang dapat ditampilkan
- b) memilih keunggulan yang paling menonjol atau kuat
- c) menyampaikan keunggulan tersebut secara efektif terhadap target pasar

Tidak semua keunggulan menjadi indikator yang bisa ditampilkan ke target pasar, tetapi harus diseleksi. Sebuah keunggulan yang pantas ditampilkan yaitu yang

¹⁷ Rambat Lupoyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, 58.

memiliki kriteria seperti, penting, berbeda, lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor, dapat dikomunikasikan, tidak mudah ditiru, terjangkau dan menguntungkan.

d. Bauran Pemasaran

Dalam strategi Pemasaran sangat dibutuhkan bauran pemasaran. Bauran pemaaran dalam konteks pendidikan merupakan unsur internal yang penting untuk membentuk program pemasaran di sebuah lembaga pendidikan. Pendapat dari Julian J. R. K. Wichmann, dkk dalam jurnalnya “*The marketing mix (MM) is an integral part of a firm’s marketing strategy sitting at the nexus between a company and the marketplace. As such, it evolves together with the marketplace and its stakeholdesr¹⁸.*” Dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan bagian yang penting dari strategi pemasaran yang berada di antara perusahaan dan pasar, sehingga hal tersebut dapat berkembang bersama.

Menurut kolter bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai berikut.

¹⁸ Julian R. K. Wichmann et al., “A Global Perspective on the Marketing Mix across Time and Space,” *International Journal of Research in Marketing* (2021): 1, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>.

*“Marketing mix is the set of marketing tools that the firms uses to pursue its marketing objective in the target market.”*¹⁹

Bauran pemasaran adalah alat pemasara yang terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan posisi yang ditetapkan dapat berjalan dengan lancar. Bauran pemasaran yaitu sekumpulan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan pemasaran dalam pasar sasarannya. Bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan kombinasi variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen. Bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (orang), *Procces* (Proses), *Physical evidence* (Bukti Fisik)²⁰.

1) *Product* (Produk)

Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan dan dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat organisasian gagasan atau

¹⁹ Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, 180.

²⁰ Afidatun Khasanah, “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden,” *el-Tarbawi* 8, no. 2 (2015): 166.

buah pikiran²¹. Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan dari sebuah proses yang dapat menghasilkan kepuasan atau manfaat bagi pengguna yang ditawarkan ke pasar dan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pembelian²². Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup tentang kepuasan dan tentang bauran produk (*produk mix*), merk dagang (*brand*), cara pembungkusan/kemasan produk (*Produk Packing*), tingkat mutu atau kualitas dari produk, dan pelayanan (*services*) yang diberikan.

Dalam pemasaran jasa pendidikan produk atau jasa pendidikan yang ditawarkan kepada konsumen yaitu proses belajar yang dapat mengembangkan semua aspek perkembangan anak atau peserta didik baik dari nilai agama dan moral fisik dalam produk ini motorik, kognitif, sosial emosional, bahasa dan seni. Adapun produk pemasaran jasa pendidikan terdapat empat tingkatan yaitu, produk utama, produk generik, produk harapan dan produk pelengkap. Produk pendidikan dapat berupa kurikulum yang bagus, lulusan yang dihasilkan berkualitas.

Dalam hal ini TK IT Permata Hati mempunyai produk yang dapat di tawarkan ke konsumen yaitu berupa

²¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 182.

²² Ara Hidayat and Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan* (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), 283.

prestasi, reputasi, prospek yang bagus. TK ini memiliki reputasi yang bagus karena mampu bertahan dan bersaing di masa saat ini. Prestasi yang diraih juga banyak sehingga dapat menjadi daya tarik untuk anak-anak.

Model pembelajaran yang digunakan TK IT Permata Hati yaitu model pembelajaran metode “High Scope”, artinya pembelajaran ini melibatkan anak sebagai pembelajar aktif yang memberikan kesempatan pada anak untuk memilih sendiri aktifitas bermainnya. TK IT Permata Hati juga memiliki berbagai kegiatan unggulan seperti pengenalan alam sekitar, pengenalan seni/budaya daerah, kegiatan parenting, komite sekolah, kerja sama dengan puskesmas, kegiatan pentas seni, pembuatan album religi & program TV, dan pengembangan bakat & minat anak seperti drumband, komputer, cooking class, renang, outdoor activity, sempoa jari, angkung, seni tari, mewarnai, menggambar, bernyanyi dan rebana²³.

2) *Price* (Harga)

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan. Pada Strategi harga, lembaga pendidikan harus dapat menetapkan harga yang harus dibayar oleh orang tua kepada lembaga tersebut. Sebagai pengelola harus bisa

²³ Yayasan Islam Permata hati, *Kurikulum TK IT Permata Hati Ngaliyan Semarang*, 29.

memperkirakan dengan cermat supaya lembaga pendidikan tetap bagus, tidak hanya dari segi layanan pendidikannya saja tetapi juga penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan masyarakat. Penetapan harga dapat mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.²⁴

Harga dalam strategi pemasaran yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk tertentu. Harga/ biaya dalam konteks pendidikan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk sekolah sesuai dengan yang ditawarkan.²⁵ Ada beberapa jenis biaya dalam pendidikan, yaitu biaya langsung, biaya tidak langsung, biaya pribadi dan biaya sosial. Biaya langsung merupakan biaya yang langsung berkaitan dengan aspek dan proses pendidikan, seperti, gaji guru dan pegawai, pengadaan fasilitas belajar, ATK, buku rujukan guru dan buku pegangan siswa. Biaya tidak langsung yaitu biaya yang dikeluarkan oleh siswa, orang tua atau masyarakat guna menunjang keperluan yang tidak langsung, seperti pakaian, biaya hidup, transportasi, kesehatan, dan lain sebagainya. Biaya pribadi merupakan biaya yang dikeluarkan orang tua untuk menyekolahkan

²⁴ Laeli Mubaridah, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Pada Lembaga PAUD Di Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang)*, Skripsi, 2016, 63.

²⁵ Ibid., 65.

anaknya, seperti uang sekolah, uang saku, dan pengeluaran lainnya yang dikeluarkan secara pribadi. Sedangkan biaya sosial yaitu biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat termasuk biaya yang dikeluarkan oleh keluarga secara perorangan, tetapi tidak semua biaya sosial itu termasuk biaya pribadi

Biaya yang ditawarkan TK IT Permata Hati masih sangat terjangkau dan tidak terlalu mahal apabila dibandingkan dengan TK lainnya. Adapun administrasi yang harus dipenuhi yaitu biaya Pendaftaran, SPP, biaya operasional, dan biaya paket. Penetapan harga jasa pendidikan ini dapat dijadikan sebagai alat untuk memasarkan jasa pendidikan melalui bauran pemasaran khususnya terkait price (harga) jasa pendidikan, dengan tujuan agar menarik animo masyarakat untuk mendaftarkan anaknya dan meningkatkan animo peserta didik baru.

3) *Place* (tempat)

Tempat berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa itu harus bermarkas untuk melakukan kegiatannya. Lokasi yang strategis dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk menjadi refrensi dalam mengambil keputusan.²⁶ Tempat yang baik itu yang mendapatkan kemudahan akses dan penampilan secara

²⁶ Hidayat and Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, 239.

keseluruhan. Apabila sekolah memperhatikan masalah penampilan maka akan semakin bertambahnya perhatian ataupun minat masyarakat terhadap sekolah tersebut.

Lokasi TK IT Permata Hati sangat mudah dijangkau, strategis, nyaman sehingga menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan dengan sekolah yang lainnya. TK ini berada di kelurahan Bringin kecamatan Ngaliyan Kota Semarang, tepatnya di Perumahan Permata Puri jalan Bukit Delima A1/10 bersebelahan dengan kantor BASARNAS Semarang. Selain nyaman disini juga suasananya sangat kondusif sehingga dapat berpengaruh untuk mengenalkan TK ke masyarakat sekitar perumahan. Lokasi ini menjadi nilai plus dalam pemasaran pendidikan melalui bauran pemasaran khususnya yang berkaitan dengan Place (tempat) untuk meningkatkan animo atau minat masyarakat.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan produk di pasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat atau konsumen. Promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang kegiatannya mempengaruhi para konsumen. Promosi yang dilakukan harus sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan

dan dikendalikan dengan baik.²⁷ Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui media masa, media sosial dan media cetak. Promosi juga dapat dilakukan melalui keterlibatan alumni sekolah tersebut. Hal ini sangat memberikan hal yang baik karena masyarakat akan lebih percaya dengan kesaksian orang yang pernah terlibat didalamnya.

Promosi yang dilakukan TK IT Permata Hati yaitu melalui media sosial (facebook, instagram, whatsapp, youtube), pamflet, spanduk, brosur, dan *word of mounth*. Kegiatan ini menjadi salah satu cara untuk meningkatkan animo masyarakat dan peserta didik melalui bauran pemasaran khususnya yang berkaitan dengan *promotion* (promosi) jasa pendidikan TK IT Permata Hati.

5) *People* (orang)

Orang disini diartikan sebagai orang yang terlibat dalam menyediakan jasa, seperti kepala sekolah, guru, TU, dan karyawan. Sumber daya manusia dalam lembaga pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting bahkan dapat dikatakan sebagai ujung tombak dalam proses pemberian layanan jasa pendidikan kepada para peserta didik²⁸.

²⁷ Rani Putri Prihatin and Iqbal Faza Ahmad, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Mtsn 5 Sleman Yogyakarta," *Journal Evaluasi* 4, no. 2 (2020): 186.

²⁸ Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden," 173.

Guru yang profesional dapat di lihat dari kemampuan menguasai kurikulum, materi pembelajaran, metode pembelajaran, teknik pembelajan, kemampuan dalam mengelola kelas, dan harus menjaga etika profesi. Semua guru di TK IT Permata Hati dapat dikatakan sebagai guru yang profesional karena sudah berhasil mendidik dengan baik dan sesuai dengan ciri-ciri tersebut. Guru dan karyawan yang ada di TK IT Permata hati berjumlah 23 orang dengan rincian, 9 GTY, 5 GTT/honorer, 7 guru bakat minat, 1 staf TU, dan 1 petugas pembantu. Hal ini dapat dijadikan sebagai alat pemasaran jasa pendidikan melalui bauran pemasaran khususnya terkait people (orang) dan dapat meningkatkan animo masyarakat.

6) *Physical evidence* (Bukti Fisik)

Phycical evidence merupakan bukti berupa lingkungan, fasilitas dan gedung yang disediakan oleh lembaga pendidikan guna menunjang kegiatan belajar dan mengajar. Sarana dan prasarana memiliki peran yang sangat penting karena menjadi faktor pendukung yang dapat menunjang pembelajaran²⁹. Ada dua macam bukti fisik yaitu, pertama berupa keputusan yang telah dibuat oleh pembei jasa mengenai desain, tata letak gedung,

²⁹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan: Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 15.

seperti kelas, perpustakaan, taman bermain, dan lain sebagainya. Sedangkan yang kedua bukti fisiknya berupa raport, catatan siswa, dan lain sebagainya.

Di TK IT Permata Hati terdapat 9 ruang kelas dengan ukuran 6,5 x 5,5 m, 1 ruang kepala TK, 1 ruang kerja guru, 1 ruang TU, 1 ruang UKS, 1 KM/WC guru, 1 dapur, 2 gudang, 1 ruang serba guna, 4 KM/WC anak, dan 1 lainnya. Disini juga terdapat taman untuk bermain anak-anak.

7) *Procces* (Proses)

Proses merupakan merupakan mekanisme dalam kegiatan penyampaian jasa dari produsen ke konsumen. Proses dalam lembaga pendidikan meliputi semua kegiatan yang dilakukan dalam menyelenggarakan kegiatan pendidikan untuk mendapatkan output/ lulusan yang diinginkan.³⁰

Proses yang dilakukan di TK IT Permata Hati yaitu proses pembelajaran, metode pembelajaran, model pembelajaran.

³⁰ Prihatin and Ahmad, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Mtsn 5 Sleman Yogyakarta," 187.

e. *Direct Selling*

Menurut fandy Tjuptono dalam bukunya, *direct selling* merupakan sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan beberapa media iklan untuk menghasilkan respon yang terukur atau transaksi di lokasi yang sudah disepakati³¹.

Apabila *personal selling* mencoba mendekati pembeli, iklan mempengaruhi pelanggan, promosi penjualan mendorong pembelian dan *public relation* itu membangun dan memelihara citra perusahaan, maka *direct selling* memadatkan semua kegiatan tersebut dalam penjualan langsung tanpa perantara.

Kegiatan promosi yang dilakukan TK Permata hati menggunakan dua cara, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung yaitu metode penjualan yang dilakukan secara langsung tanpa adanya perantara seperti menawarkan sekolah secara langsung kepada konsumen. Sedangkan pemasaran tidak langsung yaitu metode penjualan yang menggunakan media pemasaran yang bersifat tidak langsung kepada konsumen, contohnya promosi menggunakan media sosial (Facebook, Instargrm, WhatsApp dan website). Promosi yang paling sering digunakan yaitu *word of mouth*, yaitu dengan menceritakan pengalaman orang

³¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran (Edisi Ketiga)* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 232.

tua menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut kepada kerabat atau tetangganya atau bisa diartikan sebagai promosi yang di lakukan antara mulut ke mulut.

2. Animo

a. Pengertian Animo

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Animo merupakan hasrat dan keinginan yang kuat untuk berbuat, melakukan, atau mengikuti sesuatu. Animo juga disebut juga dengan minat atau keinginan seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan menurut Mulyasa animo atau minat merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan atau melaksanakan suatu perbuatan. Winkel juga menjelaskan bahwa animo merupakan kecenderungan yang menetap pada subyek untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa berkecimpung pada bidang tersebut³². Jadi minat mengandung unsur keinginan untuk mengetahui dan mempelajari suatu obyek yang diinginkan untuk memperluas pengetahuan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa animo merupakan suatu keinginan yang ada pada diri seseorang yang dapat megarahkan pada pilihan tertentu, kemudian diwujudkan dalam tindakan yang nyata, dengan

³² W. S. Winkel S. J, *Psikologi Pengajaran* (Jakarta: Gramedia, 1989), 30.

adanya perhatian pada suatu obyek yang diinginkan itu untuk mencari informasi yang dijadikan sebagai wawasan untuk dirinya sendiri.

b. Fungsi Animo

Animo merupakan landasan yang paling penting dalam sebuah keberhasilan. Animo dapat diartikan juga sebagai minat atau kesukaan seseorang terhadap sesuatu. Minat sangat berkaitan dengan motivasi. Dengan demikian fungsi minat sama dengan fungsi motivasi yaitu, adanya hasrat, keinginan dan tenaga penggerak lain yang berasal dari dalam diri untuk melakukan sesuatu yang di cita-citakan.

Menurut Sadirman A.M. fungsi motivasi atau minat yaitu³³:

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi
- 2) Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah yang akan dicapai
- 3) Menyeleksi kegiatan, yaitu menentukan perbuatan apa yang perlu dikerjakan demi tercapainya tujuan.

³³ A.M Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 85.

c. Unsur-Unsur Animo

Animo memiliki beberapa unsur, di antaranya yaitu:³⁴

1) Perasaan senang

Perasaan senang merupakan faktor psikis yang dapat berpengaruh terhadap semangat seseorang.

2) Perhatian

Perhatian merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang yang tertuju pada obyek tertentu. Perhatian bersifat lebih sementara sedangkan minat bersifat menetap.

3) Motif

Motif merupakan keadaan seseorang untuk mendorong melakukan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.

d. Faktor Yang Berhubungan Dengan Animo

Animo atau minat dapat berubah dan berkembang seiring adanya pengalaman yang membentuk kepribadian ataupun mental seseorang. Faktor yang berhubungan dengan minat antara lain:

³⁴ Amin Suprpto, "Minat Masuk Perguruan Tinggi Bagi Siswa Kelas 3 Program Keahlian Teknik Instalasi Listrik Pada Smk Di Purworejo," *Skripsi Teknik Elektro Universitas Negeri Semarang (Unnes)* (2007), <https://core.ac.uk/download/pdf/33517288.pdf>.

1) Faktor Yang Menimbulkan Animo

Faktor-faktor yang menimbulkan animo, diantaranya yaitu³⁵:

a) Faktor Motif Sosial

Animo dapat terjadi karena adanya motivasi dan keinginan dari lingkungan sosial. Seseorang melakukan sesuatu hal dengan tujuan untuk mendapatkan respon dari orang lain.

b) Faktor Emosi

Faktor ini berhubungan dengan perasaan dan emosi seseorang. Tercapainya keinginan seseorang akan membuat perasaannya senang, begitupun sebaliknya kegagalan seseorang akan membuat perasaannya sedih dan kecewa sehingga dapat menurunkan animo atau minat seseorang.

c) Faktor Lingkungan

Faktor ini dapat menimbulkan minat yang berasal dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, ataupun lingkungan sekolah.

2) Faktor Yang Mempengaruhi Animo³⁶

a) Motivasi Dan Cita-Cita

Motivasi merupakan suatu pernyataan yang kompleks yang ada di organisme yang mengarah

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

pada tingkah laku terhadap suatu tujuan. Motivasi itu ada dua, intrinsik dan ekstrinsik. Pada dasarnya motivasi yang lebih kuat yaitu motivasi intrinsik atau motivasi dari diri seseorang, sehingga keinginan yang ada dalam diri seseorang akan cepat tercapai. Dengan adanya dorongan atau keinginan untuk mencapai sesuatu, maka akan menimbulkan minat atau animo untuk masuk TK .

b) Kemauan

Kemauan merupakan suatu keinginan yang ada dalam diri seseorang yang menyebabkan seseorang untuk melakukan berbagai tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada saat ada kemauan dari masyarakat atau orang tua peserta didik untuk masuk TK maka orang tua tersebut akan berusaha untuk mencapai tujuan itu.

c) Ketertarikan

Ketertarikan merupakan suatu perasaan senang, menaruh minat pada sesuatu. Pada saat ada ketertarikan dari masyarakat terhadap TK tersebut, maka masyarakat atau orang tua mempunyai minat untuk memasukan anaknya di TK itu.

3) Faktor Yang Menurunkan Animo³⁷

a) Faktor Ketidak Cocokan

Minat seseorang akan berkembang apabila hal itu menarik sesuai keinginannya sendiri. Sedangkan minat itu menurun apabila keinginannya tidak sesuai dengan yang diharapkan.

b) Faktor Kebosanan

Apabila melakukan hal yang sama secara terus menerus pasti akan merasakan kebosanan, dan hal tersebut dapat menurunkan minat atau animo.

c) Faktor Kelelahan

Orang yang mempunyai minat, akan melakukan aktivitas yang baik dan terkadang tidak memperhatikan waktu. Hal ini yang dapat mengakibatkan seseorang lelah.

B. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan penelitian untuk mempertajam metodologi, memperkuat kajian teoritis dan memperoleh informasi mengenai penelitian sejenis, yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penggalan informasi dan melakukan penelusuran buku dan tulisan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan pembahasan proposal untuk dijadikan sumber acuan dalam penelitian. Daftar dan karya

³⁷ Ibid.

penelitian yang peneliti jadikan sebagai kajian pustaka yaitu sebagi berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Aditia Fradito, Suti'ah dan Muliyadi “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah” studi kasus di SD Islam Surya Buana. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang layanan jasa pendidikan di sekolah yang sangat memprioritaskan terpenuhinya harapan pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan beberapa strategi, seperti strategi langsung, strategi tidak langsung, strategi perbedaan dan strategi pembiayaan. Strategi yang efektif digunakan di SD Islam Surya Buana yaitu dengan menunjukkan bukti kepada pelanggan dengan bercerita dari mulut ke mulut³⁸. Persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh saudara Aditia adalah dibidang promosinya. Sedangkan perbedaannya terletak pada obyek dan pokok pembahasan. Penelitian ini membahas tentang animo atau minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya di TK pada masa seperti saat ini.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Eva Zatul Azizah “Strategi Pemasaran jasa Pendidikan Sebagai Upaya Peningkatan Animo Peserta Didik” studi kasus di SMP

³⁸ Aditia Fradito, Suti'ah Suti'ah, and Muliyadi Muliyadi, “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah,” *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (June 23, 2020): 12–22, accessed October 13, 2021, <http://103.88.229.8/index.php/idaroh/article/view/6203>.

Muhammadiyah 1 Depok Yogyakarta. Pada penelitian ini membahas tentang kurangnya animo peserta didik karena sekolah mengalami keterpurukan dan saat ini mulai berkembang. Promosi yang dilakukan yaitu dengan mengikuti lomba-lomba atau mengikuti event-event.³⁹ Sedangkan penelitian ini, peneliti ingin mengetahui strategi pemasaran yang digunakan sehingga sekolah masih tetap bertahan dan eksis di lingkungan pendidikan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rani Putri Prihatin dan Iqbal Faza Ahmad “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru” studi kasus di MTs N 5 Sleman Yogyakarta. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan *marketing mix*. Penelitian ini juga membahas tentang faktor yang mempengaruhi minat siswa baru, baik faktor pendukung maupun penghambat.⁴⁰ Perbedaannya dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui minat dari tahun ke tahun di TK IT Permata Hati.

Dari ketiga hasil penelitian diatas ada perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dengan sekarang, dimana penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama mengkaji dan membahas mengenai peningkatan kualitas sekolah melalui strategi pemasaran pendidikan. Penelitian ini lebih menekankan

³⁹ Eva Zatul Azizah, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Peningkatan Animo Peserta Didik (Studi Kasus Di Smp Muhammadiyah 1 Depok Yogyakarta)” (April 4, 2016).

⁴⁰ Prihatin and Ahmad, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Mtsn 5 Sleman Yogyakarta.”

pada strategi pemasaran TK permata hati dalam meningkatkan animo atau minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya. Dengan pemasaran yang baik dan tepat dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga dapat memperoleh siswa sesuai dengan target yang ditentukan.

C. Kerangka Berfikir

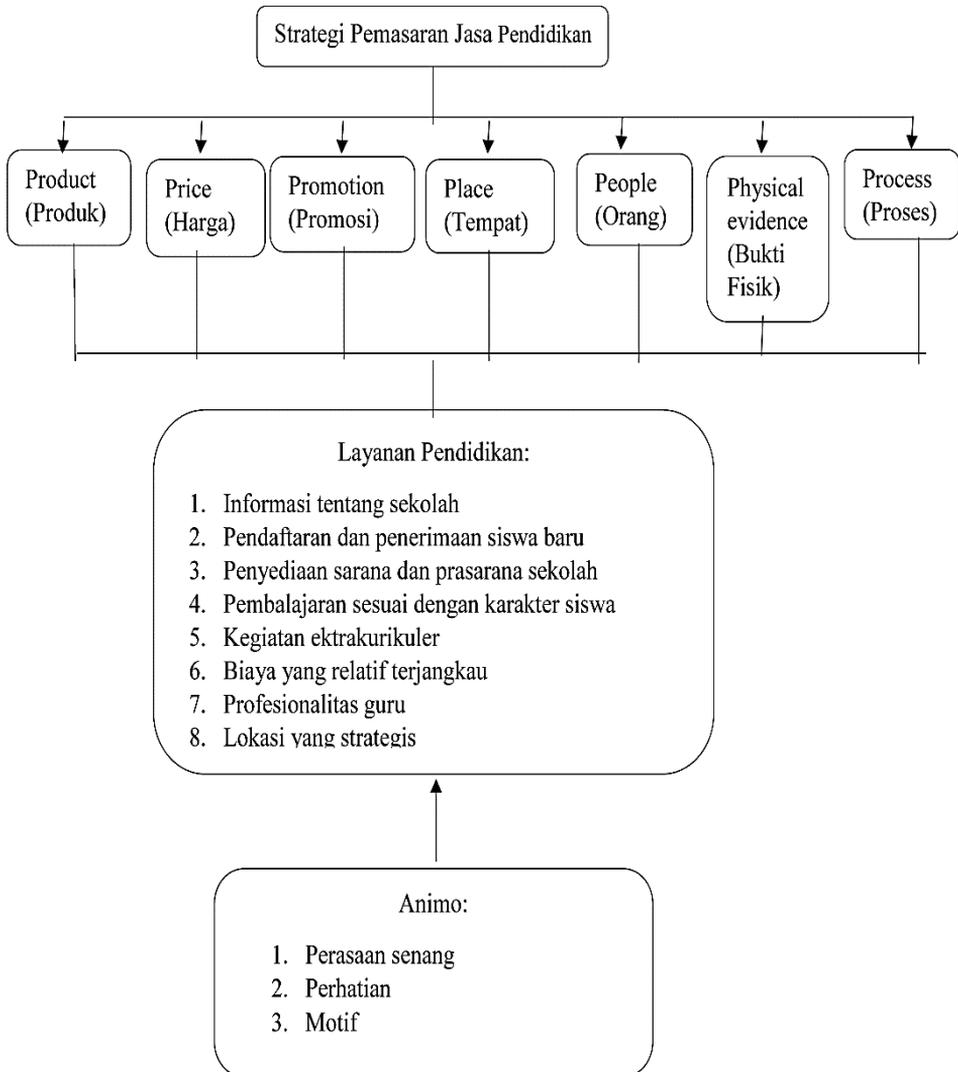
Kerangka berfikir adalah suatu bentuk dari keseluruhan proses penelitian dimana kerangka berfikir menerangkan mengapa dilakukan penelitian (latar belakang masalah) bagaimana, proses penelitian, untuk apa hasil penelitian diperoleh. Kerangka berfikir yang dihasilkan dapat berupa kerangka berfikir yang assosiatif atau hubungan maupun komparatif atau perbandingan⁴¹. Dalam penelitian skripsi ini peneliti memilih judul “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan Animo Masyarakat di TK Permata Hati”. Penelitian ini dilakukan berdasarkan latar belakang, dan masih menemukan permasalahan yang ada terutama mengenai pemasaran lembaga pendidikan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pendidikan.

TK Permata Hati Semarang merupakan salah satu sekolah tingkat dasar yang cukup baik di kota semarang apabila dilihat dari prestasinya, akan tetapi masih ada beberapa permasalahan

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 63.

yang harus dihadapi. Diantaranya mengenai animo masyarakat yang rendah untuk menyekolahkan anaknya dimasa pandemi, sehingga terjadi penurunan peserta didik. Hal tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan pendidikan dalam memilih sekolah khususnya di TK Permata Hati Semarang. Oleh karena itu agar tetap bertahan dan eksis dalam dunia pendidikan, maka TK IT Permata Hati harus memiliki *personal branding* dan *differensiasi* yang dapat dijadikan sebagai program unggulan agar tetap bisa bertahan dan selalu memenuhi target yang di harapkan.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Dari bagan di atas dapat dijelaskan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang di gunakan peneliti dalam judul penelitian “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di TK IT Permata Hati” yaitu menggunakan Bauran pemasaran (*Marketing mix*) terdiri dari 7P yaitu, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (orang), *Physical evidence* (Bukti Fisik), *Procces* (Proses). Dari bauran pemasaran ini sekolah memberikan layanan pendidikan berupa Informasi tentang sekolah, pendaftaran dan penerimaan siswa baru, penyediaan sarana dan prasarana sekolah, pembelajaran sesuai dengan karakter siswa, kegiatan ekstrakurikuler, biaya yang relatif terjangkau, profesionalitas guru, dan lokasi yang strategis. Dengan pelayanan tersebut, strategi pemasaran jasa pendidikan dapat meningkatkan animo atau minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di TK IT Permata hati. Unsur-unsur animo yang di bahas dipenelitian ini berupa perasaan senang, perhatian, dan motif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dan bentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah¹.

Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan apa yang terdapat atau terjadi di sebuah tempat, dan wilayah tertentu. Kemudian data yang terkumpul diklasifikasikan menurut jenis, sifat atau kondisinya. Sesudah data terkumpul kemudian dibuat kesimpulan. Pada penelitian ini mendeskripsikan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi pemasaran pendidikan di TK IT Permata Hati.

¹ Lexy J Molong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda karya, 2004), 6.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di TK IT Permata Hati Semarang. Sekolah ini beralamat di jalan Bukit Delima A1/10 Bukit Permata Puri, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, Provinsi Jawa tengah.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal 5 sampai tanggal 11 November 2021. Akan tetapi, sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pra riset pada tanggal 1 April 2021.

C. Sumber Data

Sumber data yaitu semua informasi diperoleh dan dapat dijadikan sebagai data peneliti². Adapun dalam penelitian ini, penulis mengelompokan sumber data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh dari kepala sekolah dan guru bidang pemasaran. Kepala sekolah merupakan orang yang membantu memberikan keterangan secara menyeluruh mengenai proses pemasaran yang dilakukan di lembaga pendidikan sedangkan guru bidang

² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 86.

pemasaran merupakan orang yang berperan dalam memberikan keterangan mengenai perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan dalam bidang pemasaran. Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data dari Siti Fauziyah, S. Pd. I. sebagai Kepala TK, Nanky Wardani, S.Pd. sebagai guru, dan Catur Fatmawati, S. Pd. Sebagai Humas.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber yang mendukung data primer, data sekunder ini diperoleh dari obyek penelitian. Dalam hal ini sumber data sekunder adalah masyarakat atau orang tua siswa dan dokumentasi. Di sini masyarakat berperan dalam memberikan keterangan mengenai pemasaran lembaga pendidikan dan dokumentasi sebagai bukti kegiatan pemasaran tersebut. Untuk mendapat data sekunder peneliti melakukan wawancara dengan salah satu orang tua peserta didik, yaitu Ibu Kinanti, Ibu Iga, Bapak Mahendra. dan Bapak Ali Ma'ruf. Peneliti juga mengambil berkas-berkas atau dokumentasi dari sekolahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan hal yang akan diteliti dalam sebuah kegiatan penelitian untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas, maka dalam sebuah penelitian harus ada

fokus yang dijadikan kajian dalam penelitian³. Dalam penelitian ini, peneliti lebih menekankan pada strategi pemasaran lembaga pendidikan dalam meningkatkan animo masyarakat di TK IT Permata Hati Semarang. Hal ini dikarenakan pada saat ini banyak sekali orang tua yang lebih memilih untuk tidak menyekolahkan anaknya, sehingga terjadi penurunan jumlah peserta didik.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian adalah subyek dari mana data tersebut diperoleh. Untuk memperoleh data yang diperlukan penulis melakukan beberapa metode, diantaranya yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengambilan data yang dilakukan dengan cara menanyakan kepada responden secara langsung dan bertatap muka tentang beberapa hal yang diperlukan dari suatu penelitian⁴. Metode ini digunakan untuk menggali data utama terkait dengan fokus penelitian. Data utama yang dimaksud yaitu mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan di TK Permata Hati Semarang. Adapun pihak yang akan di wawancara adalah kepala sekolah, humas, guru,

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 285.

⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 216.

masyarakat serta pihak-pihak yang memiliki pengaruh kebijakan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai proses pemasaran secara menyeluruh. Sebelum melakukan wawancara, penulis menyusun pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang terstruktur agar jawabannya nanti bisa terarah.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan Ibu Siti Fauziah, S. Pd. I. sebagai Kepala TK, Ibu Nanky Wardani, S.Pd. sebagai guru, Ibu Catur Fatmawati, S. Pd. Sebagai Humas dan Ibu Kinanti sebagai orang tua peserta didik. Berikut data wawancara di TK IT Permata Hati:

- a. Wawancara kepada Kepala TK IT Permata Hati Ibu Siti Fauziah, S. Pd. I. Pada tanggal 5 November 2021 Tentang:
 - 1) Kurikulum yang digunakan, Jenis-jenis Kegiatan unggulan, Lulusan yang dihasilkan
 - 2) Jenis-jenis pembayaran, Pengadaan diskon, Pengaturan pembayaran, Harga mencerminkan kualitas
 - 3) Akses lokasi, Kenyamanan Lingkungan tempat belajar
 - 4) Cara promosi, Jenis-jenis media sosial, Jenis-jenis media cetak, cara komunikasi.

- 5) Kompetensi tenaga pendidik dan kependidikan, kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional, kompetensi sosial, dan profesionalitas tenaga pendidik dan kependidikan
 - 6) Jenis-jenis Sarana dan Prasarana, Kelayakan sarana dan prasarana, Kelengkapan sarana dan prasarana, keamanan sarana dan prasarana.
 - 7) Pelaksanaan Pembelajaran, keaktifan peserta didik, model pembelajaran, metode pembelajaran
 - 8) Data peserta didik dari tahun ke tahun
 - 9) Perhatian orang tua terhadap sekolah
 - 10) Motivasi orang tua menyekolahkan anaknya
- b. Wawancara kepada Guru TK IT Permata hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd. Pada tanggal 5 November 2021 Tentang:
- 1) Kurikulum yang digunakan, Jenis-jenis Kegiatan unggulan, Lulusan yang dihasilkan
 - 2) Cara promosi, jenis-jenis media sosial, Jenis-jenis media cetak
 - 3) Kompetensi pedagogik tenaga pendidik dan kependidikan, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional, kompetensi sosial.
 - 4) Keindahan sarana dan prasarana

- 5) Pelaksanaan pembelajaran, keaktifan peserta didik, metode pembelajaran.
- c. Wawancara kepada Humas TK IT Permata hati, Ibu Catur Fatmawati, S. Pd. Pada tanggal 9 November 2021 Tentang:
- 1) Lulusan yang dihasilkan
 - 2) Jenis-jenis pembayaran, Harga mencerminkan kualitas
 - 3) Akses lokasi, Kenyamanan Lingkungan tempat belajar
 - 4) Cara promosi
 - 5) Jenis-jenis Sarana dan Prasarana, Kelayakan sarana
 - 6) Data peserta didik dari tahun ke tahun
- d. Wawancara kepada orang tua siswa TK IT Permata hati, Ibu Kinanti, Pada tanggal 9 November 2021 Tentang:
- 1) Jenis-jenis Kegiatan unggulan, Lulusan yang dihasilkan
 - 2) Harga mencerminkan kualitas
 - 3) Akses lokasi, Kenyamanan Lingkungan tempat belajar
 - 4) Kompetensi profesional, dan profesionalitas tenaga pendidik dan kependidikan
 - 5) Kepuasan orang tua terhadap sekolah

- 6) Perhatian orang tua terhadap sekolah
 - 7) Motivasi orang tua menyekolahkan anaknya
- e. Wawancara kepada orang tua siswa TK IT Permata Hati Bapak Mahendra, Pada tanggal 10 November 2021 Tentang:
- 1) Perhatian orang tua terhadap sekolah
- f. Wawancara kepada orang tua siswa TK IT Permata Hati Ibu Iga, Pada tanggal 10 November 2021 Tentang:
- 1) Motivasi orang tua menyekolahkan anaknya
- g. Wawancara kepada orang tua siswa TK IT Permata Hati Bapak Aki Ma'ruf, Pada tanggal 10 November 2021 Tentang:
- 1) Motivasi orang tua menyekolahkan anaknya

2. Observasi

Observasi menurut Nawawi dan Martini yang dikutip dalam buku metodologi penelitian oleh Afifiudin dan Ahmad Saebani bahwa observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam obyek penelitian⁵. Observasi merupakan sarana pengumpulan data kualitatif, yang meliputi

⁵ Afifiudin and Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2009), 134.

penyaksian secara cermat dan pencatatannya secara sistematis apa saja yang kita lihat dan kita dengar secara langsung di dalam setting tertentu.

Dalam kegiatan observasi, peneliti datang langsung ke sekolah dengan menggunakan metode non partisipatif, karena peneliti tidak ikut serta dalam proses kegiatan pemasaran. Dengan observasi peneliti juga bisa mendapatkan informasi yang tidak diungkapkan dalam wawancara.

Data yang dikumpulkan dari metode observasi di TK IT Permata Hati pada tanggal 5-11 November 2021 yaitu mengamati kegiatan-kegiatan unggulan siswa, observasi lokasi sekolah, observasi media cetak dan media sosial, mengamati profesionalitas dan kompetensi tenaga pendidik dan kependidikan, mengamati dan melihat jenis dan kelayakan sarana dan prasarana di sekolah, dan observasi proses pembelajaran siswa.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan alat pengumpulan data yang utama karena pembuktian hipotesisnya yang diajukan secara logis dan rasional melalui pendapat, teori atau hukum-hukum yang di terima, baik mendukung maupun menolong hipotesis tersebut. Studi dokumen dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan bukti

fisik yang disampaikan informan pada saat di wawancarai, pengumpulan melalui dokumen bisa menggunakan alat kamera dan rekaman saat wawancara. Dokumen ini berguna untuk memperoleh data mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan TK Permata Hati Semarang.

Dokumen-dokumen yang menunjang penelitian seperti foto, rekaman, rancangan kegiatan, dokumen tulisan dan sebagainya yang berkaitan dengan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang memiliki tujuan untuk membantu mempermudah analisis penelitian ini⁶. Dokumen dapat berupa profil sekolah, transkrip wawancara, hasil rekaman wawancara, foto-foto kegiatan pemasaran, foto kegiatan pembelajaran, foto brosur, dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini, dokumen yang didapat dari TK IT Permata Hati berupa, profil TK, visi dan misi TK, data kurikulum sekolah, foto kegiatan siswa, data standar kelulusan, data pembiayaan, akses lokasi, jenis-jenis media sosial dan media cetak, kompetensi tenaga pendidik dan kependidikan, data daftar pendidik dan kependidikan, data tenaga pendidik dan kependidikan, data sarana dan prasarana, pelaksanaan pembelajaran, keaktifan siswa,

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 329.

data jumlah peserta didik, data angket persepsi orang tua terhadap sekolah. Data tersebut didapat dari arsip atau data sekolah dan hasil observasi yang peneliti temukan di sekolah.

F. Teknik Uji Keabsahan Data (Triangulasi Data)

Trigulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi data digunakan sebagai proses pemanfaatan derajat kepercayaan (kredibilitas) dan konsisten (reabilitas) data, serta bermanfaat juga sebagai alat bantu analisis data lapangan⁷.

Menurut Norman K. Denkin triangulasi meliputi empat hal, yaitu Triangulasi metode, triangulasi antar peneliti, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi metode dan triangulasi sumber data. Yang dimaksud triangulasi metode yaitu metode yang dilakukan dengan membandingkan data atau informasi dengan cara yang berbeda. Untuk mendapatkan informasi yang jelas dan gambaran informasi yang real, peneliti melakukan wawancara dengan kepala sekolah, guru, humas dan orang tua siswa. Selanjutnya

⁷ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 218.

mengenai triangulasi sumber data dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Tidak hanya melakukan wawancara dan observasi, peneliti juga menggunakan dokumen tertulis, arsip, catatan resmi, dokumen sejarah, gambar atau foto yang berkaitan dengan strategi pemasaran pendidikan di TK IT Permata Hati. Triangulasi sumber data berarti untuk mendapatkan data dan sumber yang berbeda tetapi dengan teknik yang sama.

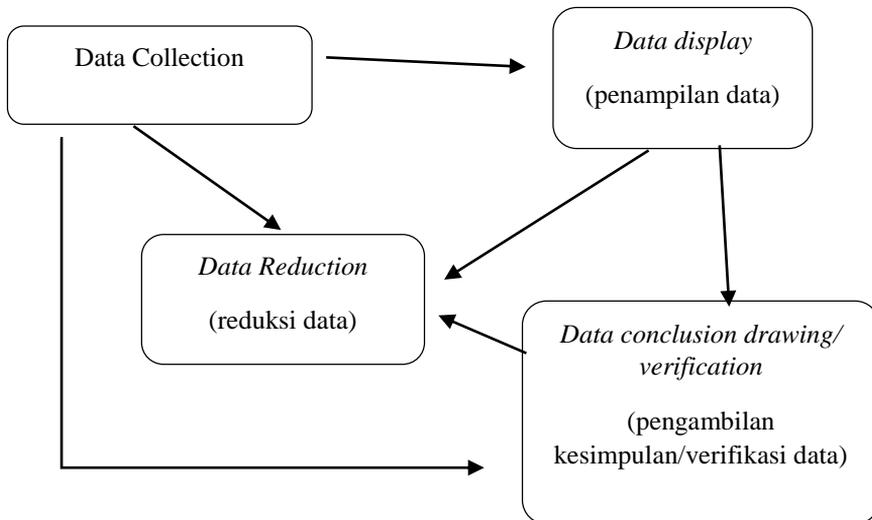
G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola memilih mana yang paling penting dan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain⁸

⁸ Ibid.

Pada saat tahap analisis dilapangan, peneliti menggunakan model Milles dan Huberman bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data meliputi *data reduction* (reduksi data), *data display* (penampilan data), *data conclusion drawing/verification* (pengambilan kesimpulan/verifikasi data). Adapun langkah-langkah analisis ditunjukkan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Teknis Analisis Data



1) *Data Reduction* (reduksi data)

Data yang diperoleh lapangan kemudian dikumpulkan menjadi satu lalu direduksi. Mereduksi data berarti merangkum atau memilih hal-hal pokok/penting. Dengan demikian, data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data yang diperlukan⁹. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data-data berupa hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan animo masyarakat. Data tersebut harus di reduksi dengan teknik triangulasi, pada prosesnya hasil wawancara dengan kepala sekolah, guru, humas serta orang tua peserta didik dilakukan pengecekan ulang dengan didukung oleh data dari sekolah yang sudah ada.

2) *Data display* (penyajian data)

Setelah melakukan reduksi data, maka tahap berikutnya yaitu data display atau penyajian data. Penyajian data kualitatif dilakukan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.¹⁰Dengan mendisplay data, dapat mempermudah untuk memahami

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 247.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 338.

apa yang telah terjadi, untuk merencanakan kegiatan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

Dalam penelitian ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Sehingga dapat mempermudah dalam pemahaman alur/ sistem pemasaran di TK IT Permata Hati Ngaliyan Semarang. Data yang disajikan diantaranya profil TK, visi dan misi TK, produk yang ditawarkan, biaya yang dibayarkan, lokasi sekolahan, promosi yang digunakan, kompetensi dan profesionalitas guru, sarana dan prasarana TK proses pembelajaran, data peserta didik, motivasi orang tua, kepuasan orang tua, perhatian orang tua.

3) *Data conclusion drawing/ verification* (pengambilan kesimpulan/verifikasi data)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara dan dapat berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya, akan tetapi apabila kesimpulan yang di kemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat penelitian kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan

merupakan kesimpulan kredibel.¹¹ Kesimpulan pada penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya tidak ada. Temuan tersebut berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya belum jelas kemudian setelah diteliti menjadi nampak jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Pada penelitian ini pengambilan kesimpulan merupakan penentuan data akhir dari semua permasalahan yang ada tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan animo masyarakat di TK IT Permata Hati

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 252.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terkait strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan animo masyarakat di TK IT Permata Hati, dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Deskripsi data Umum

a. Sejarah TK Islam Terpadu Permata Hati

TK Islam Terpadu Permata Hati berdiri dan mulai beroperasi pada tahun 2000 dan menerima 37 peserta didik baru dengan bervariasi umur. Awalnya 37 anak ini di jadikan satu kelas, kemudian setelah masuk tahun ajaran baru, peserta didik mulai di pilih-pilih sesuai dengan kelompok usianya. Tenaga pendidik dan kependidikan pada saat itu hanya 5 orang yaitu, 1 konsultan TK, 1 pendamping, dan 3 guru kelas. Dalam perjalanan dari tahun 2000 sampai tahun 2012 sudah banyak sekali perubahan dan perkembangan. Seiring berjalannya waktu, sudah banyak sekali prestasi yang diraih TK IT Permata hati.

TK Islam Terpadu Permata hati ini menjadi salah satu wadah bermain dan belajar bagi anak diluar lingkungan rumah. Dengan menerapkan konsep

pengajaran pendidikan islam yang bertitik berat pada metode suri tauladan melalui proses dengan tujuan terbentuknya insan kamil. Untuk mencapai tujuan tersebut ada beberapa program yang di terapkan mengacu pada, PAI, keterpaduan antara menteri agama dan pengetahuan umum, serta keterpaduan antara pendidikan di sekolah dengan di rumah. Bebrapa unsur tersebut terintegrasi dan diberikan sesuai tahap perkembangan anak pra sekolah, yang mana saat proses pembelajaran berlangsung peran orang tua dan guru merupakan orang pertama yang menjadi model percontohan, simbol kasih sayang dan pendidikan bagi anak.⁶¹

b. Visi, Misi dan Tujuan TK Islam Terpadu Permata Hati

Visi TK IT Permata Hati :

“Mewujudkan generasi rabbani dan shaleh, berbudi pekerti, kreatif, bermain serta bertaqwa kepada Allah SWT.”

Misi TK IT Permata Hati :

1) Mendidik peserta didik dengan ajaran islam

⁶¹ Yayasan Islam Permata hati, *Kurikulum TK IT Permata Hati Ngaliyan Semarang*, 1.

- 2) Melaksanakan proses pendidikan untuk mengembangkan kecerdasan dan kreativitas anak
- 3) Mengembangkan budi pekerti yang luhur sejak dini sesuai nilai-nilai agama islam
- 4) Menanamkan aqidah dan keimanan serta ketaqwaan kepada Allah SWT

Tujuan TK Islam Terpadu Permata Hati

- 1) Melaksanakan pembelajaran di TK IT Permata Hati berdasarkan nilai-nilai Islam dan sesuai tahapan perkembangan anak
- 2) Menerapkan pembelajaran sesuai dengan usia anak sehingga “*Joyfull Learning for Fun*” dapat benar-benar tercapai, mengembangkan kecerdasan dan kreatifitas anak.
- 3) Menanamkan budi pekerti sehingga dapat membentuk anak yang berakhlaqul karimah.
- 4) Menanamkan landasan tauhid agar mempunyai keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT.⁶²

c. Profil TK Islam Terpadu Permata Hati

Nama sekolah : TK Islam Terpadu Permata Hati
NIS : 063686

⁶² Ibid., 11.

NSS : 005680/425113702
Status TK : Swasta
Akreditasi : A tahun 2012
Tahun berdiri : 2000
Tahun beroperasi : 2000
SK Pendirian : 425.1/1374/02
Nama kepala TK : Siti Fauziyah, S. Pd. I.
SK Kepala TK : 001/SK/YIPH/VII/2015
Alamat TK : Jl. Bukit Delima A1 No. 10 Bukit
Permata Puri Beringin Ngaliyan
Semarang Jawa Tengah Telp.
(024)7628331
Kegiatan belajar mengajar : Pagi
Luas bangunan : 900 m²
Luas tanah : 500 m²
Jarak ke pusat kecamatan : 1 km
Jarak ke pusat Otda : 15 km
Terletak pada lintasan : kecamatan⁶³

d. Keadaan Guru dan Peserta Didik

1) Keadaan guru

Jumlah tenaga pendidik di TK IT Permata Hati
sejumlah 22 orang dengan rincian, 9 GTY, 5

⁶³ Ibid., 6.

honorar dan 7 guru bakat dan minat, dan 1 staf tata usaha.

2) Keadaan peserta didik

Adapun daftar peserta didik TK It Permata Hati secara terperinci yaitu berjumlah 124 orang, 55 putra dan 69 putri.⁶⁴

2. Deskripsi Data Khusus

a. Strategi Pemasaran Pendidikan di TK IT Permata Hati

Dalam konteks lembaga pendidikan pemasaran merupakan pengelolaan yang sistematis dengan pertukaran nilai-nilai yang dilakukan dengan sengaja dan mempunyai tujuan untuk mempromosikan sekolah berdasarkan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Untuk memilih lembaga pendidikan, orang tua menginginkan yang baik untuk anaknya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya lembaga pendidikan yang menjadi pilihan orang tua atau masyarakat sehingga mutu layanan pendidikan menjadi salah satu hal yang penting untuk menentukan pilihannya.

Pemasaran pendidikan dapat diartikan sebagai proses pelayanan ilmu pengetahuan. Sebagai penyedia jasa, lembaga pendidikan diharapkan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan permintaan

⁶⁴ Ibid., 7.

dan kebutuhan masyarakat. Dalam penelitian ini Strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran antara lain:

1) *Product* (Produk)

Produk merupakan hal yang sangat mendasar yang akan menjadi pertimbangan dalam memilih dan menentukan sekolah. Produk itu dapat ditawarkan kepada masyarakat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam penelitian ini, produk yang ditawarkan TK IT Permata Hati dapat berupa kurikulum dan lulusan yang baik.

a) Kurikulum

Kurikulum merupakan sebuah rencana dan pengaturan tentang tujuan, isi dan bahan pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman kegiatan pembelajaran. Kurikulum di TK IT Permata Hati mengacu Peraturan pemerintah nomor 17 tahun 2010 tentang pengelolaan dan penyelenggaraan pendidikan, Permendikbud no 137 tahun 2014 tentang Standar Nasional PAUD; Permendikbud no 146 tahun 2014 tentang kurikulum 2013 PAUD; Permendikbud no 160 tahun 2014 tentang pemberlakuan kurikulum 2006 dan kurikulum

tahun 2013 PAUD; Keputusan bersama Menteri pendidikan dan kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan, dan Menteri Dalam Negeri RI no 01//KB/2020, No. 516 Tahun 2020, No. HK.0301/MemKes/363/2020, No 440-882 Tahun 2020 tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran pada Tahun Ajaran 2020/2021 dan Tahun akademik 2020 di Masa Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19).⁶⁵

Ibu Siti Fauziah selaku Kepala TK IT Permata Hati menjelaskan bahwa kurikulum yang digunakan di TK ini yaitu kurikulum Covid sesuai dengan aturan pemerintah yang di sesuaikan dengan sekolahnya masing-masing. Kurikulum ini disusun dengan menjunjung tinggi nilai-nilai islam sebagai dasar untuk mengembangkan karakter peserta didik.⁶⁶ Hal ini juga di utarakan oleh Ibu Nanky Wardani selaku guru di TK IT Permata Hati bahwa kurikulum yang digunakan itu sesuai dengan aturan pemerintah yang di atur oleh sekolahnya masing-masing. Pembelajaran dilakukan secara

⁶⁵ Dokumentasi kurikulum TK IT Permata Hati, tanggal 6 November 2021

⁶⁶ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.00

daring (dalam jaringan) dan tatap muka terbatas. Semua kegiatan yang berhubungan dengan orang banyak dilakukan secara daring atau virtual.⁶⁷

Selain kurikulum, kegiatan unggulan di TK ini juga menjadi salah satu produk yang ditawarkan ke masyarakat. Kegiatan-kegiatan ini dapat menunjang bakat dan minat siswa. Banyak siswa yang mengikuti lomba dan meraih juara. Seperti yang dijelaskan Ibu Siti Fauziah bahwa ada berbagai kegiatan unggulan di TK IT Permata Hati antara lain pengenalan alam sekitar, pengenalan seni/budaya daerah, kegiatan parenting, komite sekolah, kerja sama dengan puskesmas, kegiatan pentas seni, pembuatan album religi & program TV dan pengembangan bakat dan minat siswa seperti drumband, komputer, *cooking class*, renang, outdoor activity, sempoa jari, angklung, seni tari, mewarnai, menggambar, bernyanyi dan rebana. Sudah banyak prestasi yang diraih peserta didik antara lain juara I lomba mewarnai TK Se-Kota Semarang, juara I Puzzel Geometri PAUD

⁶⁷ Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.00

Semarang, juara II menari Se-Kota Semarang, juara II Marching Band Se-Kecamatan Ngaliyan, juara I lomba eksplorasi garis TK Se-Kecamatan Ngaliyan, dan lain sebagainya.⁶⁸

Hal senada juga dikatakan oleh Ibu Nanky Wardani bahwa kegiatan unggulan di TK ini sangatlah banyak dan siswa dapat mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut sesuai bakat dan minatnya.⁶⁹ Sebagai orang tua siswa, Ibu Kinanti juga menjelaskan hal yang sama, kegiatan di TK IT Permata Hati sangat banyak dan menarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya karena anak dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan bakat yang di miliki. Tidak hanya belajar ilmu pengetahuan saja, tetapi juga didukung oleh kegiatan yang bermanfaat untuk anak.⁷⁰

Berdasarkan yang peneliti amati mengenai kegiatan-kegiatan di TK IT Permata Hati ada banyak sekali kegiatan yang dapat

⁶⁸ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.05

⁶⁹ Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.05

⁷⁰ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.00

menunjang bakat dan minat sesuai kemampuan siswa. Pada saat pembelajaran daring, kegiatan ini juga masih tetap dilakukan walaupun dirumah, misalnya seperti kegiatan *cooking class*, angklung, seni tari dan lain sebagainya. Akan tetapi ada juga kegiatan yang dilakukan di sekolah seperti latihan drumband. Kegiatan bakat minat ini dilaksanakan dari hari senin-jumat.⁷¹ Setelah melakukan wawancara dan observasi, data ini diperkuat dengan dokumentasi beberapa kegiatan siswa seperti saat pembuatan album religi dan program TV, cooking class, penerimaan hadiah lomba-lomba.⁷²

b) Kompetensi kelulusan

Standar kompetensi kelulusan merupakan kualifikasi kemampuan lulusan berupa sikap, pengetahuan, keterampilan dan nilai yang harus dimiliki oleh siswa setelah lulus dari TK. SKL ini dijadikan pedoman penilaian dalam menentukan kelulusan siswa. Pada TK IT Permata hati kriteria kelulusannya harus memenuhi syarat seperti, usia siswa sudah

⁷¹ Observasi kegiatan unggulan pada tanggal 8 November 2021

⁷² Dokumentasi kegiatan TK IT Permata Hati

memasuki usia SD, telah mengikuti proses pembelajaran sampai kelompok B, kemampuan siswa berkembang (memenuhi aspek perkembangan & pertumbuhan, aspek keagamaan dan moral, fisik-motorik, kognitif, bahasa, sosial-emosional, serta seni).

Aspek keagamaan dan moral dapat berupa anak mampu mempercayai adanya Tuhan yang menciptakan; mampu membaca doa; meniru gerakan ibadah; memiliki perilaku yang mencerminkan sikap jujur dan berakhlak mulia; menghargai diri sendiri dan orang lain; mengenal kegiatan ibadah sehari-hari; anak mengenal bacaan tartila'; mengenal rukun iman dan rukun islam; anak mengenal asamul husna. Aspek fisik-motorik dapat berupa anak mampu melakukan gerakan tubuh secara kelenturan, kelincahan dan keseimbangan; anak mengenal anggota tubuh dan fungsinya; anak mengetahui cara hidup sehat.

Aspek kognitif dapat berupa anak memiliki sikap yang mencerminkan kreatif dan sikap ingin tahu; mengenal benda-benda sekitar (nama, warna, bentuk, ukuran, pola, sifat, suara, tekstur, fungsi dan ciri-cirinya); mengenal

lingkungan sosial (keluarga, teman, tempat tinggal, tempat ibadah dan budaya). Mengenal lingkungan alam (hewan, tumbuhan, cuaca); mengenal teknologi sederhana seperti peralatan bermain dan peralatan rumah tangga. Aspek sosial emosional dapat berupa anak mampu berinteraksi, anak dapat mengendalikan emosinya, mulai menunjukkan rasa percaya diri, anak disiplin dan mandiri. Aspek bahasa dapat berupa anak memahami dan menunjukkan kemampuan berbahasa reseptif (menyimak dan membaca); memahami dan menunjukkan kemampuan berbahasa ekspresif (mengungkapkan bahasa secara verbal dan non verbal). Aspek seni, dapat berupa anak mengenal dan menunjukkan berbagai karya dan aktivitas seni, memiliki sikap yang mencerminkan sikap estetik.

Lulusan TK ini biasanya mendaftar dan sekolah di berbagai sekolah tingkat dasar seperti, SD Al Azhar 29 BSB, SD IT Cahya Bangsa Mijen, SD AL Azhar 22, SD Nasima, SD N

Ngaliyan, MI Nurul Islam, dan lain sebagainya.⁷³

Lulusan yang dihasilkan TK IT Permata Hati juga menjadi daya tarik tersendiri bagi orang tua atau masyarakat menentukan sekolah untuk anaknya. Siswa yang lulus di TK ini sudah sesuai dengan apa yang di harapkan orang tua. Ibu Siti Fauziah menjelaskan bahwa saat anak lulus, kemampuan anak sudah berkembang seperti memenuhi aspek keagamaan dan moral, fisik-motorik, kognitif, bahasa, sosial-emosional, serta seni. Hal tersebut sesuai dengan keinginan dan harapan orang tua. Saat anak melanjutkan di SD/MI, mereka sudah menguasai baca tulis dan menghitung sehingga anak mendapatkan juara kelas dan sering ikut lomba-lomba.⁷⁴

Selain itu, menurut Ibu Catur Fatmawati selaku Humas TK IT Permata Hati mengahatakan bahwa lulusan yang dihasilkan sudah sesuai standar, yaitu anak sudah mengenal huruf dan angka, bisa membaca, menulis, dan

⁷³ Dokumentasi standar lulusan TK IT Permata Hati, tanggal 6 November 2021

⁷⁴ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.10

berhitung.⁷⁵ Selain itu, menurut Ibu Kinanti anak yang lulusan TK ini sangat sesuai dengan apa yang di harapkan orang tua. Anak bisa menguasai ilmu dasar dan ilmu agama seperti hafal doa kegiatan sehari-hari, doa solat dan hafalan surah pendek.⁷⁶

Selain wawancara peneliti juga mengobservasi mengenai kemampuan yang dimiliki siswa saat lulus dari TK IT Permata Hati. Siswa mampu mengenal huruf, angka, warna, dan bentuk-bentuk.⁷⁷

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan TK IT Permata Hati dapat berupa reputasi dan mutu layanan yang baik. Dalam hal ini layanan yang berkualitas menjadi penentunya dan dapat dibuktikan dengan kualitas lulusannya. Layanan pembelajaran materi dilaksanakan secara langsung di dalam kelas dan secara daring. Ada juga materi tentang keagamaan Islam seperti pembelajaran solat berjamaah, mengaji dan menghafal surat pendek serta doa sehari-hari. Kemudian ada juga kegiatan

⁷⁵ Wawancara dengan Humas TK IT Permata Hati, Ibu Catur Fatmawati, S.Pd pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 11.00

⁷⁶ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.05

⁷⁷ Observasi kemampuan siswa saat lulus pada tanggal 8 November 2021

yang ekstrakurikuler yang dapat menunjang bakat dan minat siswa seperti drumband, *cooking class*, angklung, seni tari, kegiatan pembuatan album religi dan program tv dan lain sebagainya. Selain itu kualitas peserta didik beberapa telah menjuarai lomba seperti juara I lomba mewarnai dan juara I lomba eksplorasi garis. Semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan siswa di publikasikan di media sosial sehingga dapat di lihat oleh masyarakat luas sehingga hal ini dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati.

Gambar 4.1 Pembuatan album religi dan program

TV⁷⁸



⁷⁸ Dokumen pembuatan album religi dan program TV

Kegiatan pembuatan album religi dan program TV merupakan salah satu kegiatan khusus dan unggulan di TK IT Permata Hati. Kegiatan ini biasanya dilaksanakan pada semester 2.

Gambar 4.2 Juara 1 lomba eksplorasi garis⁷⁹



Juara 1 lomba eksplorasi garis TK a dan TK b dari 1.800 peserta sekecamatan Ngaliyan.

2) *Price* (Harga)

Harga merupakan elemen yang harus berjalan bersama dengan mutu produk. Apabila produk yang dihasilkan baik maka masyarakat berani membayar lebih tinggi, tetapi dalam batas terjangkau pelanggan pendidikan. Di TK IT Permata Hati ada beberapa harga yang ditawarkan

⁷⁹ Dokumen Juara 1 lomba eksplorasi garis

kepada orang tua seperti berbagai jenis biaya, diskon dan lain-lain.

a) Jenis-jenis biaya

Harga atau biaya pendidikan memiliki cakupan luas berupa jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan, baik dalam bentuk barang maupun tenaga yang dihargakan uang.

Biaya proses pembelajaran di TK IT Permata Hati diperoleh dari swadaya yayasan, swadaya orang tua murid/ komite dan Bantuan Operasional dari Pemerintah (BOP). Swadaya yayasan berupa bantuan dari yayasan seperti gedung, furniture dan fasilitas lainnya. Sedangkan swadaya orang tua berupa biaya pendaftaran, biaya operasional, biaya paket, biaya SPP dan biaya untuk kegiatan.⁸⁰

Harga atau biaya yang ditawarkan TK IT Permata Hati masih sangat terjangkau dan tidak terlalu mahal apabila dibandingkan dengan TK lainnya. Ada beberapa jenis pembayaran yang harus dilakukan orang tua pada saat menyekolahkan anaknya di TK IT

⁸⁰ Dokumentasi pembiayaan TK IT Permata Hati, tanggal 6 November 2021

Permata Hati. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Catur Fatmawati bahwa ada beberapa jenis pembayaran yang harus dikeluarkan orang tua antara lain:

- i. Biaya pendaftaran sebesar 125.000 digunakan untuk pendaftaran awal masuk sekolah
- ii. Biaya SPP/bulan sebesar 265.000 digunakan untuk pembelajaran siswa
- iii. Biaya kegiatan/bulan sebesar 60.000 digunakan untuk menunjang kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan memperingati PHBN/PHBI, kegiatan yang menunjang bakat dan minat siswa
- iv. Biaya paket ada dua, yang pertama biaya paket full dan biaya paket tunda. Biaya paket full sebesar 3.300.000 digunakan untuk menunjang pembelajaran siswa dapat berupa buku-buku, materi, tas, bahan pembelajaran, 5 baju seragam sekolah. Sedangkan biaya tunda sebesar 3.000.000 perbedaannya anak hanya mendapatkan 3 baju seragam sekolah.
- v. Biaya operasional/ uang gedung sebesar 3.300.000 di angsur selama 6 bulan dan

selama sekolah di TK IT Permata Hati hanya

Dari jenis biaya tersebut dapat dilihat bahwa biaya di TK ini masih terjangkau di kalangan masyarakat sekitar. Pembayaran juga dapat dilakukan secara langsung maupun di transfer ke rekening sekolah. Biaya ini sudah sesuai dengan apa yang siswa dapat, sehingga orang tua tidak akan kecewa.⁸¹

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Ibu Siti Fauziah bahwa biaya pendidikan di TK ini masih sangat terjangkau sesuai dengan kemampuan orang tua. Biaya ini juga sudah sesuai dengan apa yang siswa itu dapatkan saat sekolah. Ada berbagai biaya seperti biaya pendaftaran, biaya SPP, biaya paket, biaya kegiatan, dan biaya operasional. Pembayaran pun fleksibel dapat dilakukan secara langsung datang kesekolah maupun transfer.⁸² Sebagai orang tua, Ibu Kinanti menginginkan yang terbaik untuk

⁸¹ Wawancara dengan Humas TK IT Permata Hati, Ibu Catur Fatmawati, S.Pd pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 11.05

⁸² Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.15

anaknya, terutama dalam hal pendidikan. Tidak sedikit juga orang tua yang rela mengeluarkan biaya mahal asalkan anaknya dapat sekolah dengan nyaman. Menurut Ibu Kinanti, biaya sekolah di TK IT Permata Hati standar dengan sekolah lain. Biaya yang dikeluarkannya juga sudah sesuai dengan apa yang didapat anak saat sekolah, sesuai dengan yang diharapkan orang tua.⁸³

b) Diskon/potongan harga

Diskon atau Potongan harga merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dan dapat digunakan di berbagai bidang, termasuk dalam dunia pendidikan. Di TK IT Permata Hati juga menerapkan sistem ini untuk menarik masyarakat. seperti yang dijelaskan ibu Siti Fauziyah bahwa di TK ini ada beberapa diskon khusus yang diberikan yaitu apabila ada orang tua siswa yang membayar tepat waktu sebelum tanggal 10 setiap bulannya dan untuk siswa yang kakak dan adik sekolah di TK ini.⁸⁴

⁸³ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.10

⁸⁴ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.20

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi bahwa biaya sekolah di TK IT Permata Hati masih sama dengan sekolah lainnya. Dengan adanya beberapa jenis pembayaran dapat mempermudah untuk mengalokasikan dana tersebut sesuai kebutuhan serta adanya diskon guna menarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di TK ini. Biaya yang ditetapkan sudah sesuai dengan apa yang akan siswa dapatkan ketika sekolah nantinya.⁸⁵ Dokumen terkait harga dapat dilihat di lampiran 6.

3) *Place* (tempat)

Tempat merupakan lokasi sekolah itu berada. Pada penelitian ini menjelaskan tentang akses lokasi dan kenyamanan tempat belajar anak di TK IT Permata Hati.

a) Akses lokasi

TK IT Permata Hati terletak di jalan Bukit Delima A1/10 Bukit Permata Puri, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, Provinsi Jawa tengah. Lokasi ini sangat strategis untuk tempat belajar dan bermain anak-anak. Ibu Siti Fauziah mengatakan

⁸⁵ Observasi biaya sekolah di TK IT Permata Hati

bahwa lokasi sekolah ini sangat strategis yaitu berada di jalan utama perumahan Permata Puri. TK ini juga dapat diakses dari berbagai arah seperti BSB atau Mijen, Bringin serta daerah Ngaliyan dan sekitarnya. Tidak hanya strategis, lokasi sekolah ini juga nyaman untuk kegiatan pembelajaran, karena berada jauh dari kawasan industri ataupun pabrik-pabrik sehingga jauh dari polusi dan kebisingan.⁸⁶

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Catur Fatmawati bahwa lokasi TK IT Permata Hati ini sangat mudah diakses dari berbagai daerah, karena berada di jalan utama Ngaliyan-BSB. Walaupun begitu, lokasi ini juga nyaman untuk kegiatan pembelajaran sehingga anak-anak dapat belajar dengan fokus.⁸⁷ Salah satu orang tua siswa, Ibu Kinanti juga menjelaskan hal yang sama, kalau TK IT Permata Hati lokasinya sangat strategis dan mudah dijangkau. Lokasi TK ini di Perumahan, yang identik dengan suasana

⁸⁶ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.25

⁸⁷ Wawancara dengan Humas TK IT Permata Hati, Ibu Catur Fatmawati, S.Pd pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 11.10

yang sepi, sehingga untuk pembelajaran di sekolah juga dirasa nyaman. Karena jauh dari pabrik ataupun tempat lain yang dapat mengganggu proses pembelajaran. Anak yang sekolah di TK ini juga tidak hanya anak yang rumahnya di Perumahan Permata Puri, tetapi juga anak dari berbagai wilayah sekitar perumahan, sehingga anak mendapatkan banyak teman dari berbagai daerah.⁸⁸

Berdasarkan yang peneliti amati mengenai lokasi dan kenyamanan TK IT Permata Hati, bahwa lokasi ini sangat strategis yaitu berada di jalan utama menuju perumahan Permata Puri, kurang lebih jarak ke kecamatan 1 km, jarak ke pusat otonomi daerah 15 km dan TK ini terletak pada lintasan kecamatan. Letak sekolahan yang berada di tanjakan, sehingga bangunannya dibuat 2 lantai, lantai bawah untuk ruang kepala sekolah dan administrasi sedangkan lantai dua digunakan untuk ruang kelas, ruang bermain dan ruang guru. Sehingga saat proses pembelajaran anak nyaman dan tenang karena tidak bising suara kendaraan. Sedangkan saat anak bermain, mereka hanya

⁸⁸ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.15

bermain dilingkungan sekolah saja, tidak perlu keluar sekolah sehingga aman untuk keselamatan anak.⁸⁹ Setelah melakukan wawancara dan observasi, data ini diperkuat dengan dokumentasi lokasi gedung TK IT Permata Hati.⁹⁰

Gambar 4.3 Lokasi TK IT Permata Hati



Sekolahan TK IT Permata Hati yang berlokasi di jalan Bukit Delima A1/10, Bukit Permata Puri, Ngaliyan, Semarang.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan hal yang paling penting dalam memasarkan pendidikan. Promosi ini yang berhubungan langsung dengan masyarakat. dalam penelitian ini menjelaskan mengenai cara promosi

⁸⁹ Observasi lokasi TK IT Permata Hati pada tanggal 5 November 2021

⁹⁰ Dokumen lokasi TK IT Permata Hati

dan cara komunikasi yang dilakukan TK IT Permata Hati.

a) Cara promosi

Ada berbagai cara untuk mempromosikan TK IT Permata hati. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Siti Fauziyah bahwa Promosi atau pemasaran yang di lakukan TK Ini menggunakan media sosial, media cetak dan dari mulut ke mulut. Di masa pandemi, pemasaran yang efektif yaitu dengan media sosial. Humas, guru orang tua siswa, serta semua orang yang terlibat, mereka menyebarkan pamflet pendaftaran, video ataupun foto-foto tentang TK ini guna menarik masyarakat. Media sosial yang digunakan untuk memasarkan TK IT Permata Hati yaitu Facabook (Pgkit Permata Hati), Instagram (@pgkitpermaatahati), Youtobe, dan WhatsApp. Sedangkan media cetak yang digunakan untuk memasarkan TK It Permata Hati yaitu Leaflet, brosur, baliho, tetapi pada saat pandemi hanya dengan leaflet.⁹¹

⁹¹ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.30

Hal senada juga dituturkan oleh Ibu Nanky bahwa promosi yang digunakan TK ini yaitu melalui promosi secara online (WhatsApp, instagram, facebook) maupun offline (Leaflet, brosur, baliho).⁹² Ibu Catur Fatmawati sebagai Humas juga menyampaikan hal yang sama yaitu dengan cara langsung dan tidak langsung. Langsung yaitu mereka mendapatkan informasi secara langsung baik datang ke sekolah ataupun dari informasi orang ke orang. Cara tidak langsung yaitu dengan menggunakan media sosial dan media cetak.⁹³

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi mengenai media yang digunakan untuk mempromosikan TK IT Permata Hati. Hasil observasinya yaitu media sosial yang sering digunakan untuk promosi yaitu whatsapp, tidak hanya humas yang mempromosikan, tetapi semua orang yang berhungan dengan TK ini ikut mempromosikan, dengan cara membuat story

⁹² Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukkan 16.10

⁹³ Wawancara dengan humas TK IT Permata Hati, Ibu Catur Fatmawati, S.Pd pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 11.15

pamflet TK ini ataupun mengirim pesan di grup-grup whatsapp. TK ini juga mempunyai media sosial lain seperti instagram dan facebook, akan tetapi akun tersebut jarang sekali aktif. Hanya saat ada kegiatan saja akun tersebut memposting ataupun mengunggah foto atau video sesuai dengan kegiatan apa yang telah dilakukan anak. Selain media sosial, media cetak juga menjadi cara untuk mempromosikan TK ini. Media cetak yang sering digunakan yaitu leaflet yang berisi tentang deskripsi sekolah.⁹⁴ Dokumentasi yang peneliti dapat berupa leaflet, pamflet, dan akun media sosial Facebook (Pgkit Permata Hati) dan Instagram (@pgkitpermaatahati) TK IT Permata Hati.⁹⁵

⁹⁴ Observasi media cetak dan media sosial TK IT Permata Hati pada tanggal 10 November 2021

⁹⁵ Dokumen media promosi TK IT Permata Hati

Gambar 4.4 Pamflet pendaftaran



Pamflet pendaftaran TK IT Permata Hati ini di publikasikan melalui media sosial seperti whatsapp, facebook dan instagram.

b) Cara komunikasi

Komunikasi pemasaran jasa pendidikan merupakan pertukaran informasi dari dua arah dengan tujuan meningkatkan citra baik sekolah. Ibu Siti Fauziah menjelaskan bahwa orang yang terlibat dalam sekolah yaitu, guru, siswa dan orang tua siswa hal ini penting dalam membangun

komunikasi yang efektif di sekolah. Orang tua dilibatkan dalam menyusun kurikulum hingga evaluasi belajar anak. TK ini juga mengajak orang tua siswa untuk bekerjasama mensukseskan kegiatan-kegiatan yang diadakan sekolah. Begitupun sebaliknya, apabila ada kegiatan masyarakat terkadang TK ini dilibatkan untuk mensukseskan acara tersebut. Komunikasi yang dilakukan TK IT Permata Hati yaitu salah satunya, saat sekolah memberikan laporan kepada orang tua mengenai perkembangan anak, dengan demikian orang tua akan memberikan gambaran penilaian untuk sekolah.⁹⁶

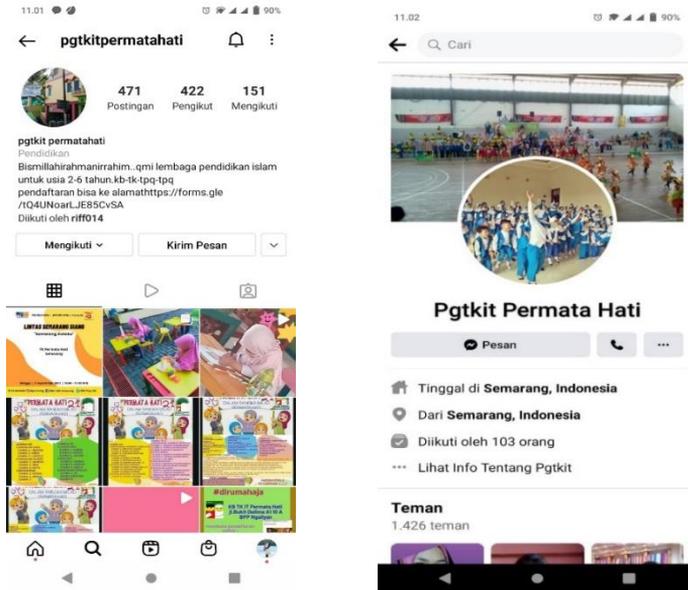
Komunikasi yang dibangun selalu dua arah, seperti kepentingan dan keinginan orang tua untuk kepentingan pendidikan anak akan di akomodir guru sehingga semua pihak dapat merasakan manfaatnya.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa promosi atau pemasaran yang di lakukan TK IT Permata Hati menggunakan beberapa cara yaitu secara langsung, tidak langsung dan promosi dari

⁹⁶ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.35

mulut ke mulut. Cara komunikasi sekolah dengan orang tua yaitu dengan melibatkan orang tua saat kegiatan.

Gambar 4.5 Sosial Media Instagram dan Facebook



Akun media sosial yang di miliki TK IT Permata Hati berupa Facebook (Pgkit Permata Hati) dan Instagram (@pgtkitpermaatahati).

5) *People* (orang)

Orang yang terlibat dalam dunia pendidikan yaitu tenaga pendidik dan tenaga kepedidikan. Tenaga pendidik di TK IT Permata Hati seperti guru, sedangkan tenaga kependidikan yaitu tata

usaha atau orang yang bertugas dibidang administrasi. Tenaga pendidik dan kependidikan harus kompeten dan profesional.

a) Kompetensi Tenaga Pendidik Dan Kependidikan

Guru merupakan pilar pendidikan, sehingga keberhasilan pendidikan sangat dipengaruhi oleh peran guru, dengan demikian kompetensi guru harus ditingkatkan. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai kompetensi yang wajib dimiliki guru. Kepala TK menjelaskan bahwa tenaga pendidik dan kependidikan di TK IT Permata Hati sudah kompeten. Guru yang mengajar di TK ini juga sudah linier sesuai jurusannya dan sudah sertifikasi. Kompetensi yang dimiliki guru yaitu berupa kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional dan kompetensi sosial.⁹⁷

(1) Kompetensi pedagogik

Kompetensi pedagogik merupakan keterampilan atau kemampuan guru dalam mengelola pembelajaran. Ibu Nanky

⁹⁷ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.40

menjelaskan bahwa pendidik dan kependidikan di TK IT Permata Hati sudah kompeten karena guru dapat menyampaikan materi dengan baik dan siswa dapat menerima dengan baik. Guru tidak hanya menyampaikan materi tetapi juga melakukan pendampingan terhadap anak.⁹⁸ Hal senada juga dijelaskan Ibu Siti Fauziyah bahwa guru di TK ini dapat mengembangkan kurikulum, guru bisa menyusun silabus, RPP sesuai dengan kebutuhan. Guru juga mampu menganalisis potensi anak sehingga guru dapat menerapkan metode pembelajaran yang tepat. Selain itu, guru juga dapat melakukan kegiatan pembelajaran sesuai dengan karakter yang dimiliki anak sehingga kegiatannya juga harus menyesuaikan.⁹⁹

(2) Kompetensi kepribadian

Komptensi kepribadian yaitu berkaitan dengan karakter seseorang. Ibu Siti Fauziyah menjelaskan bahwa tenaga

⁹⁸ Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.15

⁹⁹ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.45

pendidik dan kependidikan di TK IT Permata Hati memiliki kepribadian yang baik, ramah, sabar, disiplin, santun, berakhlak mulia.¹⁰⁰ Selain itu, ibu Nanky juga mengatakan bahwa guru di TK ini merupakan guru yang rendah hati, supel, jujur dan bertindak sesuai norma sosial.¹⁰¹

(3) Kompetensi Profesional

Kompetensi profesional merupakan kemampuan untuk menyelesaikan tugas-tugasnya sebagai pendidik dan kependidikan dengan baik. Ibu Nanky mengatakan bahwa guru di TK IT Permata Hati dapat menguasai materi pembelajaran, menguasai standar kompetensi (SK) pembelajaran, menguasai kompetensi dasar (KD) pembelajaran dan dapat mengelola kelas dengan baik.¹⁰² Hal yang sama juga di katakan Ibu Siti Fauziyah, bahwa Guru di TK ini dapat memberikan pemahaman

¹⁰⁰ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.47

¹⁰¹ Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.20

¹⁰² Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.25

terhadap anak tentang pelajaran yang diampu, dapat mengembangkan materi pembelajaran, dan dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran.¹⁰³ Menurut Ibu Kinanti, guru di TK ini dapat dikatakan kompeten karena guru dapat mengembangkan materi pembelajaran dengan kreatif sehingga anak tidak bosan saat belajar, guru juga mampu menguasai materi pembelajaran baik struktur, konsep, dan pola pikir keilmuannya.¹⁰⁴

(4) Kompetensi sosial

Kompetensi sosial merupakan kompetensi yang berkaitan dengan kemampuan bersikap dan berinteraksi, keterampilan komunikasi, baik dengan sesama guru, siswa ataupun masyarakat. Kepala sekolah menjelaskan bahwa guru disini mampu berinteraksi dan berkomunikasi dengan siswa maupun orang tua. Siswa diajak komunikasi tidak hanya

¹⁰³ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.50

¹⁰⁴ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.20

saat pembelajaran saja, akan tetapi diluar jam pelajaran juga, agar guru dapat mengetahui karakter siswa lebih mendalam. Tidak hanya itu, guru juga dapat beradaptasi diberbagai lingkungan sehingga mereka dapat menjalankan tugasnya dengan baik.¹⁰⁵ Ibu Nanky sebagai guru juga berpendapat bahwa dalam aspek sosial guru sudah baik, dapat berkomunikasi secara efektif baik dengan lisan maupun tertulis, bersikap obyektif dan tidak membedakan anak ataupun latar belakang keluarga.¹⁰⁶

b) Profesionalitas Tenaga Pendidik Dan Kependidikan

Guru profesional merupakan guru yang memiliki kompetensi tertentu sesuai dengan persyaratan yang ditentukan oleh profesi seorang guru. Menurut Ibu Siti Fauziyah di TK ini tidak banyak kompeten, akan tetapi guru dan karyawan disini juga profesional, baik dalam disiplin waktu maupun dalam hal

¹⁰⁵ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.55

¹⁰⁶ Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.30

lainnya. Profesionalitas guru juga dilihat dari kualifikasi akademik dan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidangnya.¹⁰⁷ Ibu Kinanti juga berpendapat bahwa guru di TK ini mempunyai akhlak dan budi pekerti yang baik sehingga dapat memberikan contoh ke anaknya. Selain itu, guru juga mampu berinteraksi dan berkomunikasi baik dengan orang tua siswa.¹⁰⁸

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi tentang kompetensi dan profesionalitas tenaga pendidik dan kependidikan. Hasil observasi penelitian ini yaitu guru disiplin saat datang kesekolah, saat mulai mengajar, dan saat selesai mengajar. Guru mengajar sesuai dengan RPP yang dibuat dan melakukan pembelajaran sekreatif mungkin sehingga anak tidak bosan, selain itu juga sabar dalam menghadapi berbagai karakter anak.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S. Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 15.00

¹⁰⁸ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.21

¹⁰⁹ Observasi kompetensi tenaga pendidik dan kependidikan pada tanggal 6-11 November 2021

Tabel 4.1 Daftar Pendidik Dan Kependidikan
di TK IT Permata Hati¹¹⁰

No	Nama Guru	Jabatan
1	Rr. Hendarwati, S. Pd. M. Si	Kepala PAUD
2	Siti Fauziyah, S. Pd	Kepala TK
3	Nanky Wardani, S. Pd	Guru
4	Nur Setyaning H., S. Pd	Guru
5	Isty Widayati, S. Pd	Guru
6	Nur Azizah, S. Pd	Guru
7	Ismah Farhati, S. Pd	Guru
8	Ratna Listyowati, S. Pd	Guru
9	Dwi Retno Juni K, S. Pd	Guru
10.	Robby Kurniawan, S. Kom	Bendahara/ TU

¹¹⁰ Dokumen daftar tenaga pendidik dan kependidikan TK IT
Pernata Hati, tanggal 6 November 2021

Tabel 4.2 Data Pendidik dan Kependidikan¹¹¹

Klasifikasi Guru	Jumlah	Pendidikan
PNS	0	-
GTY	9	<ul style="list-style-type: none"> ➤ S1 Pendidikan Anak usia Dini: 3 Orang ➤ S1 Pendidikan Konseling: 3 Orang ➤ S1 Pendidikan Islam: 2 Orang ➤ S1 PAUD dan S2 MPI: 1 Orang
Guru Minat Bakat	5	-
Staf Tata Usaha	1	S1
Petugas Pembantu	1	S1
Lainnya (sebutkan):		
Tukang Masak	1	SD
Penjaga/ Keamanan	2	SMA
Tenaga kebersihan	1	SMP

6) *Physical evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan bukti dapat di lihat secara fisik seperti bangunan gedung sekolah, alat bermain dan lain sebagainya. Di TK IT Permata

¹¹¹ Dokumen data tenaga pendidik dan kependidikan TK IT Pernata Hati, tanggal 6 November 2021

Hati terdapat bukti fisik berupa bangunan sekolah, sarana dan prasarana, dan lain-lain.

a) Jenis sarana dan prasarana

Ada berbagi jenis sarana dan prasarana di TK ini. Seperti yang dipaparkan Bu Siti Fauziyah bahwa Sarana dan prasarana yang ada di TK IT Permata Hati antara lain ruang kelas, ruang kepala TK, ruang kerja guru, ruang TU, ruang UKS, perpustakaan, KM/WC guru dan siswa, dapur, gudang, ruang serba guna, tempat bermain, alat untuk bermain, taman lalu lintas, mobil, motor, laptop, wifi, garasi. Sarana dan prasarana ini sudah lengkap dan masih layak untuk digunakan dan di fungsikan sesuai dengan kebutuhannya.¹¹²

Hal senada juga di katakan Ibu Catur bahwa sarana dan prasarana di TK ini layak untuk digunakan dan di manfaatkan anak, seperti alat bermain, tempat bermain, ruang kelas, ruang perpustakaan, dan lain sebagainya.¹¹³

¹¹² Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 15.05

¹¹³ Wawancara dengan Humas TK IT Permata Hati, Ibu Catur Fatmawati, S.Pd pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 11.20

b) Kelengkapan sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana di sekolah harus memenuhi persyaratan, baik dari segi kelengkapan, kenyamanan, dan keamanan untuk anak. Di TK IT Permata Hati sarana dan prasarana yang tersedia sudah lengkap. Seperti yang dijelaskan Ibu Siti Fauziyah bahwa sarana dan prasarana di TK ini sudah lengkap sesuai dengan standar sarpras TK. TK IT Permata Hati memiliki luas tanah 500 m², luas bangunan 900 m², ruang kelas berukuran 6,5 x 5,5 m, memiliki fasilitas bermain di dalam dan di luar ruangan, dan lain sebagainya. Sarana dan prasarana ini masih layak dan aman untuk digunakan, karena selalu dilakukan perawatan. Walaupun pembelajaran masih daring, akan tetapi perawatan untuk semua sarana dan prasarana masih tetap dilakukan, sehingga apabila ada anak yang datang ke sekolah dan ingin menggunakan sarana dan prasarana yang ada, mereka merasa nyaman dan aman.¹¹⁴

¹¹⁴ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 15.10

c) Keindahan sarana dan prasarana

Di TK IT Permata Hati sarana dan prasarana yang tersedia di buat semenarik dan seindah mungkin. Seperti, yang di jelaskan Ibu Nanky kalau ruang kelas di TK ini di hias dengan berbagai macam-macam warna, huruf, angka baik dalam bentuk tulisan maupun gambar, sesuai dengan apa yang mereka pelajari sehingga anak dapat belajar dari apa yang mereka lihat. Di TK ini memiliki berbagai jenis alat bermain yang berbeda-beda untuk anak. Pemilihan warna cat tembok yang ada di sekolah juga berbeda-beda, untuk alat bermain juga berbeda, sehingga anak dapat mengenal warna dan bentuk yang berbeda-beda.¹¹⁵

Peneliti juga mengamati tentang berbagai jenis sarana dan prasaran. Ada berbagai jenis sarana dan pasarana dari mulai gedung, arsip-arsip, peralatan bermain dan lain sebagainya. Sarana dan prasarana yang tersedia sudah lengkap dan juga masih layak pakai sesuai dengan fungsinya. Keamanan sarana dan prasarana ini juga terjamin

¹¹⁵ Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.35

untuk keselamatan dan kenyamanan anak.¹¹⁶ Dari hasil wawancara dan observasi, data ini juga dilengkapi dengan dokumen sarana dan prasarana yang ada di TK IT Permata hati.¹¹⁷

Gambar 4.6 Sarpras Taman lalu lintas



Taman lalu lintas merupakan salah satu sarana dan prasarana yang ada di TK IT Permata Hati. Tempat ini digunakan untuk bermain anak dan untuk kegiatan siswa lainnya.

¹¹⁶ Observasi kompetensi tenaga pendidik dan kependidikan pada tanggal 6-11 November 2021

¹¹⁷ Dokumen sarana dan prasarana TK IT Permata hati, tanggal 9 november 2021

Tabel 4.3 Data Sarana dan Prasarana

Nama Barang	Jumlah	Ukuran (m)	Keterangan
Ruang kelas	9	6,5 x 5,5 m	Layak pakai
Ruang kepala TK	1		Layak pakai
Ruang kerja guru	1		Layak pakai
Ruang Tata Usaha	1		Layak pakai
Ruang UKS	1		Layak pakai
R.perpustakaan	1		Layak pakai
KM/WC guru	1		Layak pakai
Dapur	1		Layak pakai
Gudang	2		Layak pakai
Ruang serba guna	1		Layak pakai
KM/WC Anak	4		Layak pakai
Tempat bermain	2		Layak pakai
Alat bermain			Layak pakai
Taman lalu lintas	1		Layak pakai
Mobil	1		Layak pakai
Motor	2		Layak pakai
Laptop	3		Layak pakai
Wifi	1		Layak pakai
Garasi	1		Layak pakai

7) *Procces* (Proses)

Ada beberapa Proses yang dilakukan di TK IT Permata Hati, seperti proses pembelajaran. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai pelaksanaan pembelajaran, keaktifan siswa, metode dan model pembelajaran yang diterapkan di TK IT Permata Hati.

a) Pelaksanaan pembelajaran

Ibu Nanky mengatakan bahwa pada saat proses pembelajaran TK ini juga menggunakan beberapa model seperti *Home Activity Tutorial* (HAT) yaitu layanan yang dilakukan di sekolah dan layanan *School At Home* (SAH) yaitu layanan yang dilakukan di rumah siswa. Saat pembelajaran, anak-anak aktif untuk bertanya maupun menyampaikan pendapatnya. Apabila ada kegiatan-kegiatan anak juga aktif berpartisipasi untuk mengikuti dan mensukseskan kegiatan tersebut.¹¹⁸

Hal itu juga di sampaikan oleh kepala TK, bahwa di TK ini Pembelajaran dilakukan dengan menggunakan model pembelajaran

¹¹⁸ Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.40

daring dan tatap muka terbatas. TK ini juga memberikan layanan untuk orang tua yang mengalami kendala saat pembelajaran daring, yaitu layanan Home Activity Tutorial (HAT), School At Home (SAH) dan Stimulasi dan Intervensi (SI). Saat pembelajaran, anak-anak memiliki keaktifan yang berbeda-beda. Ada anak yang aktif saat pembelajaran daring ada juga anak yang aktif saat pembelajaran tatap muka. Ada yang aktif saat pembelajaran agama ada juga anak yang aktif di pelajaran yang lainnya. Sehingga guru harus dapat melakukan pembelajaran kreatif mungkin agar anak dapat mengikuti dengan baik dan tidak membosankan.¹¹⁹

b) Model pembelajaran

Model pembelajaran merupakan suatu perencanaan atau pola yang akan digunakan sebagai pedoman dalam merencanakan pembelajaran di kelas. Ibu Siti Fauziah menjelaskan bahwa model pembelajaran yang di gunakan TK IT Permata Hati yaitu

¹¹⁹ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 15.15

model pembelajaran metode “*High Scope*”, artinya pembelajaran ini melibatkan anak sebagai pembelajar aktif yang memberikan kesempatan pada anak untuk memilih sendiri aktifitas bermainnya. Anak merupakan pembelajar alami dan setiap anak itu memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Sehingga anak dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.¹²⁰

c) Metode pembelajaran

Metode pembelajaran merupakan cara kerja yang sistematis untuk memudahkan pelaksanaan pembelajaran berupa langkah-langkah konkret agar pembelajarannya efektif. Ibu Siti Fauziah menjelaskan bahwa metode pembelajaran yang digunakan TK IT permata Hati yaitu dengan metode bercerita, metode bercakap-cakap, metode tanya jawab, metode karya wisata.¹²¹ Selain itu, Ibu Nanky juga menjelaskan bahwa metode pembelajarannya berbeda-beda seperti

¹²⁰ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziah, S.Pd pada hari Jum’at tanggal 5 November 2021, pukul 15.17

¹²¹ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziah, S.Pd pada hari Jum’at tanggal 5 November 2021, pukul 15.20

metode sosiodrama, metode demonstrasi, metode eksperimen, metode proyek dan metode pemberian tugas. Metode ini digunakan untuk mempermudah dalam melaksanakan proses pembelajaran.¹²²

Selain wawancara, peneliti juga mengamati proses pembelajaran di TK IT Permata Hati. Proses pembelajaran ini dilakukan secara tatap muka terbatas dan daring. Anak melakukan pembelajaran tatap muka 1 minggu 3 kali dan daring lewat vidcall ataupun zoommeeting 3 kali. Dalam 1 kelas pembelajaran tatap muka hanya terdapat 6 siswa. Untuk pembelajaran daring, ada dua shift atau waktu anak belajar, yaitu shift pagi dan shift sore. Siswa boleh mengikuti pembelajaran daring sesuai dengan pilihannya masing-masing.¹²³ Dari data wawancara dan observasi, data ini juga di dukung oleh dokumen tentang proses pembelajaran anak.¹²⁴

¹²² Wawancara dengan Guru TK IT Permata Hati, Ibu Nanky Wardani, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 16.45

¹²³ Observasi proses pembelajaran di TK IT Permata Hati

¹²⁴ Dokumentasi proses pembelajaran di TK IT Permata Hati

Gambar 4.7 Proses pembelajaran di kelas



Pembelajaran di kelas terbatas merupakan salah satu cara pelaksanaan pembelajaran dimasa pandemi. Satu kelas hanya ada 6 siswa dan 1 guru pengajar.

b. Peningkatan Animo Masyarakat Pada Peserta Didik Di TK Permata Hati

1) Perasaan senang

Perasaan senang merupakan bentuk dari kepuasan seseorang terhadap sesuatu. Dalam hal ini perasaan senang dapat di buktikan dengan jumlah peserta didik yang meningkat di masa pandemi dan kepuasan orang tua terhadap sekolah.

a) Jumlah peserta didik

Jumlah peserta didik di TK IT Permata Hati setiap tahunnya mengalami kenaikan,

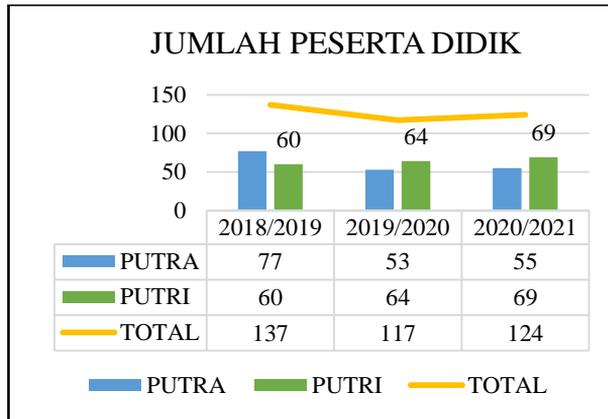
akan tetapi sejak pandemi mengalami penurunan. Seperti yang dijelaskan Ibu Siti Fauziyah bahwa jumlah peserta didik di TK IT Permata hati dari tahun ke selalu naik. Akan tetapi pada saat pandemi Covid-19 jumlah peserta didik mengalami penurunan. Hal ini tidak dapat dihindari karena banyak sekali masyarakat yang lebih memilih tidak menyekolahkan anaknya dengan alasan ekonomi keluarga yang menurun.¹²⁵

Humas TK IT Permata Hati juga menjelaskan bahwa dari tahun ke tahun peserta didik selalu naik, akan tetapi pada saat pandemi mulai menurun. Banyaknya masyarakat yang lebih memilih tidak menyekolahkan anaknya karena pikiran masyarakat yang masih beranggapan bahwa pembelajaran daring tidak efektif karena anak tetap belajar dirumah dengan orang tua akan tetapi mereka harus membayar uang sekolah, dengan demikian orang tua merasa dirugikan sehingga lebih memilih untuk tidak menyekolahkan anaknya. Hal tersebut sangat

¹²⁵ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 15.25

berpengaruh ke jumlah peserta didik baru.¹²⁶
 Dari wawancara tersebut dapat diperkuat dengan dokumentasi berupa data siswa dari tahun ke tahun.

Grafik 4.1 Jumlah peserta didik¹²⁷



b) Kepuasan orang tua

Kepuasan pendidikan merupakan perasaan senang atau kecewa terhadap suatu layanan yang diberikan lembaga pendidikan . Dalam hal ini,tingkat kepuasan orang tua terhadap sekolah berbeda-beda. Oleh sebab itu, sekolah harus memperhatikan kualitas produk maupun layanan yang diberikan

¹²⁶ Wawancara dengan Humas TK IT Permata Hati, Ibu Catur Fatmawati, S.Pd pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 11.25

¹²⁷ Dokumen jumlah peserta didik TK IT Permata Hati, 9 November 2021

kepada masyarakat. Sebagai seorang wali murid, Ibu Kinanti merasa senang dan bahagia saat menyekolahkan anaknya di TK ini, karena apa yang di inginkan tercapai. Pada saat pandemi, anak tidak hanya belajar di rumah, tetapi juga belajar di sekolahan sehingga dapat menambah pengalaman dan pengetahuan disekolah.¹²⁸

Dalam hal ini ada beberapa persepsi atau pandangan orang tua mengenai TK IT Permata Hati. Pada penelitian in, peneliti membuat angket untuk mengetahui bagaimana persepsi orang tua, apakah orang tua sangat puas dengan layanan yang diberikan oleh TK Permata Hati atau malah sebaliknya, dengan jumlah responden sebanyak 5 orang. Berikut merupakan data hasil dari angket yang diisi oleh orang tua siswa.

(1) Bagaimana model pembelajaran yang di terapkan di TK IT Permata Hati?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, terdapat 2 orang yang menyatakan

¹²⁸ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.25

bahwa TK IT Permata Hati sangat baik dalam model pembelajarannya dengan persentase sebesar 40%. Sedangkan 3 orang lainnya menyatakan bahwa model pembelajaran TK IT Permata Hati baik dengan persentase 60%.

Diagram 4.1 Persentase Persepsi Orang tua tentang Model Pembelajaran



(2) Bagaimana sarana dan prasarana yang disediakan TK IT Permata Hati?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, terdapat 2 orang yang menyatakan bahwa sarana dan prasarana yang disediakan TK IT Permata Hati sangat baik, dengan persentase sebesar 40%. Sedangkan 1 orang menyatakan bahwa sarana dan prasarana TK IT Permata

Hati baik dengan persentase 20%, dan 2 orang lainnya menyatakan bahwa sarana dan prasarana yang tersedia di TK ini cukup baik, dengan persentase 20%.

Diagram 4.2 Persentase Persepsi Orang tua tentang sarana dan prasarana



(3) Bagaimana biaya yang ditetapkan di TK IT Permata Hati?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, terdapat 3 orang yang menyatakan bahwa biaya yang di tetapkan TK IT Permata Hati baik dengan persentase sebesar 60%. Sedangkan 2 orang lainnya menyatakan bahwa TK IT Permata Hati cukup baik dalam menetapkan biaya dengan persentase 40%.

Diagram 4.3 Persentase Persepsi Orang Tua Tentang Biaya Di TK IT Permata Hati



(4) Bagaimana pelayanan yang diberikan TK IT Permata Hati?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, terdapat 3 orang yang menyatakan bahwa pelayanan yang di berikan TK IT Permata Hati sangat baik dengan persentase sebesar 60%. Sedangkan 2 orang lainnya menyatakan bahwa layanan TK IT Permata Hati baik dengan persentase 40%.

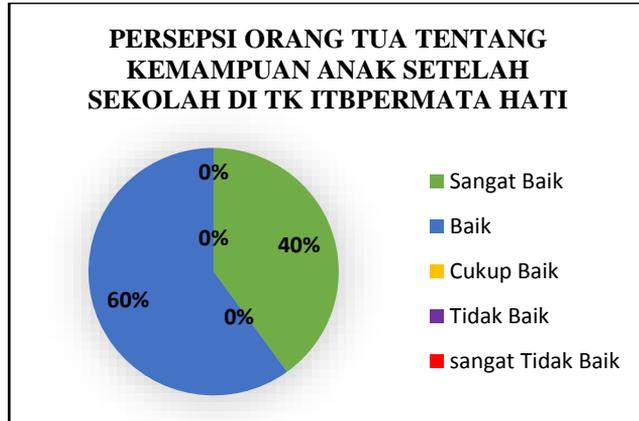
Diagram 4.4 Persentase Persepsi Orang tua tentang pelayanan TK IT Permata Hati



(5) Bagaimana kompetensi/kemampuan anak setelah sekolah di TK IT Permata Hati?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, terdapat 2 orang yang menyatakan bahwa kemampuan anak setelah sekolah di TK IT Permata Hati sangat baik dengan persentase sebesar 40%. Sedangkan 3 orang lainnya menyatakan bahwa kemampuan anak setelah sekolah di TK IT Permata Hati baik dengan persentase 60%.

Diagram 4.5 Persentase Persepsi Orang Tua Tentang Kemampuan Anak Setelah Sekolah Di TK IT Permata Hati



Berdasarkan jumlah keseluruhan jawaban responden dapat interpretasikan sebagai berikut.

Diagram 4.6 persepsi orang tua terhadap TK¹²⁹



¹²⁹ Dokumen angket persepsi orang tua terhadap TK IT Permata hati, tanggal 4 Desember 2021

Dari diagram lingkaran diatas, dapat disimpulkan bahwa 48% orang tua menyatakan layanan TK ini sangat baik, 36% menganggap TK ini baik, dan 16% menganggap TK ini cukup baik. Dari data tersebut dapat diketahuibahwa TK IT Permata Hati dipandang sangat baik oleh masyarakat dan mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan.

2) Perhatian

Perhatian merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang dalam hal tertentu. Saat disekolah peran orang tua juga penting, saat sekolah akan mengadakan kegiatan selalu bermusyawarah dengan orang tua dan mengambil keputusan bersama. Hal ini juga dijelaskan ibu Siti Fauziyah selaku kepala sekolah bahwa perhatian orang tua terhadap sekolah salah satunya orang tua mendukung kegiatan-kegiatan yang dilakukan sekolah. Orang tua juga memberikan saran atau masukan untuk sekolah yang sekiranya dapat membangun sekolah lebih baik lagi.¹³⁰ Ibu Kinanti menjelaskan bahwa perhatian orang tua terhadap

¹³⁰ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukkul 15. 25

sekolah yaitu orang tua ikut andil dalam mengambil keputusan yang akan dilakukan oleh sekolah. Orang tua ikut mempromosikan TK ini ke saudara ataupun kerabatnya agar anak-anak mereka dapat sekolah di TK ini.¹³¹

“Perhatian orang tua dapat berupa mengikuti kegiatan yang dilaksanakan oleh sekolah, seperti kegiatan parenting, ataupun kegiatan komite.” Ujar Bapak Mahendra¹³²

Setelah melakukan wawancara, peneliti melakukan observasi tentang kegiatan parenting yang dilakukan sekolah dan diikuti oleh orang tua siswa.¹³³ Orang tua siswa berantusias dalam melakukan kegiatan ini. Data wawancara dan observasi diperkuat dengan dokumen tentang kegiatan parenting.

¹³¹ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.30

¹³² Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Bapak Mahendra pada hari Rabu tanggal 10 November 2021, pukul 09.30

¹³³ Observasi kegiatan parenting

Gambar 4.8 Kegiatan parenting



Kegiatan parenting merupakan salah satu kegiatan program khusus dan unggulan yang melibatkan orang tua siswa. Kegiatan ini merupakan salah satu perhatian yang diberikan orang tua terhadap sekolah.

3) Motivasi

Motivasi orang tua dalam menyekolahkan anaknya di TK IT Permata hati sangat bermacam-macam. Seperti yang di katakan Ibu Siti Fauziyah bahwa TK Islam Terpadu Permata hati memiliki nilai jual yang dapat menarik dan memotivasi masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati.¹³⁴

¹³⁴ Wawancara dengan Kepala TK IT Permata Hati, Ibu Siti Fauziyah, S.Pd pada hari Jum'at tanggal 5 November 2021, pukul 14.50

“Motivasi orang tua menyekolahkan anaknya yaitu TK IT Permata Hati merupakan sekolah yang mengedepankan ilmu agama sehingga anak dapat belajar agama sejak dini, banyak kegiatan yang sesuai dengan bakat siswa sehingga anak dapat mengembangkan bakatnya, lokasi sekolah yang dekat dengan rumah.” Ujar Ibu Kinanti ¹³⁵

Selain itu, Ibu Iga juga mengatakan bahwa motivasi orang tua menyekolahkan anaknya di TK ini yaitu karena program kurikulumnya menggunakan Life Skill (kecakapan hidup, problem solving), pembelajarannya tentang agamanya banyak sehingga anak dapat belajar ilmu agama sejak kecil.¹³⁶ Bapak Ali Ma'ruf juga berpendapat bahwa alasan atau motivasi menyekolahkan anaknya yaitu karena TK ini akreditasi A, biaya terjangkau, model pembelajarannya juga bagus karena pembelajarannya tidak hanya dirumah tetapi di

¹³⁵ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Kinanti pada hari Selasa tanggal 9 November 2021, pukul 10.35

¹³⁶ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Ibu Iga pada hari Rabu tanggal 10 November 2021, pukul 10.00

sekolahan juga sehingga anak tidak bosan dan dapat mengenal lingkungan sekitar.¹³⁷

Setelah wawancara, peneliti melakukan observasi. Hasil observasinya yaitu banyak orang tua yang menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati karena lokasi rumah yang dekat dengan sekolah.

B. Analisis Data

Secara spesifik analisis terhadap strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan animo masyarakat di TK IT Permata Hati sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Pendidikan

Strategi pemasaran pendidikan di TK IT Permata Hati menggunakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (orang), *Physical evidence* (Bukti Fisik), *Procces* (Proses).

a. Product (Produk)

Produk di TK IT Permata Hati dapat berupa kurikulum yang sesuai dengan aturan pemerintah dan lulusan yang berkualitas. Produk ini tawarkan kepada

¹³⁷ Wawancara dengan orang tua siswa TK IT Permata Hati, Bapak Ali Ma'rif pada hari Rabu tanggal 10 November 2021, pukul 09.00

masyarakat dengan tujuan untuk menarik masyarakat agar menyekolahkan anaknya di TK ini. Kurikulum TK IT Permata Hati dirancang dengan mengacu pada aturan pemerintah yang telah di atur oleh sekolahnya masing-masing. Selain itu, kurikulum di TK ini disusun dengan menjunjung nilai-nilai islam sebagai dasar dalam menegembangkan karakter siswa. Adanya Kurikulum ini dapat di gunakan sebagai pedoman kegiatan pembelajaran. Selain kurikulum, kegiatan unggulan di TK ini juga menjadi salah satu produk yang ditawarkan ke masyarakat. Kegiatan-kegiatan ini dapat menunjang bakat dan minat siswa. Dengan demikian siswa tidak hanya belajar ilmu pengetahuan, tetapi juga didukung oleh kegiatan yang bermanfaat sesuai kemampuannya.

Selain itu, Kompetensi lulusan TK IT Permata Hati juga menjadi daya tarik tersendiri bagi orang tua atau masyarakat untuk menentukan sekolah anaknya. kriteria lulusan di TK ini, siswa harus memenuhi syarat seperti, usia siswa sudah memasuki usia SD, telah mengikuti proses pembelajaran sampai kelompok B, kemampuan siswa berkembang (memenuhi aspek perkembangan & pertumbuhan, aspek keagamaan dan moral, fisik-motorik, kognitif, bahasa, sosial-emosional, serta seni).

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan dan dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat organisasi gagasan atau buah pikiran¹³⁸. Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan dari sebuah proses yang dapat menghasilkan kepuasan atau manfaat bagi pengguna yang ditawarkan ke pasar dan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pembelian.¹³⁹

Dari hasil analisa, produk yang dihasilkan TK IT Permata Hati sudah sesuai dengan teori yang tersebut diatas, yaitu produk ini berupa jasa yang ditawarkan kepada masyarakat dengan tujuan untuk menarik masyarakat agar menyekolahkan anaknya. Produk ini berupa layanan jasa pendidikan dari awal siswa masuk sekolah sampai siswa lulus.

b. Price (Harga)

Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang dapat ditukar dengan uang. Apabila produk yang dihasilkan baik maka masyarakat berani membayar lebih tinggi, tetapi dalam batas kejangkauan pelanggan

138 Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*, 182.

139 Hidayat and Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, 283.

pendidikan. TK IT Permata Hati menetapkan beberapa jenis harga atau biaya seperti biaya pendaftaran, biaya SPP, biaya kegiatan, biaya paket dan biaya operasional atau biaya gedung. Biaya ini dikeluarkan untuk kebutuhan siswa selama sekolah. Selain itu, biaya proses pembelajaran di TK ini juga diperoleh dari swadaya yayasan dan Bantuan Operasional dari Pemerintah (BOP). Biaya pendidikan di TK IT Permata Hati masih terjangkau oleh masyarakat. Biaya yang dikeluarkan orang tua sudah sesuai dengan yang anak dapatkan saat sekolah, sehingga orang tua merasa puas karena sesuai dengan yang mereka harapkan.

Di TK IT Permata Hati juga menerapkan potongan harga atau diskon untuk menarik masyarakat agar menyekolahkan anaknya di TK ini. Ada beberapa diskon khusus yang diberikan yaitu apabila ada orang tua siswa yang membayar tepat waktu sebelum tanggal 10 setiap bulannya dan untuk siswa yang kakak dan adik sekolah di TK ini.

Menurut tinjauan teori di jelaskan bahwa harga atau biaya dalam konteks pendidikan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk sekolah sesuai dengan yang ditawarkan. Biaya mahal dapat terkesan murah apabila fasilitas dan sarana prasarana pendidikan sangat lengkap sehingga masyarakat tidak kecewa. Ada

beberapa jenis biaya dalam pendidikan, yaitu biaya langsung, biaya tidak langsung, biaya pribadi dan biaya sosial.¹⁴⁰

Dari hasil analisa, harga yang di tetapkan TK IT Permata Hati sudah sesuai dengan teori karena dalam menentukan harga sesuai dengan kebutuhan selama proses pembelajaran dari mulai siswa masuk hingga lulus.

c. *Place (Tempat)*

Tempat merupakan lokasi sekolahan itu berada. TK IT Permata Hati terletak di jalan Bukit Delima A1/10 Bukit Permata Puri, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, Provinsi Jawa tengah. Lokasi ini berada di jalan utama menuju perumahan Permata Puri, kurang lebih jarak ke kecamatan 1 km, jarak ke pusat otonomi daerah 15 km dan TK ini terletak pada lintasan kecamatan. Lokasi TK IT Permata Hati sangat strategis dan nyaman untuk tempat belajar dan bermain anak-anak karena berada jauh dari kawasan industri ataupun pabrik-pabrik sehingga jauh dari polusi dan kebisingan.

¹⁴⁰ Laeli Mubaridah, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Pada Lembaga PAUD Di Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang)*, 65.

Dari tinjauan teori, tempat berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa itu berada untuk melakukan kegiatannya. Tempat yang baik itu yang mendapatkan kemudahan akses dan penampilannya baik secara keseluruhan. Apabila sekolah memperhatikan masalah penampilan maka akan semakin bertambahnya perhatian ataupun minat masyarakat terhadap sekolah tersebut¹⁴¹.

Dari hasil analisa, tempat atau lokasi TK IT Permata Hati itu strategis sesuai dengan teori diatas, karena Lokasi yang mudah dijangkau dari berbagai arah, kemudahan akses menuju sekolah dan juga kenyamanan tempat untuk belajar siswa.

d. *Promotion (Promosi)*

Promosi yang dilakukan TK IT Permata Hati yaitu menggunakan media sosial (Facabook (Pgkit Permata Hati), Instagram (@pgtkitpermaatahati), Youtube, dan WhatsApp), media cetak (Leaflet, brosur, baliho) dan dari mulut ke mulut. Di masa pandemi, pemasaran yang efektif yaitu dengan media sosial. Promosi ini dilakukan oleh semua orang baik guru, humas, kepala sekolah maupun orang tua siswa. Dalam mempromosikan, TK ini juga menggunakan komunikasi yang dibangun dua arah. Antara pihak

¹⁴¹ Hidayat and Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, 239.

sekolah dengan masyarakat begitupun sebaliknya. Orang tua atau masyarakat selalu di libatkan dalam kegiatan-kegiatan yang di adakan sekolah.

Dari tinjauan teori promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan produk di pasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat atau konsumen. Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui media masa, media sosial dan media cetak. Promosi juga dapat dilakukan melalui keterlibatan alumni sekolah tersebut. Hal ini sangat memberikan hal yang baik karena masyarakat akan lebih percaya dengan kesaksian orang yang pernah terlibat didalamnya.¹⁴²

Dari hasil analisa, promosi yang dilakukan TK IT Permata Hati sudah sesuai dengan teori di atas. TK ini menggunakan promosi melalui media sosial dan media cetak.

e. *People (orang)*

Orang yang terlibat dalam pendidikan yaitu pendidik dan tenaga kependidikan. Di TK IT Permata Hati pendidik dan tenaga kependidikan memiliki kompetensi berupa kompetensi pedagogik seperti guru dapat menyampaikan materi dengan baik dan bisa

¹⁴² Prihatin and Ahmad, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Mtsn 5 Sleman Yogyakarta."

menguasai kelas saat mengajar. Kompetensi kepribadian, yaitu memiliki sikap baik, ramah, disiplin, sabar dan berakhlak mulia. Kompetensi profesional yaitu dapat mengembangkan materi pembelajaran, dan dapat memanfaatkan teknologi. Yang terakhir kompetensi sosial yaitu dapat berkomunikasi secara efektif baik dengan lisan maupun tertulis, bersikap obyektif dan tidak membedakan anak ataupun latar belakang keluarga. Selain kompetensi, guru di TK ini juga profesional dapat dilihat dari kualifikasi akademik dan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidangnya.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa Orang disini diartikan sebagai orang yang terlibat dalam menyediakan jasa, seperti kepala sekolah, guru, TU, dan karyawan. Sumber daya manusia dalam lembaga pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting bahkan dapat dikatakan sebagai ujung tombak dalam proses pemberian layanan jasa pendidikan kepada para peserta didik. Tenaga pendidik dan kependidikan harus kompetensi dan profesional. Kompetensi yang harus dimiliki yaitu kompetensi pedagogik, kompetensi

sosial, kompetensi profesional dan kompetensi kepribadian.¹⁴³

Dari hasil analisa, orang yang terlibat atau orang yang berada di TK IT Permata hati sudah sesuai dengan teori, karena tenaga pendidik dan kepedidikan di TK ini sudah kompeten dan profesional dan bekerja sesuai bidangnya masing-masing.

f. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik pada TK ini dapat bangunan sekolah, sarana dan prasarana, dan lain-lain. Ada berbagai sarana dan prasarana yang ada di TK IT Permata Hati seperti, ruang kelas, tempat bermain, ruang UKS, dan lain sebagainya. Sarana dan prasarana di TK ini sudah lengkap dan masih layak untuk di gunakan sesuai fungsinya. Apabila ada barang yang rusak maka akan di perbaiki dan apabila tidak bisa di perbaiki, langsung diadakan penghapusan barang dan di ganti yang baru. Hal ini dilakukan demi kenyamanan siswa saat menggunakannya.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa *Phycical evidence* merupakan bukti berupa lingkungan, fasilitas dan gedung yang disediakan oleh lembaga pendidikan guna menunjang kegiatan belajar

¹⁴³ Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden," 173.

dan mengajar. Ada dua macam bukti fisik yaitu, pertama berupa keputusan yang telah dibuat oleh pembeli jasa mengenai desain, tata letak gedung, seperti kelas, perpustakaan, taman bermain, dan lain sebagainya. Sedangkan yang kedua bukti fisiknya berupa rapot, catatan siswa, dan lain sebagainya¹⁴⁴.

Dari hasil analisa, *Phycical evidence* TK IT Permata Hati sudah sesuai dengan teori diatas. Ada berbagai macam-macam sarana dan prasarana di TK ini yang sesuai dengan aturan standar sarana dan prasarana TK baik dari kelengkapan, kenyamanan, keamanan dan keindahannya.

g. Procces (proses)

Ada beberapa Proses yang dilakukan di TK IT Permata Hati, seperti proses pembelajaran, metode pembelajaran dan model pembelajaran yang diterapkan di TK IT Permata Hati. Proses pembelajaran TK ini menggunakan beberapa model seperti *Home Activity Tutorial* (HAT) yaitu layanan yang dilakukan di sekolah dan layanan *School At Home* (SAH) yaitu layanana yang dilakukan di rumah siswa. Model pembelajaran yang di gunakan TK IT Permata Hati yaitu model pembelajaran metode “High Scope”,

¹⁴⁴ Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan: Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*, 15.

artinya pembelajaran ini melibatkan anak sebagai pembelajar aktif yang memberikan kesempatan pada anak untuk memilih sendiri aktifitas bermainnya. Sedangkan metode pembelajaran yang digunakan TK Permata Hati yaitu dengan metode bercerita, metode bercakap-cakap, metode tanya jawab, metode karya wisata dan lain sebagainya.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa Proses merupakan merupakan mekanisme dalam kegiatan penyampaian jasa dari produsen ke konsumen. Proses dalam lembaga pendidikan meliputi semua kegiatan yang dilakukan dalam menyelenggarakan kegiatan pendidikan untuk mendapatkan output/ lulusan yang diinginkan.¹⁴⁵

Dari hasil analisa, proses yang di lakukan TK IT Permata hati sudah sesuai dengan teori diatas, karena kegiatan yang mendukung terlaksanakannya proses pembelajaran, dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas sesuai dengan keinginan masyarakat.

¹⁴⁵ Prihatin and Ahmad, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Mtsn 5 Sleman Yogyakarta," 189.

2. Peningkatan Animo Masyarakat pada peserta didik

Dalam meningkatkan animo masyarakat di TK IT Permata Hati, menggunakan unsur-unsur animo seperti perasaan senang, perhatian dan motivasi.

a. Perasaan senang

Perasaan senang dalam hal ini dapat di buktikan dengan jumlah peserta didik yang meningkat di masa pandemi dan kepuasan orang tua terhadap TK IT Permata Hati. Dengan adanya kenaikan peserta didik berarti masyarakat senang dengan layanan yang diberikan TK ini. Dari hasil angket tentang persepsi masyarakat tentang TK IT Permata Hati menunjukkan bahwa TK IT Permata Hati dipandang sangat baik oleh masyarakat dan mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa perasaan senang merupakan faktor psikis yang dapat berpengaruh terhadap semangat seseorang. Perasaan senang juga dapat dikatakan sebagai bentuk dari kepuasan seseorang terhadap sesuatu. Tingkat kepuasan orang tua juga menjadi tolak ukur apakah sekolah tersebut bagus atau malah sebaliknya.¹⁴⁶

¹⁴⁶ Suprpto, “Minat Masuk Perguruan Tinggi Bagi Siswa Kelas 3 Program Keahlian Teknik Instalasi Listrik Pada Smk Di Purworejo.”

Dari hasil analisa, perasaan senang orang tua terhadap TK IT Permata Hati sesuai dengan teori, karena pihak sekolah dapat meyakinkan dan memberikan layanan yang terbaik kepada siswa dan orang tua sehingga orang tua merasa puas.

b. Perhatian

Perhatian orang tua terhadap TK IT Permata Hati salah satunya orang tua mendukung kegiatan-kegiatan yang dilakukan sekolah. Orang tua juga memberikan saran atau masukan untuk sekolah yang sekiranya dapat membangun sekolah lebih baik lagi. Orang tua juga ikut andil dalam mengambil keputusan yang akan dilakukan oleh sekolah.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa perhatian merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang yang tertuju pada obyek tertentu. Perhatian bersifat lebih sementara sedangkan minat bersifat menetap.¹⁴⁷

Dari hasil analisa, perhatian yang di berikan orang tua terhadap sekolah sudah sesuai karena orang tua ikut andil dalam mengembangkan mutu pendidikan.

¹⁴⁷ Ibid.

c. Motif

Motif atau motivasi orang tua dalam menyekolahkan anaknya di TK IT Permata hati sangat bermacam-macam seperti karena lokasi sekolahan dekat dengan rumah, Akreditasi A, biaya terjangkau, tenaga pendidik dan kependidikannya profesional dan kompeten.

Menurut tinjauan teori dijelaskan bahwa motivasi merupakan keadaan seseorang untuk mendorong melakukan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.¹⁴⁸

Dari hasil analisa motivasi orang tua menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati sudah sesuai teori karena orang tua memiliki ketertarikan dengan TK ini sehingga motivasi untuk menyekolahkan anaknya juga tinggi.

C. Keterbatasan penulis

Pada penelitian yang telah dilakukan, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk membuat hasil yang sempurna. Namun, masih terdapat beberapa kelemahan dan kekurangan di dalamnya. Keterbatasan yang ada antara lain:

1. Pengaturan jadwal wawancara yang kurang efektif dikarenakan informan memiliki beberapa kesibukan

¹⁴⁸ Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*, 85.

2. Penelitian yang dilakukan terbatas oleh waktu. Walaupun waktu penelitian cukup singkat akan tetapi dapat memenuhi syarat-syarat dalam penelitian.
3. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam pengetahuan untuk membuat karya tulis ilmiah.

Meskipun penelitian ini ditemukan banyak keterbatasan dan kekurangan, hal ini bukan berarti hasil penelitiannya tidak valid.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukannya penelitian dan melakukan analisis data penelitian tentang strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan animo masyarakat di TK IT Permata Hati Semarang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pendidikan di TK IT Permata Hati yaitu menggunakan bauran pemasaran (marketing mix). Pertama *product* (produk), TK IT Permata Hati mempunyai kurikulum yang sesuai dengan aturan pemerintah, memiliki kegiatan unggulan yang dapat menunjang bakat & minat siswa serta memiliki kompetensi lulusan yang berkualitas. Kedua *price* (harga), TK IT Permata Hati menawarkan biaya yang terjangkau bagi masyarakat. Ketiga *place* (lokasi), TK IT Permata Hati berada di lokasi yang cukup strategis dan kondusif sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat dan lokasinya juga jauh dari pabrik yang dapat membuat kebisingan, sehingga anak dapat belajar dengan tenang dan nyaman. Keempat *promotion* (promosi), TK IT Permata Hati melakukan promosi dengan media sosial, media cetak serta omongan dari mulut ke mulut. Kelima *people* (orang), TK IT Permata Hati memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang kompeten dan profesional sesuai bidangnya masing-masing. Keenam *physical*

evidence (bukti fisik), TK IT Permata Hati memiliki fasilitas atau sarana dan prasarana yang dapat menunjang proses pembelajaran. Ketujuh *process* (proses), TK IT Permata Hati menerapkan proses pembelajaran, metode pembelajaran, dan model pembelajaran sesuai dengan kurikulum yang berlaku.

2. Animo masyarakat terhadap TK IT Permata Hati dapat dilihat dari perasaan senang, perhatian dan motif. *Pertama*, Perasaan senang masyarakat atau orang tua terhadap TK IT Permata Hati dapat berupa kepuasan orang tua terhadap layanan yang diberikan. Apabila orang tua puas maka peserta didik di TK ini dapat meningkat. *Kedua*, perhatian yang di berikan orang tua terhadap TK IT Permata Hati dapat dilihat dari ketelibatan orang tua dalam kegiatan-kegiatan sekolah. *Ketiga*, motif atau motivasi orang tua saat menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati karena letak yang strategis, biaya yang terjangkau, akreditasi A, fasilitas memadai, dan lain sebagainya.

B. Saran

Sebagai subjek yang telah melakukan penelitian, penulis ingin memberikan saran untuk pihak sekolah antara lain.

1. Dalam memasarkan TK IT Permata Hati hendaknya sekolah membuat perencanaan yang sistematis dan matang serta melakukan evaluasi saat melakukan kegiatan

pemasaran. Sebagai alat untuk memasarkan, seharusnya media sosial harus lebih diaktifkan lagi dalam memberikan informasi, sehingga masyarakat lebih mengenal TK IT Permata Hati.

2. Dalam meningkatkan animo masyarakat hendaknya pihak sekolah selalu bekerjasama dengan berbagai elemen masyarakat dan begitupun sebaliknya. Tenaga pendidik dan kependidikan harus berperan aktif dalam meningkatkan animo dengan memberikan pelayanan yang maksimal yang berorientasi pada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, and Beni Ahmad Saebani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2009.
- Alam, Buchari. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- . *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Elytasari, Suvidian. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Kepercayaan (Trust) Stakeholders Di Tk Amal Insani Depok Yogyakarta.” *Warna* 1, no. 1 (2017).
- Eva Zatul Azizah. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Peningkatan Animo Peserta Didik (Studi Kasus Di Smp Muhammadiyah 1 Depok Yogyakarta)” (April 4, 2016).
- Fradito, Aditia, Suti’ah Suti’ah, and Mulyadi Mulyadi. “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah.” *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (June 23, 2020): 12–22. Accessed October 13, 2021. <http://103.88.229.8/index.php/idaroh/article/view/6203>.
- Hidayat, Ara, and Imam Machali. *Pengelolaan Pendidikan*. Yogyakarta: Kaukaba, 2012.

- Iban Sofjan. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- J, W. S. Winkel S. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Gramedia, 1989.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. “Statistik Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) 2020/2021” (2021).
- Khasanah, Afidatun. “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden.” *el-Tarbawi* 8, no. 2 (2015).
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall, 2012.
- Laeli Mubaridah. *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Pada Lembaga PAUD Di Kecamatan Bodeh Kabupaten Pematang)*. Skripsi, 2016.
- Maskub Abrori. “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Pg/Tk Samarinda” 3, no. 2 (2015).
- Molong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda karya, 2004.
- Muhaimin. *Manajemen Pendidikan: Aplikasi Dalam Penyusunan Rencana Pembangunan Sekolah Madrasah*. Jakarta: Kencana Preneda Media Grup, 2012.
- Muhibbin Syah. *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosda karya, 2005.
- Nugroho J Setiadi. *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi*

- Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Cempaka, 2005.
- Prihatin, Rani Putri, and Iqbal Faza Ahmad. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Mtsn 5 Sleman Yogyakarta." *Journal Evaluasi* 4, no. 2 (2020).
- R. K. Wichmann, Julian, Abhinav Uppal, Amalesh Sharma, and Marnik G. Dekimpe. "A Global Perspective on the Marketing Mix across Time and Space." *International Journal of Research in Marketing* (2021). <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>.
- Rahmi, Elvi, Moh. Zaini, Moh. Muslim, and Imam Junaris. "Marketing Strategies Education Oriented Market, Customers And Advantages Competitive." *Jurnal of Education and Teaching Learning (JETL)* 3, no. 3 (2021): 29–40.
- Rambat Lupoyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Rizal, Achmad. *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Ke-1. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sardiman, A.M. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Suprpto, Amin. “Minat Masuk Perguruan Tinggi Bagi Siswa Kelas 3 Program Keahlian Teknik Instalasi Listrik Pada Smk Di Purworejo.” *Skripsi Teknik Elektro Universitas Negeri Semarang (Unnes)* (2007). <https://core.ac.uk/download/pdf/33517288.pdf>.
- Syaiful Sagala. *Manajemen Strategi Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- . *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- . *Strategi Pemasaran (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan: Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?* Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Yayasan Islam Permata hati. *Kurikulum TK IT Permata Hati Ngaliyan Semarang*. Semarang, 2020.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, *Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 1, Ayat (1)*, n.d.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

DRAFT PENCARIAN DATA

No	Fokus	Indikator	Data	Teknik Pengambilan Data			Sumber Data
				W	O	D	
1	Bagaimana strategi pemasaran pendidikan di TK Permata Hati	a. <i>Product</i> (Produk)	a. Kurikulum yang digunakan b. Jenis-jenis Kegiatan unggulan c. Lulusan yang dihasilkan	√		√	a. Kepala sekolah b. Guru c. Humas d. Orang tua siswa
		b. <i>Price</i> (Harga)	a. Jenis-jenis pembayaran b. Pengadaan diskon c. Kualitas harga	√		√	a. Kepala sekolah b. Humas c. Orang tua siswa
		c. <i>Place</i> (tempat)	a. Akses lokasi b. Kenyamanan Lingkungan tempat belajar	√	√	√	a. Kepala sekolah b. Humas c. Orang tua siswa
		d. <i>Promotion</i> (Promosi)	a. Cara promosi b. Jenis-jenis media sosial c. Jenis-jenis media cetak d. Cara komunikasi	√	√	√	a. Kepala sekolah b. Guru c. Humas
		e. <i>People</i> (orang)	a. Kompetensi tenaga pendidik dan kependidikan b. Profesionalitas tenaga pendidik dan kependidikan	√	√	√	a. Kepala sekolah b. Guru c. Orang tua siswa

		f. <i>Physical evidence</i> (Bukti Fisik)	a. Jenis-jenis Sarana dan Prasarana b. Kelayakan sarana dan prasarana c. Kelengkapan sarana dan prasarana d. Keindahan sarana dan prasarana e. Keamanan sarana dan prasarana	√ √ √ √ √	√ √ √ √	√ √ √	a. Kepala sekolah b. Guru c. Humas
		g. <i>Procces</i> (Proses)	a. Pelaksanaan Pembelajaran b. Keaktifan peserta didik c. Model pembelajaran guru d. Metode pembelajaran	√ √ √ √	√ √ √	√ √	a. Kepala sekolah b. Guru
2.	Bagaimana peningkatan animo masyarakat pada peserta didik di TK Permata Hati	a. Perasaan senang	a. Data peserta didik dari tahun ke tahun b. Kepuasan orang tua terhadap sekolah	√ √		√ √	a. Kepala sekolah b. Humas c. Orang tua siswa
		b. Perhatian	a. Perhatian orang tua terhadap sekolah	√			a. Kepala sekolah b. Orang tua siswa
		c. Motif	a. Motivasi orang tua menyekolahkan anaknya	√			a. Kepala sekolah b. Orang tua siswa

Lampiran 2

Transkrip Wawancara Dengan Kepala Sekolah TK IT Permata Hati

Kepala sekolah : Siti Fauziah, S. Pd. I

1. Bagaimana kurikulum yang digunakan di TK IT Permata Hati?

TK IT Permata Hati menggunakan kurikulum Covid sesuai dengan aturan pemerintah yang di sesuaikan dengan sekolahnya masing-masing. Kurikulum ini disusun dengan menjunjung tinggi nilai-nilai islam sebagai dasar untuk menembangkan karakter peserta didik.

2. Apa saja jenis-jenis kegiatan unggulan yang ada di TK IT Permata Hati?

- a. Kegiatan unggulan di TK IT Permata Hati antara lain pengenalan alam sekitar, pengenalan seni/budaya daerah, kegiatan parenting, komite sekolah, kerja sama dengan puskesmas, kegiatan pentas seni, pembuatan album religi & program TV dan pengembangan bakat dan minat siswa seperti drumband, komputer, cooking class, renang, outdoor activity, sempoa jari, angkung, seni tari, mewarnai, menggambar, bernyanyi dan rebana.
- b. Prestasi yang diraih peserta didik antara lain juara I lomba mewarnai TK Se-Kota Semarang, juara I Puzzel Geometri PAUD Semarang, juara II menari Se-Kota Semarang, juara II Marching Band Se-Kecamatan Ngaliyan, juara I

lomba eksplorasi garis TK Se-Kecamatan Ngaliyan, dan lain sebagainya

3. Bagaimana lulusan yang dihasilkan dari TK IT Permata Hati?

Saat anak lulus, kemampuan anak sudah berkembang seperti memenuhi aspek keagamaan dan moral, fisik-motorik, kognitif, bahasa, sosial-emosional, serta seni. Hal tersebut sesuai dengan keinginan dan harapan orang tua. Saat anak melanjutkan di SD/MI, mereka sudah menguasai baca tulis dan menghitung sehingga anak mendapatkan juara kelas dan sering ikut lomba-lomba.

4. Apa saja jenis-jenis pembayaran di TK IT Permata Hati?

Biaya pendaftaran, Biaya SPP, Biaya kegiatan , Biaya paket, Biaya operasional/ uang gedung

5. Apakah harga yang di tetapkan TK IT Permata Hati sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Biaya yang dikeluarkan orang tua sudah sesuai dengan apa yang siswa itu dapatkan saat sekolah.

6. Apakah di TK IT Permata Hati ada diskon untuk peserta didik?

- a. Ada diskon atau potongan harga untuk orang tua siswa yang membayar tepat waktu sebelum tanggal 10 setiap bulannya
- b. Diskon pendaftaran untuk siswa yang kakak dan adik sekolah di TK IT Permata hati

7. Bagaimana akses lokasi TK IT Permata Hati?

Lokasi TK IT Permata Hati sangat strategis yaitu berada di jalan utama perumahan Permata Puri. TK ini juga dapat diakses dari arah BSB atau Mijen, Bringin serta daerah Ngaliyan dan sekitarnya

8. Apakah lingkungan sekolah nyaman untuk belajar?

Sangat nyaman karena berada jauh dari kawasan industri ataupun pabrik-pabrik sehingga jauh dari polusi dan kebisingan.

9. Bagaimana cara mempromosikan TK IT Permata Hati?

Promosi atau pemasaran yang dilakukan di TK Ini menggunakan media sosial, media cetak dan dari mulut kemulut. Untuk masa pandemi, pemasaran yang efektif yaitu dengan media sosial. Humas, guru orang tua siswa, serta semua orang yang terlibat, mereka menyebarkan pamflet pendaftaran, video ataupun foto-foto tentang TK ini guna menarik masyarakat.

10. Apa saja jenis-jenis media sosial yang digunakan TK IT Permata Hati?

Media sosial yang digunakan untuk memasarkan TK IT Permata Hati yaitu Facabook (Pgtkit Permata Hati), Instagram (@pgtkitpermaatahati), Youtube, dan Whatsapps. Media sosial sangat berpengaruh dan dirasa efektif sebagai media untuk memasarkan TK ini.

11. Apa saja jenis-jenis media cetak yang di gunakan TK IT Permata Hati?

Media cetak yang digunakan untuk memasarkan TK It Permata Hati yaitu Leaflet, brosur, baliho, tetapi pda saat pandemi hanya dengan leaflet

12. Bagaimana cara komunikasi pihak sekolah dengan masyarakat?

Komunikasi ini dilakukan oleh dua arah, orang tua dilibatkan dalam menyusun kurikulum, ikut kegiatan-kegiatan yang diadakan sekolah. Sedangkan orang tua dapat menyampaikan keinginan terhadap perkembangan anaknya.

13. Apakah tenaga pendidik dan kependidikan sudah kompten?

Tenaga pendidik dan kependidikan di Tk IT Permata Hati sudah kompeten. Guru yang mengajar di TK ini juga sudah linier sesuai jurusannya dan sudah sertifikasi. Kompetensi yang dimiliki guru yaitu berupa kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional dan kompetensi sosial.

14. Apakah tenaga pendidik memiliki kompetensi pedagogik?

Guru di TK ini dapat mengembangkan kurikulum, guru bisa menyusun silabus, RPP sesuai dengan kebutuhan. Guru juga mampu menganalisis potensi anak sehingga guru dapat menerapkan metode pembelajaran yang tepat. Selain itu, guru

juga dapat melakukan kegiatan pembelajaran sesuai dengan karakter yang dimiliki anak sehingga kegiatannya juga harus menyesuaikan.

15. Apakah tenaga pendidik dan kependidikan memiliki kompetensi kepribadian?

Tenaga pendidik dan kependidikan di TK IT Permata Hati memiliki kepribadian yang baik, ramah, sabar, disiplin, santun, berakhlak mulia

16. Apakah tenaga pendidik memiliki kompetensi profesional?

Guru di TK ini dapat memberikan pemahaman terhadap anak tentang pelajaran yang diajarkan, dapat mengembangkan materi pembelajaran, dan dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran.

17. Apakah tenaga pendidik memiliki kompetensi sosial?

Guru mampu berinteraksi dan berkomunikasi dengan siswa maupun orang tua. Siswa diajak komunikasi tidak hanya saat pembelajaran saja, akan tetapi diluar jam pelajaran juga, agar guru dapat mengetahui karakter siswa lebih mendalam. Tidak hanya itu, guru juga dapat beradaptasi diberbagai lingkungan sehingga mereka dapat menjalankan tugasnya dengan baik

18. Apakah tenaga pendidik dan kependidikan sudah profesional?

Guru dan karyawan di TK IT Permata Hati profesional, baik dalam disiplin waktu maupun dalam hal lainnya.

Profesionalitas guru juga dilihat dari kualifikasi akademik dan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidangnya

19. Apa saja jenis-jenis sarana dan prasarana yang ada di TK IT Permata Hati?

Sarana dan prasarana yang ada di TK IT Permata Hati antara lain ruang kelas, ruang kepala TK, ruang kerja guru, ruang TU, ruang UKS, perpustakaan, KM/WC guru dan siswa, dapur, gudang, ruang serba guna, tempat bermain, alat untuk bermain, taman lalu lintas, mobil, motor, laptop, wifi, garasi.

20. Apakah sarana dan prasarana yang ada layak digunakan?

Sarpras yang ada masih layak untuk digunakan dan di fungsikan sesuai dengan kebutuhannya.

21. Apakah sarana dan prasarana di TK IT Permata Hati sudah lengkap?

Sarana dan prasarana di TK IT Permata Hati sudah lengkap sesuai dengan dengan standar sarpras TK. TK IT Permata Hati memiliki luas tanah 500 m², luas bangunan 900 m², ruang kelas berukuran 6,5 x 5,5 m, memiliki fasilitas bermain di dalam dan di luar ruangan, dan lain sebagainya.

22. Apakah sarana dan prasarana di TK IT Permata Hati aman untuk di gunakan?

Sarana dan prasarana ini masih layak dan aman untuk di gunakan, karena selalu di lakukan perawatan. Walaupun pembelajaran masih daring, akan tetapi perawatan untuk

semua sarana dan prasarana masih tetap di lakukan, sehingga apabila ada anak yang datang kesekolah dan ingin menggunakan sarana dan prasarana yang ada, mereka merasa nyaman dan aman.

23. Bagaimana pelaksanaan pembelajaran di TK IT Permata Hati?

Pembelajaran dilakukan dengan menggunakan model pembelajaran daring dan tatap muka terbatas. Akan tetapi apabila terdapat kendala baik dari orang tua maupun siswa, maka seklahan memberikan layanan Home Activity Tutorial (HAT), School At Home (SAH) dan Stimulasi dan Intervensi (SI).

24. Apakah peserta didik aktif di kelas?

anak-anak memiliki keaktifan yang berbeda-beda. Ada anak yang aktif saat pembelajaran daring ada juga anak yang aktif saat pembelajaran tataap muka. Ada yang aktif saat pembelajaran agama ada juga anak yang aktif di pelajaran yang lainnya. Sehingga guru harus dapat melakukan pembelajaran sekreatif mungkin agar anak dapat mengikuti dengan baik dan tidak membosankan

25. Bagaimana model pembelajaran di TK IT Permata hati?

Model pembelajaran yang di gunakan TK IT Permata Hati yaitu model pembelajaran metode “High Scope”, artinya pembelajaran ini melibatkan anak sebagai pembelajar aktif yang memberikan kesempatan pada anak untuk memilih

sendiri aktifitas bermainnya. Anak merupakan pembelajar alami dan setiap anak itu memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Sehingga anak dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki

26. Bagaimana metode pembelajaran di TK IT Permata Hati?

Metode pembelajaran yang digunakan TK IT permata Hati yaitu dengan metode bercerita, metode bercakap-cakap, metode tanya jawab, metode karya wisata.

27. Apakah peserta didik dari tahun ke tahun naik?

Jumlah peserta didik dari tahun ke selalu naik. Akan tetapi pada saat pandemi Covid-19 jumlah peserta didik mengalami penurunan. Hal ini tidak dapat dihindari karena banyak sekali masyarakat yang lebih memilih tidak menyekolahkan anaknya dengan alasan ekonomi keluarga yang menurun.

28. Bagaimana perhatian orang tua terhadap TK IT Permata Hati?

Perhatian orang tua terhadap sekolah salah satunya orang tua mendukung kegiatan-kegiatan yang dilakukan sekolah. Orang tua juga memberikan saran atau masukan untuk sekolah yang sekiranya dapat membangun sekolah lebih baik lagi.

29. Apa saja motivasi orang tua untuk menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati?

TK Islam Terpadu Permata hati memiliki nilai jual yang dapat menarik dan memotivasi masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati

Lampiran 3

Transkrip Wawancara Dengan Guru TK IT Permata Hati

Guru : Nanky Wardani, S. Pd

1. Bagaimana kurikulum yang digunakan di TK IT Permata Hati?

Kurikulum yang digunakan TK IT Permata hati yaitu kurikulum yang sesuai dengan aturan pemerintah yang di sesuaikan dengan sekolahnya masing-masing. Pembelajaran dilakukan secara daring (dalam jaringan) dan tatap muka terbatas. Semua kegiatan yang berhubungan dengan orang banyak dilakukan secara daring atau virtual.

2. Apa saja jenis-jenis kegiatan unggulan yang ada di TK IT Permata Hati?

Kegiatan unggulan di TK ini sangatlah banyak dan siswa dapat mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut sesuai bakat dan minatnnya.

3. Bagaimana cara mempromosikan TK IT Permata Hati?

Promosi atau pemasaran yang di lakukan di TK Ini yaitu secara online maupun offline

4. Apa saja jenis-jenis media sosial yang digunakan TK IT Permata Hati?

Media sosial yang digunakan paling utama untuk mempromosikan sekoah yaitu whatsApp. TK ini juga memiliki Instagram, Youtube, dan facebook.

5. Apa saja jenis-jenis media cetak yang di gunakan TK IT Permata Hati?

Media cetak yang digunakan yaitu Leaflet, brosur, baliho.

6. Apakah tenaga pendidik dan kependidikan sudah kompeten?

Sudah kompeten karena guru dapat menyampaikan materi dengan baik dan siswa dapat menerima dengan baik

7. Apakah tenaga pendidik memiliki kompetensi pedagogik?

Iya guru tidak hanya dapat menyampaikan materi tetapi juga melakukan pendampingan terhadap anak

8. Apakah tenaga pendidik dan kependidikan memiliki kompetensi kepribadian?

Tenaga pendidik dan kependidikan di TK ini merupakan orang yang rendah hati, supel, jujur dan bertindak sesuai norma sosial

9. Apakah tenaga pendidik memiliki kompetensi profesional?

Guru di TK IT Permata Hati dapat menguasai materi pembelajaran, menguasai standar kompetensi (SK) pembelajaran, menguasai kompetensi dasar (KD) pembelajaran dan dapat mengelola kelas dengan baik

10. Apakah tenaga pendidik memiliki kompetensi sosial?

aspek sosial guru sudah baik, dapat berkomunikasi secara efektif baik dengan lisan maupun tertulis, bersikap obyektif dan tidak membeda-bedakan anak ataupun latar belakang keluarga

11. Apakah sarana dan prasarana TK IT Permata Hati memenuhi kriteria keindahan sarpras?

Ruang kelas di TK ini di hias dengan berbagai macam-macam warna, huruf, angka baik dalam bentuk tulisan maupun gambar, sesuai dengan apa yang mereka pelajari sehingga anak dapat belajar dari apa yang mereka lihat.

12. Bagaimana pelaksanaan pembelajaran di TK IT Permata Hati?

pada saat proses pembelajaran TK ini juga menggunakan beberapa model seperti *Home Activity Tutorial* (HAT) yaitu layanan yang dilakukan di sekolah dan layanan *School At Home* (SAH) yaitu layanan yang dilakukan di rumah siswa

13. Apakah peserta didik aktif di kelas?

Anak-anak aktif untuk bertanya maupun menyampaikan pendapatnya. Apabila ada kegiatan-kegiatan anak juga aktif berpartisipasi untuk mengikuti dan mensukseskan kegiatan tersebut

14. Bagaimana metode pembelajaran yang di di TK IT Permata Hati?

Metode pembelajaran di TK IT Permata Hati berbeda-beda seperti metode sosiodrama, metode demonstrasi, metode eksperimen, metode proyek dan metode pemberian tugas. Metode ini digunakan untuk mempermudah dalam melaksanakan proses pembelajaran

Lampiran 4

Transkrip Wawancara Dengan Humas TK IT Permata Hati

Humas : Catur Fatmawati, S. Pd

1. Bagaimana lulusan yang dihasilkan dari TK IT Permata Hati?

Lulusan yang dihasilkan sudah sesuai standar, yaitu anak sudah mengenal huruf dan angka, bisa membaca, menulis, dan berhitung.

2. Apa saja jenis-jenis pembayaran di TK IT Permata Hati?

- a. Biaya pendaftaran sebesar 125.000 digunakan untuk pendaftaran awal masuk sekolah
- b. Biaya SPP/bulan sebesar 265.000 digunakan untuk pembelajaran siswa
- c. Biaya kegiatan/bulan sebesar 60.000 digunakan untuk menunjang kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan memperingati PHBN/PHBI, kegiatan yang menunjang bakat dan minat siswa
- d. Biaya paket ada dua, yang pertama biaya paket full dan biaya paket tunda. Biaya paket full sebesar 3.300.000 digunakan untuk menunjang pembelajaran siswa dapat berupa buku-buku, materi, tas, bahan pembelajaran, 5 baju seragam sekolah. Sedangkan biaya tunda sebesar 3.000.000 perbedaannya anak hanya mendapatkan 3 baju seragam sekolah.

e. Biaya operasional/ uang gedung sebesar 3.300.000 di angsur selama 6 bulan dan selama sekolah di TK IT Permata Hati hanya

3. Apakah harga yang di tetapkan TK IT Permata Hati sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Biaya yang dikeluarkan orang tua sudah sangat sesuai dengan apa yang anak dapatkan, sehingga orang tua tidak akan kecewa.

4. Bagaimana akses lokasi TK IT Permata Hati?

Lokasi TK IT Permata Hati sangat sangat mudah diakses dari berbagai daerah, karena berada di jalan utama Ngaliyan-BSB.

5. Apakah lingkungan sekolah nyaman untuk belajar?

Sangat nyaman untuk belajar siswa, walaupun berada di jalan utama TK ini tetap nyaman untuk belajar

6. Bagaimana cara mempromosikan TK IT Permata Hati?

Dengan cara langsung dan tidak langsung. Langsung yaitu mereka mendapatkan informasi secara langsung baik datang ke sekolah ataupun dari informasi orang ke orang. Cara tidak langsung yaitu dengan menggunakan media sosial dan media cetak.

7. Apa saja jenis-jenis sarana dan prasarana yang ada di TK IT Permata Hati?

Ruang kelas, ruang kepala TK, ruang kerja guru, ruang TU, ruang UKS, perpustakaan, KM/WC guru dan siswa, dapur, gudang, ruang serba guna, tempat bermain, alat untuk bermain, taman lalu lintas

8. Apakah sarana dan prasarana yang ada layak digunakan?

Sarpras yang ada di sekolahan masih layak digunakan sesuai dengan fungsinya

9. Apakah peserta didik dari tahun ke tahun naik?

Dari tahun ke tahun peserta didik selalu naik, akan tetapi pada saat pandemi mulai menurun. Banyaknya masyarakat yang lebih memilih tidak menyekolahkan anaknya karena pikiran masyarakat yang masih beranggapan bahwa pembelajaran daring tidak efektif karena anak tetap belajar dirumah dengan orang tua akan tetapi mereka harus membayar uang sekolah, dengan demikian orang tua merasa dirugikan sehingga lebih memilih untuk tidak menyekolahkan anaknya. Hal tersebut sangat berpengaruh ke jumlah peserta didik baru

Lampiran 5

Transkrip Wawancara Dengan Orang Tua Siswa TK IT Permata Hati

Orang Tua Siswa : Ibu Kinanti

1. Apa saja jenis-jenis kegiatan unggulan yang ada di TK IT Permata Hati?

Kegiatan di TK IT Permata Hati sangat banyak dan menarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya karena anak dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan bakat yang di miliki. Tidak hanya belajar ilmu pengetahuan saja, tetapi juga didukung oleh kegiatan yang bermanfaat untuk anak.

2. Bagaimana lulusan yang dihasilkan dari TK IT Permata Hati?

Anak yang lulusan Tk ini sangat sesuai dengan apa yang di harapkan orang tua. Anak bisa membaca, menulis, menghitung, anak juga bisa hafal doa kegiatan sehari-hari,doa solat dan hafalan surah pendek

3. Apakah harga yang di tetapkan TK IT Permata Hati sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan?

Banyak orang tua siswa termasuk saya (bu kinanti) yang puas terhadap layanan yang diberikan di TK IT Permata Hati. Uang yang dibayarkan orang tua sudah sesuai dengan apa yang didapat anak saat sekolah, sesuai dengan yang diharapkan orang tua.

4. Bagaimana akses lokasi TK IT Permata Hati?

Lokasi sekolah sangat strategis dan mudah dijangkau sehingga siswanya banyak dan anak-anak juga mempunyai teman yang banyak dari berbagai daerah.

5. Apakah lingkungan sekolah nyaman untuk belajar?

Lokasi di Perumahan yang identik dengan suasana yang sepi, sehingga untuk pembelajaran di sekolah ini juga dirasa nyaman. Karena jauh dari pabrik ataupun tempat lain yang dapat mengganggu proses pembelajaran.

6. Apakah tenaga pendidik memiliki kompetensi profesional?

Guru dapat mengembangkan materi pembelajaran dengan kreatif sehingga anak tidak bosan saat belajar, guru juga mampu menguasai materi pembelajaran baik struktur, konsep, dan pola pikir keilmuannya

7. Apakah tenaga pendidik dan kependidikan sudah profesional?

Guru di TK ini mempunyai akhlak dan budi pekerti yang baik sehingga dapat memberikan contoh ke anaknya. Selain itu, guru juga mampu berinteraksi dan berkomunikasi baik dengan orang tua siswa

8. Apakah orang tua merasa senang saat anaknya sekolah di TK IT Permata Hati?

Sebagai orang tua pasti merasa senang dan bahagia, karena apa yang di inginkan tercapai. Pada saat pandemi, anak tidak hanya

belajar di rumah, tetapi juga belajar di sekolahan sehingga dapat menambah pengalaman dan pengetahuan disekolah.

9. Bagaimana perhatian orang tua terhadap TK IT Permata Hati?

Perhatian orang tua terhadap sekolah yaitu orang tua ikut andil dalam mengambil keputusan yang akan dilakukan oleh sekolah. Orang tua ikut mempromosikan TK ini ke saudara ataupun kerabatnya agar anak-anak mereka dapat sekolah di TK ini

10. Apa saja motivasi orang tua untuk menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati?

- a. TK IT Permata Hati merupakan sekolah yang mengedepankan ilmu agama sehingga anak dapat belajar agama sejak dini.
- b. Banyak kegiatan yang sesuai dengan bakat siswa sehingga anak dapat mengembangkan bakatnya.
- c. Lokasi sekolahan yang dekat dengan rumah

Bapak Mahendra

1. Bagaimana perhatian orang tua terhadap TK IT Permata Hati?

Perhatian orang tua dapat berupa mengikuti kegiatan yang dilaksanakan oleh sekolah, seperti kegiatan parenting, ataupun kegiatan komite

Ibu IGA

1. Apa saja motivasi orang tua menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati?

Program kurikulumnya menggunakan Life Skill (kecakapan hidup, problem solving), pembelajarannya tentang agama banyak sehingga anak dapat belajar ilmu agama sejak kecil.

Bapak Ali Ma'ruf

1. Apa saja motivasi orang tua menyekolahkan anaknya di TK IT Permata Hati?

TK ini akreditasi A, biaya terjangkau, model pembelajarannya juga bagus karena pembelajarannya tidak hanya dirumah tetapi di sekolah juga, sehingga anak tidak bosan dan dapat mengenal lingkungan sekitar.

Lampiran 6

Dokumentasi



Wawancara dengan Kepala TK



Wawancara dengan Guru TK



Wawancara dengan Humas



Wawancara dengan Orang Tua Siswa



Wawancara dengan
Orang Tua Siswa



Orang Tua Siswa
Mengisi Angket



Cooking Class



Penerimaan Juara 1 Lomba Mewarnai



Leaflet Pendaftaran TK



Tempat bermain anak



School At Home (SAH)



Proses pembelajaran daring

PENDAFTARAN MURID BARU

TK A

2021-2021

BIAYA		KETERANGAN BIAYA
PENDAFTARAN	Rp 125.000	Gratis*
Paket	Rp 3.300.000 Atau memilih paket serda (seragam tunda) Rp 3.000.000	Fasilitas : 5 seragam (3 seragam untuk paket serda), tas, alat tulis material, ape/bahan ajar, buku dan materi
Operasional	Rp 3.300.000	(bisa) diangsur selama 6 bulan, dan selama sekolah di Permata Hati
SPP/ bulan*	Rp 265.000	Ada reward pembayaran sebelum tanggal 10 selama masa pandemic
Kegiatan/ bulan*	Rp 60.000	Untuk kegiatan selama pandemi, menari, menyanyi dan PHBN/PHBI akan ditinjau setelah masa pandemi berakhir.
System / Model KBM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tutorial / konseling dan intervensi ke sekolah 2. Video pembelajaran (FB privat) beberapa video / minggu 3. Daring menyanyi / menari setiap hari biasa diakses pagi dan sore (via zoom) 4. Sapa guru (via video call/ zoom kelompok) 5. Free Belajar 3 Bulan <ol style="list-style-type: none"> a. Lunas paket dan membayar oprasional 50% b. Datang ke Permata Hati untuk mengambil bahan materi 	

Jenis-jenis Biaya

ANGKET PERSEPSI ORANG TUA TERHADAP SEKOLAH

Nama: MANENDRA HEMOKI B (RAFFASYA)

1. Bagaimana model pembelajaran yang diterapkan di TK IT Permata Hati?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. cukup baik
 - d. Tidak baik
 - e. Sangat tidak baik
2. Bagaimana sarana dan prasarana yang disediakan TK IT Permata Hati?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. cukup baik
 - d. Tidak baik
 - e. Sangat tidak baik
3. Bagaimana biaya yang ditetapkan di TK IT Permata Hati?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. cukup baik
 - d. Tidak baik
 - e. Sangat tidak baik
4. Bagaimana pelayanan yang diberikan TK IT Permata Hati?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. cukup baik
 - d. Tidak baik
 - e. Sangat tidak baik
5. Bagaimana kompetensi/kemampuan anak setelah sekolah di TK IT Permata Hati?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. cukup baik
 - d. Tidak baik
 - e. Sangat tidak baik

Angket Persepsi Orang Tua terhadap Sekolah

Lampiran 7

Surat Penunjukan Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 024- 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Nomor : 3918/Un.10.3/J.3/DA.04.09/12/2021 Semarang, 17 Desember 2021
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.

Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

Di Semarang

Assalaamu 'alaikum wr. Wb.

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul Penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul Skripsi Mahasiswa :

Nama : Afifah Nurul Maulida

NIM : 1703036048

Judul : **Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di TK IT Permata Hati Semarang**

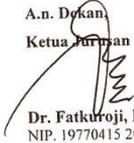
Dan menunjuk :

Pembimbing : **Dr. Fahrurrozi, M.Ag.**

Demikian penunjukan pembimbing Skripsi ini disampaikan, dan atas kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu 'alaikum wr. wb.

A.n. Dykan
Ketua Jurusan MPI


Dr. Fahrurrozi, M. Pd
NIP. 19770415 200701 1032

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Walisongo Semarang

Lampiran 8

Surat Permohonan Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7601295 Fax: 7615387 Semarang 50185
Website: <http://fitk.walisongo.ac.id>

Semarang, 05 November 2021

Nomor : 3404/Un.10.3/K/DA.04/11/2021
Lamp : -
Hal : **Permohonan Izin Riset**
An : Afifah Nurul Maulida
NIM : 170303648

Yth.
Kepala PAUD Islam Permata Hati
di tempat

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa:

Nama : Afifah Nurul Maulida
NIM : 1703036048
Alamat : Krangean, Rt 01/02 Kcc. Kertanegara Kab. Purbalingga
Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di TK IT Permata Hati"

Pembimbing : Dr. Fahrurrozi, M.Ag

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama kebutuhan waktu riset.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

A.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Mahfud Junaedi, M. Ag
NIP: 196903201998031004

Tembusan:
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

Lampiran 9

Surat Telah Melakukan Riset

**TAMAN KANAK-KANAK ISLAM TERPADU
PERMATA HATI**
JL. BUKIT DELIMA A1 NO.10 TELP. (024) 7628331
BUKIT PERMATA PURI NGALIYAN SEMARANG

SURAT KETERANGAN TELAH RISET
Nomor : 033/S. Ket/TKIT. PH/SMG/XI/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Siti Fauziah, S. Pd. I

NIP : -

Jabatan : Kepala TK

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Afifah Nurul Maulida

NIM : 1703036048

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan keguruan

Telah melakukan penelitian pada tanggal 5 - 11 November 2021 di TK Islam Terpadu Permata Hati, guna memenuhi tugas skripsi dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di TK IT Permata Hati Semarang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagai semestinya.

Semarang, 11 November 2021

Mengetahui,
Kepala PAUD TK Permata Hati


Siti Fauziah, M.Si.
UPTD Pendidikan Kec. Ngaliyan
Semarang - Jawa Tengah

Kepala TK


Siti Fauziah, S. Pd. I

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Afifah Nurul Maulida
2. Tempat & Tgl. Lahir : Purbalingga, 30 Juni 1999
3. Alamat Rumah : Krangean, Rt 01 Rw 02, Kec.
Kertanegara, Kab. Purbalingga,
Prov. Jawa Tengah
4. HP : 083863834025
5. E-mail : afifah.pbg57@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. MI Negeri 1 Purbalingga (Lulus Tahun 2011)
 - b. MTs Negeri 1 Purbalingga (Lulus Tahun 2014)
 - c. MAN Purbalingga (Lulus Tahun 2017)

C. Pengalaman Organisasi

1. HMJ MPI
2. SEMA-F FITK
3. PMII Rayon Abdurrahman Wahid
4. Kopma (Koperasi Mahasiswa) Walisongo
5. Orda KMB (Keluarga Mahasiswa Banyumas)

Semarang, 16 Desember 2021



Afifah Nurul Maulida