

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1. Strategi Pemasaran Jasa	11
2.1.1 Definisi Jasa.....	11
2.1.2 Definisi Pemasaran Jasa Pendidikan	13
2.1.3 Analisis Konsumen	17
2.1.4 Analisis Kompetitor	20
2.1.5 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	22
2.1.6 Segmentasi, Targeting, Positioning.....	28
2.2. Pengertian Jasa Pendidikan.....	31
2.2.1 Karakteristik Jasa Pendidikan.....	32
2.2.2 Pengertian Sekolah Kejuruan.....	33
2.2.3 Pengertian minat	35
2.2.4 Minat siswa SMP untuk melanjutkan ke SMK.....	39
2.2.5 Hakikat Pendidikan Menengah Kejuruan.....	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian.....	43
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
3.3 Sumber Data Penelitian.....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5 Analisi Dokumen.....	46
3.6 Teknik Analisi Data.....	47

BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Narasumber.....	51
4.1.1 Narasumber Menurut Jenis Kelamin.....	51
4.1.2 Narasumber Menurut Usia.....	51
4.1.3 Narasumber Menurut Status Pendidikan.....	52
4.1.4 Narasumber Menurut Jabatan.....	53
4.2. Strategi Pemasaran.....	54
4.2.1 Analisis Pasar.....	54
4.2.2 Produk.....	56
4.2.3 Harga.....	57
4.2.4 Lokasi.....	57
4.2.5 Promosi.....	58
4.2.6 Orang.....	58
4.2.7 Sarana dan Prasarana.....	59
4.2.8 Proses.....	59
4.2.8 Analisis Pasar dan Konsumen.....	60

4.3. Tujuan Pemasaran Di SMK-PP Negeri Wawotobi..... 61

4.4. Pembahasan 61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 67

5.2 Implikasi Manajerial 69

DAFTAR PUSTAKA

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

UUD 1945 telah mengamanatkan bahwa salah satu tujuan negara Republik Indonesia adalah mencerdaskan kehidupan bangsa oleh karena itu, warga negara Indonesia tanpa memandang status sosial, ras, etnis, agama, dan jender berhak memperoleh pelayanan pendidikan yang bermutu. Berbagai peningkatan mutu pendidikan baik pada jalur formal maupun nonformal telah ditempuh pemerintah kita.

Hal ini dibuktikan dengan lahirnya berbagai program peningkatan mutu yang lain, namun adapun demikian program-program peningkatan mutu yang telah dijalankan tersebut ternyata masih banyak ketertinggalan yang harus dikejar untuk menyesuaikan dengan perkembangan IPTEK. Pendidikan merupakan kombinasi dari pertumbuhan dan perkembangan insani dengan warisan sosial. Menurut Kohnstamm dan Gunning (1995) dalam Suryabrata, 2004 : *“Pendidikan adalah pembentukan hati nurani.* Pendidikan adalah proses pembentukan diri dan penentuan-diri secara etis, sesuai dengan hati nurani.

Pendidikan secara umum adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. (Soekidjo Notoatmodjo. 2003:16)

Pendidikan adalah proses pengubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya

pengajaran dan pelatihan, proses, cara, perbuatan mendidik. (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2002:263) Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pasal 10 yang berbunyi "*Pendidikan adalah produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat non profit, sehingga hasil dari proses pendidikan kasat mata*". Ketika melihat lembaga pendidikan itu sendiri dari kaca mata sebuah corporate, maka lembaga pendidikan adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen dan apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan, dikarenakan mutunya tidak dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak laku. Artinya, lembaga pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan pengguna pendidikan sesuai dengan kebutuhan pasar, bahkan lembaga pendidikan tersebut tidak akan berlaku untuk terus bertahan.

Berbeda dengan produk fisik, suatu pelayanan jasa pendidikan tidak bisa disimpan, tetapi diproduksi dan dikonsumsi secara bersama. Dampaknya terjadi pada sistem pemasaran, terutama pada sisi permintaan. Jika permintaan stabil akan memudahkan penyedia jasa pendidikan untuk melakukan persiapan, baik dari sarana dan prasarana maupun peralatan teknologi pendidikan lainnya. Tetapi,

jika permintaan fluktuatif, lebih sulit bagi penyedia jasa pendidikan untuk melakukan strategi pemasaran. Jasa pendidikan tidak bisa dilihat dan dirasakan oleh konsumen sebelum konsumen membeli atau mendapatkan penyedia jasa pendidikan secara langsung.

Konsumen juga tidak dapat memprediksi apa hasil yang akan diperoleh dengan mengonsumsi jasa pendidikan tersebut, kecuali setelah membelinya. Tujuan utama proses ini adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan secara berkelanjutan, terus-menerus, dan terpadu. Upaya peningkatan mutu pendidikan yang dimaksudkan tidak sekaligus, tetapi dituju berdasarkan peningkatan mutu pada setiap komponen pendidikan. Penggunaan istilah pemasaran saat ini sudah sangat berkembang di semua sektor kegiatan kita. Jadi, dalam hal ini pemasaran pendidikan dapat diartikan sebagai bagaimana memuaskan konsumen atau pelanggan pendidikan dengan memakai dasar pemikiran yang logis, jika konsumen tidak puas berarti pemasaran tersebut gagal.

Dengan demikian, lembaga pendidikan adalah sebuah lembaga yang bergerak di bidang layanan jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa murid, siswa, mahasiswa dan masyarakat umum. Dimana pada makalah inilah dapat dijelaskan apa yang dimaksud dengan pemasaran lembaga pendidikan, langkah-langkah dalam pemasaran pendidikan dan lain sebagainya.

Berdasarkan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 pasal 31 ayat 15:

- 1) Menyatakan bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan.