

ABSTRAK

Fahriati ; *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat di SMAN 2 Amuntai* di bawah bimbingan I : Dr. Hj. Sessi Rewetty Rivilla, M.M.Pd., dan bimbingan II : Dr. M. Sabirin, M.Si, pada Pascasarjana IAIN Antasari Banjarmasin, tahun 2016

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, Bauran Jasa.

Pemasaran jasa pendidikan merupakan aktivitas dan alat untuk mempromosikan sekolah secara konsisten dan efektif sebagai pilihan pendidikan terbaik bagi orang tua siswa yang merupakan aset bagi masyarakat. Latar belakang masalah dalam tesis ini adalah persaingan antara lembaga pendidikan penghasil jasa pendidikan di Amuntai mengakibatkan minimnya jumlah siswa yang masuk terutama di SMAN 2 Amuntai, karena harus bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya, Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana manajemen pemasaran jasa pendidikan pada SMAN 2 Amuntai dalam upaya meningkatkan minat masyarakat dilihat dari fungsi manajemen dan upaya sekolah dalam meningkatkan minat masyarakat untuk bersekolah di SMAN 2 Amuntai. Selanjutnya, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jauh dan mendalam bagaimana upaya SMAN 2 Amuntai dalam meningkatkan minat masyarakat di lihat dari fungsi manajemen dan bauran pemasaran.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini adalah para informan penelitian yang meliputi kepala sekolah, guru, staff Tu, masyarakat, serta dokumen-dokumen yang relevan dengan tujuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi manajemen POAC pemasaran jasa pendidikan di SMAN 2 Amuntai sudah dilaksanakan sesuai yang telah ditetapkan itu ditunjukkan dengan adanya a) *Planning* aktivitas dalam rapat yang diadakan di sekolah yang melibatkan kepala sekolah, dewan guru, staff, dan komite sekolah dalam hal menarik minat masyarakat untuk bersekolah di lembaga tersebut, b) *organizing* pembagian tugas dan tanggung jawab oleh kepala sekolah kepada tim personil yang ditunjuk dalam pemasaran jasa pendidikan, c) *actuating* melaksanakan tugas dan tanggungjawab masing-masing tim personil, dan d) *controlling* memantau dan mengkoordinasikan kinerja tim personil. Sedangkan upaya dalam meningkatkan minat masyarakat melalui unsur bauran pemasaran jasa

pendidikan, a) produk di sekolah menambahkan kelas khusus olahraga, dan banyak ekstrakurikuler yang bervariasi, b) harga/ biaya pendidikan untuk SPP, seragam, buku pendidikan gratis dan iuran siswa perbulan sebesar Rp. 15000,- , c) lokasi pendidikan di jalan Kebayuran Sungai Dikum Kab. Hulu Sungai Utara, Amuntai, Kalimantan Selatan, yang lokasinya bukan di kompleks pendidikan tingkat SMA lainnya, tapi agak jauh ke belakang di sekitar perumahan warga. d) Promosi pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan bervariasi, yaitu melalui mulut kemulut, event, brosur, phamplet, spanduk. e) Sumber daya yang ada terstruktur dengan baik di sekolah. f) Bukti fisik pendidikan tidak terlalu banyak renovasi sehingga keadaan gedung terlihat tua, tidak menarik dan biasa saja. g) Proses jasa pendidikan yang berlangsung di sekolah sudah sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

ABSTRACT

Fahriati; *Marketing Management Educational Services in Effort to Improve Public Interest in SMAN 2 Amuntai* under the guidance: Dr. Hj. Sessi Rewetty Rivilla, M.M.Pd, and guidance II: Dr. M. Sabirin, M.Si, the Graduate IAIN Antasari Banjarmasin, 2016

Keywords: Marketing Management Educational Services, Mix Services.

Marketing is the activity of educational services and tools to promote school consistently and effectively as the best educational options for parents of students who are an asset to the community. Background problem in this thesis is the competition between educational institutions producing educational services in Amuntai resulted in the minimal number of incoming students, especially in SMAN 2 Amuntai, because it must compete with other educational institutions, problems in this research is how the marketing management of educational services at SMAN 2 Amuntai in an effort to increase public interest seen from the school management functions and efforts to improve the public interest to study in SMAN 2 Amuntai. Furthermore, the purpose of this study is to investigate further and deeper how SMAN 2 Amuntai efforts in increasing public interest in view of the functions of management and marketing mix.

This research is a field research with qualitative descriptive approach. Data collection method used in this study is observation, interview, documentation. Sources of data in this study is the research informants that includes principals, teachers, staff Administration of society, as well as documents that are relevant to the research objectives.

The results showed that the management functions POAC marketing of educational services at SMAN 2 Amuntai been implemented as predetermined is demonstrated by the presence of a) Planning activity in the meeting held at the school involving the principal, the teachers, staff, and school committee in terms of attracting interest of the community to attend the institute, b) organizing the division of tasks and responsibilities by the principal to the personnel in the marketing of education services, c) actuating carrying out the duties and responsibilities of each personnel, and d) controlling monitor and coordinate the performance of the team personnel. While efforts to increase public interest through the elements of the marketing mix of educational services, a) the product in school add a special class sport, and many ekstrakuliler varied, b) price / education

expenses for tuition, uniforms, books free education and school tuitions per month Rp. 15000, -, c) education in the street location Kebayuran Dikum River District. Hulu Sungai Utara, Amuntai, South Kalimantan, which are located not at the high school level education more complex, but a bit far back around housing residents. d) Promotion of educational services marketing is carried out varies, ie by mouth to mouth, events, brochures, phamplet, banners. e) The existing resources at the school is well structured. f) Evidence of physical education is not too much renovation so that the state of the building looks old, unattractive and mediocre. g) The process of education services that take place in schools is in accordance with the prescribed rules.