

Inovasi Pendidikan dalam Mempertahankan Keputusan Orang Tua Memilih Jasa Pendidikan Sebelum dan Sesudah Belajar dari Rumah (BDR)

Dwi Haryanti

Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik, Indonesia
email: whiha90@gmail.com

Nurul Qomariah

Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik, Indonesia
email: nurulqomariah740@gmail.com

Nurul Alimah

Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik, Indonesia
email: alimahnurul61@gmail.com

Abstract

Keywords: Educational innovation; Parental Decisions; Educational Services; Conditions during the pandemic also had an impact on the decrease in the number of students attending PAUD institutions. This research is based on the belief that local cultural forms are legitimized by formal schools and formal schools can facilitate cultural reproduction. This research agrees that schools only promote and uphold values, norms, traditions and behavior that are acceptable to the local community. The methodology used in this research is a qualitative descriptive research methodology. Innovation in the marketing of education services is very important to attract public interest and attention in sending their children to these institutions. Innovation is also carried out so that the school can maintain its existence in society. The innovations carried out include the marketing of educational services. This must be done by all members involved in educational institutions consisting of teachers, employees, students, to parents or guardians so that it can run successfully. There are seven elements to focus on in carrying out these innovations, namely product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process.

Abstrak

Kata Kunci: Inovasi Pendidikan; Keputusan Orang tua; Jasa Pendidikan; Kondisi pada saat pandemi pun telah memberikan dampak terhadap menurunnya jumlah siswa yang bersekolah di Lembaga PAUD. Penelitian ini didasarkan pada keyakinan bahwa bentuk-bentuk budaya lokal dilegitimasi oleh sekolah formal dan sekolah formal dapat memfasilitasi reproduksi budaya. Penelitian ini sepakat pada bahwa sekolah hanya mempromosikan dan menjunjung tinggi nilai-nilai, norma, tradisi dan perilaku yang dapat diterima oleh masyarakat setempat. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini

adalah metodologi penelitian deskriptif kualitatif. Inovasi dalam pemasaran jasa pendidikan sangat penting untuk menarik minat dan perhatian masyarakat dalam menyekolahkan anak mereka di lembaga tersebut. Inovasi juga dilakukan agar sekolah tersebut dapat mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Inovasi yang dilakukan antara lain kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Ini harus dilakukan oleh semua anggota yang terlibat dalam lembaga pendidikan yang terdiri dari guru, karyawan, peserta didik, hingga orang tua atau wali agar dapat berjalan sukses. Terdapat tujuh elemen yang menjadi fokus dalam melakukan inovasi tersebut, yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (SDM), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses).

Received : 7 Februari 2024; Revised: 5 April 2024; Accepted: 1 Mei 2024

<http://doi.org/10.19105/kiddo.v5i1.12482>

Copyright© Dwi Haryanti, et al.
with the licenced under the CC-BY licence



This is an open access article under the [CC-BY](#)

1. Pendahuluan

Para ahli teori sosio-kultural percaya bahwa sekolah adalah lembaga reproduksi budaya (Tandiangga & Allolayu, 2022). Kemudian mereka melanjutkan pendapat ini dengan mengatakan bahwa transmisi budaya adalah proses fundamental Pendidikan (Diko, 2006). Melalui penelitian, Basnang menyebutkan bahwa pendidikan menjadi wadah dalam mewariskan bermacam-macam budaya dan nilai-nilai (Nur, 2022). Di samping itu, pendidik berperan sebagai transmitter budaya dalam performanya sebagai seorang pendidik (Astuti, 2016). Penelitian ini didasarkan pada keyakinan bahwa bentuk-bentuk budaya lokal dilegitimasi oleh sekolah formal dan sekolah formal dapat memfasilitasi reproduksi budaya (Wahab et al., 2022). Penelitian ini sepakat pada bahwa sekolah hanya mengedepankan dan memelihara norma-norma, nilai-nilai yang dijunjung, tradisi serta perilaku yang dapat diterima oleh masyarakat di suatu wilayah (Surya, 2011).

Tahun 2020 yang lalu dunia dikejutkan dengan virus mewabah, yakni coronavirus diseases-19 atau covid-19. Negara Indonesia salah satu terkena wabah tersebut, sehingga seluruh aktivitas yang ada dibatasi. Pemerintah menerapkan physical distancing hingga pembatasan sosial berskala besar (PSBB) (Tuwu, 2020). Selama kurang lebih satu tahun, di tahun 2020, seluruh peserta didik di rumahkan. Pemerintah mengeluarkan kebijakan dengan belajar dari rumah (BDR) untuk seluruh peserta didik, mulai dari jenjang paling dasar yakni jenjang Taman Kanak-kanak hingga jenjang Perguruan Tinggi (Muryani et al., 2022). Hal ini pastinya berdampak pada banyak hal, pihak sekolah harus mulai melakukan inovasi dari segi strategi pembelajaran, kurikulum yang telah disusun, hingga proses sosialisasi untuk mendapatkan peserta didik bagi yang swasta (Kurniawan & Hasanah, 2021); (Nuraini et al., 2020).

Keadaan demikian mengharuskan masyarakat untuk tetap berada di rumah, termasuk bekerja dari rumah (WFH/Work From Home), sehingga turut mengharuskan para siswa untuk belajar dari rumah (BDR). Pada kondisi ini, siswa yang awalnya telah didaftarkan pada Lembaga PAUD, banyak yang mengundurkan diri, dengan alasan jika anaknya belajar dari rumah, maka lebih baik anak tidak sekolah (Zuniar & Tandos, 2021). Dampak pandemi covid-19 yang demikian menuntut lembaga pendidikan untuk berinovasi dalam proses pembelajaran.

Tidak hanya di kota-kota besar, namun dampak dari pandemi juga dirasakan oleh berbagai lembaga PAUD yang ada di Kepulauan Bangka Belitung. Kondisi tersebut dirasakan oleh pihak sekolah dengan menurunnya jumlah siswa yang bersekolah di Lembaga PAUD. Observasi awal yang dilakukan di TK Pertiwi bahwa sebelum pandemi, jumlah siswa yang ada kurang lebih 400 siswa. Pada saat pandemi, berkurang sekitar 50% dari jumlah tersebut. Sama halnya dengan sekolah lain, yang jumlah siswanya berkurang, bahkan ada juga sekolah yang harus tutup dikarenakan tidak adanya siswa yang mendaftar di sekolah tersebut.

Bagaimana hal ini bisa terjadi?. Pendidikan sebagai salah satu bisnis dalam bidang jasa hendaknya menawarkan jenis produknya sebagai bentuk usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Khasanah, 2015). Dengan demikian, konsumen mempunyai banyak pilihan kekuatan tawar menawar, yang dapat mendorong setiap lembaga pendidikan untuk menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan yakni orang tua siswa sebagai konsumen utama. Lembaga pendidikan harus yakin bahwa: 1) kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan memberikan total customer value yang dapat memuaskan pelanggan melalui penyampaian produk yang berkualitas dan harga bersaing, 2) kepuasan pelanggan akan mengarahkan mereka untuk melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan kepada orang lain dengan testimoni yang positif (Munarsih et al., 2020).

Adanya keberpihakan pemerintah dengan kebijakan pembangunan dalam bidang pendidikan, maka saat ini mulai muncul banyak Lembaga pendidikan, dari jenjang pendidikan pra-sekolah hingga jenjang perguruan tinggi. Tidak hanya itu, Lembaga pendidikan yang didirikan pun beragam, mulai dari bidang umum maupun bidang keagamaan, dari mulai sekolah yang biasa-biasa hingga sekolah favorit. Dengan adanya pembangunan tersebut, maka dapat dipastikan akan terjadi persaingan yang ketat. Semua lembaga pendidikan berlomba-lomba menciptakan sekolah yang berkualitas, karena mereka menyadari bahwa pendidikan merupakan proses perubahan sikap dan perilaku seseorang ke arah yang lebih baik. Sekolah dapat mempromosikan perubahan yang positif dalam pengetahuan, keahlian dan keterampilan yang akan dicari oleh masyarakat untuk menyekolahkan anggota keluarganya (Susilawati & Harun, 2017).

Perkembangan teknik pemasaran produk dan jasa menjadi tren di dunia pemasaran saat ini, yang menjadi persaingan di antara banyak perusahaan produk dan jasa. Hal ini membuat persaingan antar

perusahaan semakin ketat, termasuk yang bergerak dibidang jasa pendidikan, dimana institusi pendidikan sebagai produsen jasa yang dipandang sebagai pencetak generasi untuk masa depan kelak. Hal ini terlihat dalam upaya dari institusi pendidikan untuk mengeksplorasi keunikan dan keunggulan sekolah masing-masing. Dalam beberapa tahun terakhir, beberapa institusi pendidikan mulai mengalami kesulitan dalam menarik minat calon peserta. Di saat yang sama, ada banyak sekolah yang mempunyai murid terlalu banyak sehingga menjadikan pembelajaran kurang optimal jika tidak diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik. Karena menjamurnya institusi pendidikan maka pemerintah kemudian menerapkan sistem zonasi dimana calon siswa direkomendasikan langsung di sekolah terdekat dengan domisilinya,, yang diharapkan dapat meratakan jumlah siswa di setiap sekolah-sekolah (Mundir, 2015).

Masalah promosi dan pemasaran tidak hanya dihadapi oleh dunia bisnis komersial, tetapi juga dihadapi oleh lembaga pendidikan, terkhusus lembaga pendidikan swasta. Tidak dapat dipungkiri bahwa operasional lembaga pendidikan swasta bergantung pada pendapatan dan pemasukan keuangan dari orangtua peserta didik dan pemasukan hasil swakelola lainnya. Oleh karena itu, keberlangsungan hidup sebuah lembaga tergantung pada apa dan bagaimana lembaga pendidikan tersebut menghasilkan pemasukan sebanyak mungkin. Cara pemasaran merupakan masalah utama dan mendasar dari semua jenis usaha, termasuk lembaga pendidikan (Jannah et al., 2021).

Dalam dunia pendidikan kualitas dapat menjadi kunci (Baro'ah, 2020). Jika suatu barang dalam bentuk produk dengan kualitas buruk maka akan terpinggirkan atau tidak terpilih. Dalam proses pemasaran jasa pendidikan di suatu lembaga pendidikan, kemampuan lembaga memberikan fasilitas yang baik sangat mempengaruhi keberhasilan. Faktanya, masyarakat mencari dan memilih sekolah yang berkualitas untuk anak-anak mereka. Mulai dari tingkat dasar, sebagai pondasi dalam pendidikan karakter, yakni pendidikan anak usia dini hingga tingkat perguruan tinggi (Wijaya, 2022).

Di Indonesia, lembaga PAUD dari tahun ke tahun semakin banyak. Data membuktikan bahwa pada data statistik oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan semakin tinggi jumlahnya. Pada tahun 2013, jumlah sekolah pendidikan anak usia dini mencapai 71.356, pada tahun 2014 berjumlah 74.982, pada tahun 2015 berjumlah 79.368, pada 2016 berjumlah 85.499, di tahun 2017 mencapai jumlah 88.381, kemudian di 2018 berjumlah 91.089, pada tahun 2019 berjumlah 201.067. Dari tahun 2011 hingga tahun 2019 selalu terjadi peningkatan yang signifikan terutama pada tahun 2018 ke tahun 2019 berjumlah 109.978.

Persaingan di sekolah tidak dapat dihindari karena semakin jumlah pendirian lembaga anak usia dini. Akibatnya, beberapa sekolah memiliki ciri khas khusus seperti sekolah yang dominan keagamaan, sekolah bernuansa alam, dan sekolah multi Bahasa. Oleh karena itu, Lembaga pendidikan anak usia dini juga perlu merencanakan strategi pemasaran yang merupakan solusi pertama untuk menghadapi persaingan jasa pendidikan anak usia dini (Pratiwi & Munastiwi, 2020).

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) merupakan pendidikan yang mempersiapkan siswa memasuki tingkat sekolah dasar turut merasakan dampak dari persaingan antar sekolah. Program besar, kurikulum, bahkan strategi pembelajaran yang telah disusun selama satu tahun ajaran menjadi batal dilakukan. Promosi yang akan dilakukan oleh Lembaga PAUD sebagai cara mencari siswa baru terkadang tidak maksimal, yang dinilai dari keluhan orang tua terus berdatangan (Supriadi, 2020). Agar lembaga PAUD dapat bersaing dengan lembaga lainnya, maka lembaga tersebut harus bisa meningkatkan dan menunjukkan prestasi dan prestise sekolah masing-masing, di antaranya melalui promosi.

Kekuatan lain yang mendorong minat konsumen adalah promosi (Mundir, 2015). Promosi yang dilakukan oleh pihak lembaga pendidikan sekolah dapat menjadi salah satu sumber informasi yang mempengaruhi siswa dan orang tua dalam memilih sekolah (Pratiwi & Munastiwi, 2020). Promosi sebagai sumber informasi menghadirkan pengetahuan baru mengenai detail sekolah yang disajikan melalui gambar dan deskripsi. Informasi ini diolah melalui pengalaman yang didapat baik dari diri sendiri maupun dari orang lain. Dengan demikian dapat menentukan penilaian terhadap sekolah. Jika promosi yang ditawarkan sekolah mampu menarik minat calon peserta didik baru, orang tua dapat mempertahankan keputusannya untuk memilih sekolah.

Promosi yang dilakukan oleh setiap lembaga, khususnya lembaga pendidikan yang bernaung pada Yayasan harus melakukan promosi agar sekolahnya diminati oleh masyarakat, terkhusus orang tua. Pada kasus ini, promosi tersebut menjadi salah satu nilai jual kepada masyarakat dalam memberikan pelayanan pendidikan. Oleh karena itu, mulai dari lembaga Pendidikan Anak Usia Dini, Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah bersaing menawarkan jasa pendidikan mereka. Sebagai lembaga Dasar dalam pembentukan karakter, Lembaga PAUD juga harus mampu berkompetisi dengan sekolah lain. Kompetisi jasa pendidikan tersebut kemudian menuntut pengelola harus mempunyai sebuah konsep dalam pemasaran, karena sangat berperan dalam keberlangsungan suatu lembaga.

Lembaga PAUD khususnya, harus mempunyai inovasi dalam rangka meminimalisir menurunnya jumlah siswa. Penelitian ini hendak menganalisis fenomena Taman Kanak- Kanak (TK) yang sekarang semakin banyak jumlahnya. Penelitian ini menganalisis inovasi pendidikan yang menjadi kekuatan tawar menawar dan promosi TK tersebut untuk tetap eksis dimasa pandemi covid 19 dan setelah diberlakukan pembelajaran tatap muka (PTM) kembali. Pada November 2021 sebagai tindakan pra-penelitian peneliti berkunjung pada TK Pertiwi yang beralamat di Jl. Jend Ahmad Yani No.10, Karya Makmur, Pemali, Kabupaten Bangka, Kepulauan Bangka Belitung 33215. Sebelum berkunjung, peneliti telah mendapatkan informasi bahwa TK Pertiwi memiliki banyak siswa. Banyak orang tua yang yakin pada sistem pendidikan di TK Pertiwi. Bahkan direkomendasi para guru SD, bahwa lulusan TK Pertiwi terpecaya siap melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar. Peneliti mendapatkan informasi bahwa TK Pertiwi

menerapkan Calistung -baca tulis hitung- di TK kepada anak. Fakta menunjukkan bahwa menurut Surat Edaran Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Nomor 1839/C.C2/TU/2009, kurikulum calistung tidak diperbolehkan anak usia TK. Anak TK hanya diajar dan dididik mengenai pendidikan karakter.

Ketika peneliti bertemu dengan kepala sekolah TK Pertiwi, peneliti mendapatkan informasi bahwa TK Pertiwi banyak mengalami penurunan jumlah siswa di masa pandemi. Sebelum pandemi yaitu 2019/2020 TK Pertiwi menyelenggarakan pendidikan dalam dua sesi. Satu jam 08.00.10.00 wib dan sesi kedua jam 10.30. 12.30 wib. Dengan jumlah siswa mencapai 200 orang siswa. Pertanyaan peneliti pertama kali bertemu kepala sekolah, adalah apa resepnya kepala sekolah mampu mempertahankan image quality atau produk terpercaya dan terekomendasi oleh orang tua dan guru-guru SD. Ibu Kepala TK menjelaskan bahwa mereka mendidik sesuai kebutuhan orang tua dan guru SD, tetapi beliau menekankan kami tidak memaksa anak. Karena dalam belajar mengenali bahwa anak terpaksa atau tidak itu sangat mudah. Jika anak datang ke sekolah dan kemudian anak berdiri di pagar sekolah tidak mau masuk, itu sudah indikator bahwa sekolah menakutkan bagi anak. Tetapi, jika anak semangat ke sekolah, ketika diantar orang tuanya dia langsung masuk sekolah dengan bersemangat, itu indikator sang anak siap belajar dan tanpa paksaan.

Selanjutnya, peneliti berkunjung ke Lembaga Taman Kanak-kanak lainnya yang ada di Pangkalpinang -TK Al Kindi-. TK Al-Kindi berbeda dari TK Pertiwi dengan mengadopsi sistem pendidikan TK ramah anak. Sistem yang diterapkan di TK Al-Kindi dengan mempromosikan inovasi sistem pendidikan yang mampu membuat orang tua memilih jasa al Kindi untuk mendidik putra-putri mereka. Berdasarkan observasi awal dengan kepala sekolah Al Kindi -beralamat di Jl. K.H. Abdul Hamid No. 239 Pangkalpinang- mengatakan bahwa pada masa sekolah daring karena Covid 19, jumlah siswa di TK al Kindi sedikit menurun. Tetapi pada November 2021 peminat kembali banyak, para orang tua telah antusias mendaftarkan anaknya untuk mendapatkan pendidikan di TK al Kindi .

Melalui brosur sekolah diketahui juga TK al-Kindi merupakan lembaga pendidikan yang berbasis Islam. TK al-Kindi menawarkan tiga jenis kelompok kelas yaitu kelompok lumba-lumba usia 5-6 tahun setara dengan TK B. kelompok bintang laut 4-5 tahun setara TK A. Terakhir, kelompok umang-umang setara dengan KB kelompok bermain. TK Al-Kindi menawarkan Sentra Tematik yang terdiri sentra ibadah, linguistik, musikal, audio, kognitif dan motorik halus, motorik kasar, sentra life skill. Sentra life skill dalam pelaksanaan proses pembelajaran lebih kepada memberikan informasi kepada anak dan membiasakan anak untuk melakukan aktivitas sehari-hari yang biasa dilakukan, seperti laundry skill dan kitchen skill. Kemudian yang menjadi kelebihan TK al Kindi adalah fasilitas yang dimiliki yaitu fasilitas Gymnastik, archery/panahan, futsal, basket, wall climbing, trampoline dan balance bike. Tawaran menarik dari TK al-Kindi adalah observasi perkembangan dari psikologh, observasi pertumbuhan dari

dokter, observasi Kesehatan gigi dan mulut, kemudian ruang full AC dan monitoring CCTV .

Pada pra-penelitian ini peneliti telah mengobservasi dua TK yang ada di kota Pangkalpinang, selanjutnya peneliti akan mengobservasi beberapa TK lagi yang ada di Provinsi kep. Bangka Belitung dan melihat secara umum bagaimana TK berusaha bertahan dengan inovasi pendidikan mereka mempertahankan keputusan orang tua untuk memilih TK mereka sebagai lembaga terpercaya dalam mendidik putra-putrinya.

Kedua TK ini -Pertiwi dan al Kindi- berhasil mempertahankan keputusan orang tua memilih jasa pendidikan mereka. Maka itu peneliti tertarik meneliti TK yang ada di Provinsi Kep. Bangka Belitung. Sebagaimana dikemukakan pada paragraf pertama latar belakang masalah bahwa sekolah hanya mempromosikan dan menjunjung tinggi nilai-nilai, norma, tradisi dan perilaku yang dapat diterima oleh masyarakat setempat. Pada akhirnya penelitian ini berargumen bahwa dengan berani mempertahankan kekhasan/keunikannya, TK ini telah bertahan di masa sekolah daring saat pandemi covid 19. Juga mempertahankan keputusan orang tua untuk memilih jasa pendidikan mereka.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang mencoba mendeskripsikan dan menginterpretasikan objek yang diteliti sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Studi etnografi komparatif ini dilakukan di TK di Propinsi Kep. Bangka Belitung. Dalam menetapkan sekolah digunakan prosedur purposive, yakni sekolah yang diteliti sesuai dengan tujuan dalam masalah penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada delapan PAUD/TK yang ada di Provinsi Kep. Bangka Belitung dan masing-masing PAUD/TK mewakili masing-masing kabupaten yang ada di Provinsi Kep. Bangka Belitung. PAUD/TK yang dipilih dianggap sebagai sekolah yang baik yang memiliki reputasi di mata masyarakat.

Lokasi penelitian yang dipilih mulai dari Kota Pangkalpinang berjumlah empat lokasi, yang terdiri dari TK Pertiwi, Al-Kindi Preschool, TK Al-Azhar Pangkalpinang, dan Mutiara Harapan Islamic School. TK Pertiwi beralamatkan di Jl. Sumedang Kejaksaan Kacang Pedang, Kelurahan Kejaksaan, Kecamatan Taman Sari, Kota Pangkalpinang Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Lokasi TK ini termasuk lokasi yang strategis karena berada di perkotaan dan dekat dengan penduduk. Walaupun berada di pinggir jalan, lalu Lalang kendaraan tidak begitu ramai, sehingga masih aman untuk peserta didik jika berada di pinggir jalan. Al-Kindi Preschool beralamatkan di Jl. Abdul Hamid No.239. Sementara Mutiara Harapan Islamic School (MHIS) merupakan salah satu sekolah Islam swasta yang berlokasi di Pangkalpinang, Bangka. MHIS Bangka merupakan cabang dari MHIS Bintaro, Cambridge International School, sekolah Islam Internasional pertama yang mendapat akreditasi A sebagai sekolah SPK (Satuan Pendidik Kerjasama) oleh BAN.S/M. Sumber data primer dalam penelitian ini

adalah kepala sekolah, guru dan orang tua yang menjadi informan. Informan dipilih karena memiliki keterkaitan dalam penelitian ini. Dari sejumlah sekolah, maka informan yang ada sebanyak 24 informan.

Dalam penelitian ini pertama, digunakan teknik wawancara. Penelitian ini akan menggunakan pertama wawancara terstruktur kepada subjek penelitian yakni orang tua dan guru. Kedua, teknik observasi partisipan merupakan cara yang paling tepat untuk memahami, menjelaskan, menganalisis dan merumuskan world view para subjek penelitian – guru, kepala sekolah, dan tata usaha sekolah. Juga orang tua mengapa memilih TK tersebut sebagai lembaga pendidikan untuk mendidik anak-anak mereka.

Ketiga, yakni menggunakan dokumentasi. Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung tertuju kepada sumber data primer khususnya dokumen-dokumen seperti dokumen undang-undang, aturan-aturan, edaran yang didapat sekolah dikarenakan pandemic covid 19, record kegiatan pembelajaran daring. Foto-foto kegiatan pembelajaran, data google class room yang digunakan, data pada grub WA, facebook, dan media sosial yang lain.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Taman Kanak-kanak Sebagai Lembaga Reproduksi Hasil Budaya

Lembaga Program layanan pendidikan yang diselenggarakan adalah Taman Kanak- Kanak. Beberapa lembaga sekolah dalam jenjang Pendidikan Anak Usia Dini yang telah diteliti terkait dengan penelitian ini adalah Al-Kindi Preschool, TK Pertiwi, TK Al-Azhar Pangkalpinang, Mutiara Harapan Islamic School, PAUD Terpadu Arraisyah, PAUD Ayyas Kids, TK Islam Terpadu Cahaya Toboali, dan TK Muhammadiyah Toboali. Masing-masing lembaga memberikan ciri khas yang ditonjolkan sehingga menarik customer (dalam hal ini orang tua) dalam memilih lembaga pendidikan untuk membantu proses tumbuh kembang anak mereka.

Taman kanak-kanak merupakan pendidikan yang menjadi wadah dalam pengembangan aspek perkembangan pada anak usia dini. Lembaga taman kanak-kanak sebagai reproduksi hasil budaya (Nugraini & Pamungkas, 2023) merupakan lembaga pemberian informasi yang secara utuh dikemas dengan keterpaduan antara sains dan agama. Keterpaduan tersebut diharapkan dapat berjalan seimbang dan saling berdampingan. Lembaga Taman kanak-kanak yang menjadi lokasi penelitian ini adalah lembaga pendidikan Islam terpadu. Artinya bahwa pendidikan yang ditawarkan pada masyarakat merupakan pendidikan yang dapat memasyarakatkan ajaran Islam agar digunakan sebagai pedoman hidup dan kehidupan. Hal ini sesuai dengan tujuan pendidikan, yakni menjadi insan kamil.

Berjamurnya Taman kanak-kanak sekarang ini, menjadi perhatian bagi pengelola maupun yayasan lembaga menjalankan strategi untuk menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut. Strategi ini merupakan pendekatan menyeluruh yang berhubungan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dengan waktu yang

sudah ditetapkan. Strategi yang disusun perlu adanya koordinasi tim, tema harus jelas, dan harus ada analisis SWOT yang dijalankan. Oleh karena itu, sebagai lembaga reproduksi hasil budaya, sekolah perlu melakukan inovasi dalam rangka menawarkan jasa pendidikan, apalagi pasca covid-19. Inovasi yang dilakukan antara lain kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Strategi marketing mix dapat menjadi alternatif untuk memastikan keberhasilan upaya tersebut. Marketing mix atau yang dikenal dengan sebutan bauran pemasaran merupakan kombinasi beberapa aspek inti dari suatu sistem pemasaran yang dapat dikontrol agar dapat mempengaruhi reaksi konsumen. Ada tujuh variabel dalam marketing mix yang juga dikenal dengan istilah 7P, yang terdiri dari product (produk), price (harga), place (lokasi), promotion (promosi), people (SDM), physical evidence (bukti fisik), dan process (proses)(Wicaksono, 2021).

Inovasi dalam pemasaran jasa pendidikan sangat penting untuk menarik minat dan perhatian masyarakat dalam menyekolahkan anak mereka di lembaga tersebut. Inovasi juga dilakukan agar sekolah tersebut dapat mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Jika tidak ada inovasi yang dilakukan oleh Lembaga Pendidikan, dikhawatirkan Lembaga tersebut tidak dilirik oleh masyarakat, sehingga dampak terburuk dari hal itu adalah tidak lagi dikeluarkan izin operasional dan Lembaga Pendidikan tersebut dapat tutup sewaktu-waktu. Apalagi setelah 2 tahun pandemi covid-19 merambah.

Mutiara Harapan Islamic School adalah salah satu sekolah Islam swasta, yang terletak di Pangkalpinang, Bangka Belitung, yang turut berdedikasi membina peserta didik dengan metode pendidikan Islam dan inovatif untuk membentuk individu yang mulia baik secara spiritual, moral, dan etis, serta membimbing para siswa agar unggul secara akademik, dan memiliki kemampuan kepemimpinan yang kuat. MHIS Bangka merupakan cabang dari MHIS Bintaro, Cambridge International School, Sekolah Islam pertama yang mendapat akreditasi A sebagai sekolah SPK (Satuan Pendidik kerjasama) oleh BANK. Menjadi sekolah Islam berarti menekankan pengembangan siswa yang terintegrasi dan seimbang antara intelektual, spiritual, fisik, emosional dan sosial berdasarkan nilai-nilai Islam. Ini berarti pendidikan spiritual dan karakter sama pentingnya dengan pendidikan Intelektual.

Sebagai lembaga reproduksi budaya, Mutiara Harapan Islamic School memberikan pengalaman pendidikan yang memungkinkan siswa untuk mencapai potensi terbaik mereka, tidak hanya secara akademik tetapi juga dalam bakat mereka. Siswa dibimbing untuk menjadi warga negara yang memiliki rasa percaya diri, bertanggung jawab, reflektif, inovatif, komitmen dan peduli di masa depan. MHIS menyediakan pendidikan berkualitas untuk anak-anak Muslim dalam membantu perkembangan mereka secara keseluruhan. Anak-anak diajarkan nilai-nilai moral, disiplin diri, kepemimpinan, serta berbagai keterampilan untuk menghadapi dinamika tantangan dan peluang lokal dan global dengan perhatian, kepercayaan diri, dan komitmen.

Selanjutnya Al-Kindi Preschool merupakan lembaga Pendidikan Anak Usia Dini yang berbasis Islam di Pangkalpinang yang mengusung konsep pembelajaran tematik dan serta mendukung kecerdasan majemuk anak. Sebagai lembaga pendidikan, Al-Kindi Preschool telah melakukan inovasi yang diharapkan dapat membantu memecahkan masalah-masalah yang terjadi pada tumbuh kembang anak. Inovasi yang dilakukan untuk meningkatkan mutu dan pelayanan penyelenggaraan pendidikan agar dapat berjalan efektif dan efisien.

Beberapa hal yang menjadi alasan mengapa inovasi perlu dilakukan adalah terkait minat masyarakat. inovasi sengaja dimunculkan oleh pemimpin sebagai upaya mendapatkan pendidikan berkualitas ataupun sebagai upaya memberikan kepuasan kepada stakeholders pendidikan. Selain itu, inovasi juga dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (input), dengan tujuan untuk peningkatan kualitas lulusan (output) pendidikan guna mengantisipasi perubahan eksternal sehingga dapat berdaya saing dan memiliki keunggulan di tengah pergaulan dunia global.

Pentingnya strategi pemasaran untuk mencapai tujuan suatu lembaga pendidikan sejalan dengan peran pengelola yang menentukan kesuksesan suatu lembaga. Lembaga pendidikan merupakan organisasi yang akan memproduksi dan menghadirkan jasa untuk mendidik agar kemudian diminati oleh konsumen. Sasaran utamanya mereka adalah siswa dan orang tua. Dalam hal ini lembaga pendidikan sebagai produsen, jika tidak mampu menarik minat masyarakat, bisa jadi tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Penting adanya, konsumen meminta pelayanan yang baik, sehingga apabila layanan tidak memuaskan, serta hal lain yang kurang memberi nilai tambah terhadap peningkatan karakter individual, kemudian memberi dampak terhadap produk yang ditawarkan menjadi tidak laku, lama kelamaan sekolah akan sedikit siswanya dan akhirnya sekolah ditutup.

b. Inovasi Pendidikan dalam Pelaksanaan Di Taman Kanak-kanak Untuk Mempertahankan Keputusan Orang Tua Memilih Jasa Pendidikan

Inovasi pendidikan yang dilakukan oleh Taman Kanak-kanak berbeda satu sama lain. Pada pelaksanaan inovasi pendidikan ini, pihak lembaga, baik Yayasan maupun pengelola mempunyai strategi pemasaran masing-masing. Strategi pemasaran inilah yang kemudian menarik dan kemudian memilih lembaga tersebut dalam proses pendidikan formal anak mereka. Dalam memasarkan jasa pendidikan, lembaga Pendidikan Anak Usia Dini, baik negeri maupun swasta melaksanakan tujuh elemen pokok. Ke tujuh elemen pokok ini dilaksanakan oleh masing-masing lembaga dengan pola yang berbedaa-beda. Adapun tujuh elemen tersebut adalah:

1) Produk (Product)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada customer yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Patiung et al., 2019). Pengembangan produk pada lembaga pendidikan dalam menawarkan jasa dapat dilakukan

setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya. Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh jasa pendidikan terdiri atas lima tingkatan yaitu manfaat produk atau jasa, keterampilan pengetahuan yang memiliki ciri khas, kurikulum, silabus, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan, output yang diperoleh pengguna jasa, seperti anak nantinya mampu berbahasa Inggris, anak mampu membaca, menulis dan berhitung (calistung), anak bisa berbahasa Arab dan output lainnya, sehingga output tersebut kemudian diakui oleh khalayak umum.

Beberapa lembaga sekolah yang telah diteliti memiliki produk jasa pendidikan berbeda-beda. Seperti beberapa lembaga pendidikan berikut, yakni:

- (a) TK Al-Azhar 65 Pangkalpinang, kurikulum TK Al-Azhar ini menerapkan kurikulum Nasional Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan juga menerapkan Kurikulum Pengembangan Pribadi Muslim (KP2M). Kurikulum Pengembangan Pribadi Muslim (KP2M) Al-Azhar adalah kurikulum muatan imtaq Al-Azhar. Proses belajar mengajar yang dilaksanakan oleh TK Al-Azhar menggunakan student centered learning, fun learning, dan collaborative learning. TK Al-Azhar dalam melaksanakan proses pembelajarannya selalu memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sehingga tetap mengikuti perkembangan zaman. Adapun program pendukung yang diterapkan oleh TK Al-Azhar adalah tadarus pagi, shalat wajib berjama'ah, shalat dhuha, amaliyah Ramadhan, field trip, guru tamu, sosial kemasyarakatan, dan lain sebagainya.
- (b) PAUD Terpadu Arraisyah menawarkan jasa pendidikan yang berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya. Berlokasi di Jalan Raya Berok No. 1066 Koba Bangka Tengah, PAUD Arraisyah menjadi salah satu PAUD favorit di daerah Koba, Bangka Tengah. Berbagai jasa ditawarkan pada lembaga pendidikan ini. PAUD Arraisyah mengutamakan perkembangan karakter Islami dan perkembangan sesuai dengan tahapan anak. Selanjutnya, PAUD Arraisyah juga mengedepankan kearifan lokal.
- (c) Al-Kindi Preschool Pangkalpinang dalam menawarkan produk jasa pendidikannya mengutamakan pada sekolah ramah anak. Artinya bahwa, sekolah ramah anak ini adalah sekolah yang di dalamnya menerapkan kurikulum sesuai dengan karakteristik unik anak, tahapan perkembangan anak. Al-Kindi Preschool merupakan lembaga Pendidikan Anak Usia Dini yang berbasis Islam di Pangkalpinang serta mengusung konsep pembelajaran tematik dan mendukung kecerdasan majemuk anak.
- (d) TK Pertiwi Pangkalpinang merupakan salah satu Taman Kanak-kanak favorit di Pangkalpinang. Ke-favoritannya dipengaruhi oleh faktor jasa pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga tersebut adalah output dari lembaga tersebut siswa sudah mampu membaca, menulis dan berhitung (calistung). Sebagaimana Surat Edaran Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 1839/C.C2/TU/2009 Tanggal 25 April 2009

Perihal Penyelenggaraan Pendidikan Taman Kanak-Kanak dan Penerimaan Siswa Baru Sekolah Dasar, menyatakan bahwa Pengenalan membaca, menulis, dan berhitung (calistung) dilakukan melalui pendekatan yang sesuai dengan tahap perkembangan anak. Oleh karena itu, pembelajaran membaca, menulis, dan berhitung diberikan oleh anak pada tahapan perkembangan anak dengan pendekatan bermain melalui belajar dan belajar melalui bermain yang dapat mendukung semua segi aspek perkembangan anak dengan point intinya adalah pembelajaran calistung.

- (e) Mutiara Harapan Islamic School Bangka (MHIS). MHIS adalah salah satu sekolah Islam swasta yang ada di Bangka Belitung. Dengan slogan "The Best Institution of Islamic Education in Global Area", MHIS siap menghadapi persaingan internasional dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Qur'an dan Hadits. Sekolah ini menawarkan program keislaman yang didalamnya terdapat materi Pendidikan Agama Islam, pembiasaan membaca Al-Qur'an, menghafal surah, doa dan hadits serta muraja'ah (mengulang hafalan). Aspek-aspek yang menjadi sumber pembelajaran sekolah ini adalah Al-Qur'an, Hadits, Aqidah, Fiqih, dan Sirah.
- (f) Ciri khas dari TK Ayyas Kid Centre Koba Bangka Tengah menurut Nurhajjah adalah adanya pembiasaan doa dan kegiatan ibadah rutin di sekolah serta mengutamakan akhlak anak. Selain itu, TK Ayyas Kid Centre merupakan sekolah yang ramah anak dan proses belajar melalui bermain yang variatif. Kekhasan sekolah disampaikan oleh pihak sekolah kepada masyarakat diantaranya melalui kegiatan parenting dan kunjungan rumah.
- (g) TK Aisyiah Tobaoli sudah berdiri sejak tahun 2009. Sejak awal, sekolah ini memiliki program pembelajaran yang menekankan pada pengajaran dan penerapan ilmu agama Islam dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa program pembelajaran yang diterapkan sehari-hari adalah mengadakan sholat dhuha berjamaah, dan menghafal surat-surat pendek dan hadits. Selain program unggulan tersebut, sekolah juga seringkali mengadakan kegiatan parenting dua kali dalam setahun. Selain itu, mereka juga mengadakan karya wisata dan juga kegiatan berbagi melalui program gerakan jumat bagi beras (PJBB).
- (h) TK Islam Terpadu Cahaya Bangka Selatan merupakan Taman Kanak-kanak yang mengintegrasikan antara Islam dan materi umum dalam proses pembelajarannya. Sesuai dengan visi dan misi TK IT Cahaya ini yaitu menghadirkan generasi sholeh, cerdas dan mandiri.

Produk dalam lembaga pendidikan lebih dilihat dari output yang dikeluarkan lembaga Pendidikan tersebut. Output biasanya berhubungan dengan lulusan peserta didik dan prestasi yang telah diperoleh. Karena output ini adalah produk nyata yang dapat dilihat, didengar dan dinilai oleh masyarakat, sehingga biasanya masyarakat memilih lembaga tersebut karena output yang dihasilkan.

2) Price (Harga)

Harga menjadi satuan moneter atau ukuran yang ditukarkan agar mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan salah satu elemen yang berjalan secara garis lurus dengan mutu atau kualitas suatu produk atau jasa. Jika produk atau jasa yang ditawarkan mempunyai mutu atau kualitas baik, maka calon konsumen (dalam hal ini orang tua sebagai calon pengguna produk atau jasa) berani membayar lebih tinggi apabila produk tersebut dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan (Khasanah, 2015).

Pada dasarnya harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk suatu produk yang dihasilkan atau dipasarkan dapat didasarkan atas strategi harga yang sama atau seragam seluruh daerah atau segmen pasar-pasar yang dilayani yang disebut dengan *single pricing*. Sementara, strategi yang tidak seragam atau berbeda-beda untuk beberapa daerah atau segmen pasar yang disebut dengan *multi pricing*. Suatu lembaga pendidikan menetapkan harga yang berbeda atau tidak seragam umumnya didasarkan pada pertimbangan tujuan dan sasaran yang akan dicapai di masing-masing daerah pemasaran, serta situasi dan kondisi yang ada.

Hal ini karena orang tua akan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan juga dalam memilih sekolah untuk anaknya. Lembaga pendidikan dalam menyampaikan harga kepada orangtua, harus direncanakan terlebih dahulu dengan matang dan sesuai dengan fasilitas yang diterima pelanggan jasa. Jika harga yang dibayarkan tidak sesuai dengan fasilitas yang diterima pelanggan jasa, akan menyebabkan permasalahan dikemudian hari sehingga dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan jasa pendidikan.

Berdasarkan hasil penelitian beberapa lokasi, maka ditemukan bahwa semua konsumen (dalam hal ini orang tua yang telah menggunakan jasa pendidikan lembaga tersebut) merasa cukup mumpuni untuk membayar biaya pendidikan anak mereka di lembaga pendidikan yang dipilih. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Santi bahwa harga yang ditawarkan sekolah tersebut telah sesuai dengan anaknya mendapatkan pelayanan yang baik dari sekolah tersebut. Fitri juga menyampaikan hal yang sama bahwa mengenai harga yang ditawarkan oleh sekolah masih cocok dengan ekonomi keluarga.

Artinya bahwa *price* (harga) pada suatu lembaga pendidikan bukanlah menjadi halangan bagi sebagian orang tua. Apalagi orang tua yang telah memilih lembaga pendidikan tersebut sebagai tempat tumbuh kembang anaknya sudah begitu paham jasa pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Harga bukan menjadi sebuah prioritas bagi sebagian orang tua yang mengetahui mutu atau kualitas sekolah tersebut. Justru, orang tua lebih memilih jasa pendidikan tersebut untuk stimulasi anak mereka. Seperti halnya di Mutiara Harapan Islamic School (MHIS) dan TK Al-Azhar 65 Pangkalpinang menawarkan harga relatif tinggi bagi sebagian orang

tua. Tetapi, untuk orang tua pada sisi ekonomi relatif tinggi, hal tersebut bukanlah menjadi masalah yang berarti.

3) Place (Lokasi)

Lokasi sekolah menjadi salah satu pertimbangan orang tua ketika orang tua memilih jasa pendidikan sekolah tersebut. Orang tua lebih memilih letak lokasi sekolah mempunyai peranan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan lingkungan dimana jasa pendidikan yang dipersepsikan secara strategis menjadi tempat untuk tumbuh kembang anak mereka. Tempat adalah elemen dimana lembaga pendidikan itu berada, yang mudah dicapai oleh orang tua, baik menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Selanjutnya, orang tua juga lebih memilih lokasi yang hampir berdekatan dengan tempat bekerja karena dengan jarak yang tidak terlalu jauh, akan memudahkan orang tua menuju lokasi untuk antar jemput anak. Sehingga lokasi suatu lembaga juga merupakan bahan pertimbangan para orang tua untuk memasukkan anaknya di lembaga pendidikan tersebut.

Lokasi suatu lembaga pendidikan yang strategis dan mudah diakses oleh orangtua juga menjadi pertimbangan orangtua dalam memilih sekolah. Lembaga pendidikan yang nyaman, letaknya strategis, sejuk dan banyak ditumbuhi pepohonan, tata letak yang rapi menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan jasa. Lokasi suatu lembaga dapat mempengaruhi kenyamanan dalam proses belajar mengajar.

Seperti yang disampaikan oleh Ajeng, salah satu orang tua yang menggunakan jasa pendidikan,

“Sekolah Al-Kindi mempunyai letak yang strategis karena ada di tengah kota Pangkalpinang, dekat dengan keramaian namun tidak berisik sehingga anak tetap bisa belajar dengan nyaman dan aman di sekolah.”

Begitu juga menurut Isnati,

“TK Ayyas Kids letaknya sudah strategis karena mudah ditemukan. Lokasinya tidak terlalu jauh, dan juga mudah diakses.”

Sementara Nurul menyebutkan,

“Lokasi Arraisyah juga strategis bagi ibu nurul karena searah dengan rumah dan kantornya.” Sebagai orang tua yang menjadi pengguna jasa pendidikan, dalam menyekolahkan anak juga harus mempertimbangkan antara jarak lokasi sekolah dengan rumah, karena jika jarak terlalu jauh dapat membuat anak kelelahan dan tidak fokus belajar. Orang tua juga akan memilih lokasi yang dekat dengan kantornya bekerja agar sewaktu-waktu jika anak pulang lebih awal dapat dijemput dengan cepat.



Gambar 1. PAUD Arraisyah Koba

Seperti halnya pada gambar di atas, lokasi PAUD terlihat strategis, berada di pinggir jalan utama, tetapi tidak terlalu dekat dengan keramaian jalan. Lokasi juga mudah diakses dan suasana yang kondusif untuk proses pembelajaran karena yang jauh dari keramaian. Lembaga pendidikan yang lain juga memiliki lokasi yang strategis, berada di pinggir jalan utama tetapi masih mempunyai tingkat keamanan yang baik untuk anak. Lembaga pendidikan memiliki lahan bermain yang luas dan sudah mencapai standarnya, serta memiliki lahan parkir.



Gambar 2. Halaman Al-Kindi Preshool Pangkalpinang

4) Promosi

Promosi menjadi salah satu jalan dan cara yang dilakukan oleh penawar jasa pendidikan. Cara tersebut diatur dan dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu instansi berdasarkan kebutuhan instansi tersebut. Promosi juga dilakukan guna memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada stakeholder. Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Promosi menjadi suatu aktivitas tentang bagaimana memberitahu pelanggan tentang keberadaan produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi biasa dilakukan dengan cara beragam, seperti promosi melalui media sosial, brosur, televisi, poster, banner, radio, dan lain sebagainya. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua lembaga mempunyai strategi yang berbeda-beda dalam mempromosikan jasa yang ditawarkan. Promosi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan lembaga maupun eksistensinya dalam masyarakat.



Gambar 3. Brosur TK Islam Al Azhar 65

Untuk mengenalkan sekolahnya pada masyarakat, pihak lembaga menggunakan cara dengan menyebarkan brosur serta memasang spanduk di tempat strategis. Manfaat dari menyebarkan brosur pada masyarakat adalah dapat mensosialisaikan kegiatan-kegiatan sekolah kepada masyarakat. Selain itu penyebaran brosur juga dilakukan agar masyarakat mengetahui informasi mengenai lembaga tersebut.



Gambar 4. Brosur PAUD Arraisyah

Pada brosur di atas, terlihat bahwa di dalamnya menguraikan tentang visi, misi, kurikulum, dan program unggulan apa yang ada di Sekolah tersebut. Apa yang menjadi ciri khas lembaga, dicantumkan dalam brosur.

Ke delapan lembaga pendidikan yang menjadi tempat penelitian menggunakan media sosial untuk mempromosikan lembaga nya. Media sosial yang digunakan pun beragam, mulai dari Whatsapp, Facebook, Instagram, melalui website, bahkan juga Youtube. Menurut Tia Lestari pada masa covid tahun 2020 TK Arraisyah menyelenggarakan pendidikan dan meng-share pembelajaran tersebut melalui facebook dan youtube maka TK Arraisyah menyiapkan satu orang pegawai di TU yang khusus untuk mengolah facebook dan Youtube . Sehingga perminggunya ada pelaporan PJJ yang di lakukan oleh TK Arraisyah. Orang tua dapat mengetahui kegiatan anak-anak mereka dengan melihat di facebook dan link youtube TK Arraisyah.

Pemanfaatan media sosial pada masa covid 19 saat itu membuahkan hasil. Hasil tersebut dirasakan oleh Tia Lestari selaku penerima penghargaan yang diberikan oleh Bupati Bangka Tengah pada hari guru nasional. Tia Lestari tidak menyangka apa yang diupload di Facebook dan Youtube ini menjadi penilaian oleh pemerintah. Berbeda dengan TK lainnya yang dia tahu, yang menyelenggarakan dengan membuat paket pembelajaran untuk satu minggu dan dianter ke rumah-rumah siswa. Jadi kegiatan pembelajaran tersebut tidak terlihat oleh masyarakat. Tetapi TK Arraisyah membuat tindak lanjut.

Biasanya juga, media sosial ini dimanfaatkan untuk memposting jasa yang mereka sediakan, kegiatan-kegiatan yang dilakukan anak, dan juga fasilitas yang disediakan. Hal ini seperti yang disampaikan Kepala Sekolah Al-Kindi Preschool,

"Ciri khas dari Al Kindi Preschool Pangkalpinang adalah konsep pendidikannya yang unik yang mampu memahami dan memfasilitasi

kebutuhan anak usia dini, termasuk anak berkebutuhan khusus (ABK). Konsep pendidikan tersebut diimplementasikan melalui bermain yang didukung oleh fasilitas yang memadai. Kekhasan ini disampaikan kepada masyarakat melalui media sosial seperti instagram (@al-kindi.preschool), facebook dan dipromosikan oleh wali murid.”

Sama halnya dengan Al-Kindi Preschool, TK Islam Terpadu Cahaya Tobaoli juga memanfaatkan media sosial, yakni facebook, Instagram dan juga Youtube untuk menshare-kan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh TK IT Cahaya tersebut.

Ini adalah salah satu cara yang dilakukan oleh pihak Lembaga dalam rangka mensosialisasikan lembaganya agar dikenal masyarakat. Media sosial memang mempunyai peran yang begitu penting, walaupun tidak semua masyarakat menggunakan media sosial. Tetapi, Lembaga yakin, apabila output siswa yang dihasilkan dari Lembaga tersebut baik, misalnya siswa tersebut memiliki akhlak yang baik, kebiasaan yang baik, orang tua akan mempromosikan secara tidak langsung dari mulut ke mulut bagaimana kualitas sekolah itu.

Lofa mengatakan bahwa yang menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka sekolah di PAUD Terpadu Arraisyah adalah sosialisasi dari mulut ke mulut. Artinya, orang tua yang sebelumnya menyekolahkan anak-anak mereka di PAUD Arraisyah merasa puas, sehingga mereka pun kembali mengajak saudara atau teman mereka yang ingin menyekolahkan anak-anak mereka di PAUD Arraisyah.

5) People (Orang/Sumber Daya Manusia)

Dalam pemasaran jasa, orang, merupakan aset utama yang berfungsi sebagai service provider yang sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Sumber Daya Manusia (SDM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan bangsa, sehingga untuk meningkatkan kualitas SDM diperlukan pendidikan. Tenaga pendidik dan tenaga kependidikan merupakan bagian dari salah satu sumber daya manusia Indonesia dan sekaligus merupakan aset bangsa yang akan mencetak insan yang cerdas dan bermartabat. Dalam memilih jasa pendidikan, SDM menjadi hal penting yang perlu diprioritaskan. Apalagi berhubungan dengan anak-anak, SDM dalam hal ini, guru dan tenaga kependidikan perlu memahami tahapan, karakteristik, serta keunikan anak sehingga SDM mampu berinteraksi dengan baik.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Uci, bahwa guru perlu kreatif dan inovatif dalam melaksanakan proses pembelajaran.

“Al Kindi Preschool juga selalu mengupayakan adanya inovasi terutama pada kegiatan pembelajaran yang harus menyenangkan bagi anak-anak yang tentunya dilaksanakan melalui ragam kegiatan bermain. Oleh sebab itu, guru atau fasilitator diupayakan mampu untuk menjadi guru kreatif dan inovatif. inovasi yang dilakukan sejauh ini belum pernah terkendala oleh hal apapun, sebab semua stakeholder dapat bekerja sama dengan baik dan saling mendukung,

termasuk wali murid yang selalu mendukung inovasi yang dilakukan oleh sekolah.”

Pada dasarnya, orang tua lebih memilih jasa pendidikan dengan melihat keramahan dari para guru sekolah tersebut. Hal ini diungkapkan oleh orang tua bahwa mereka memilih sekolah tersebut karena guru dan tenaga kependidikannya ramah, menyenangkan anak-anak, bisa berkomunikasi dengan baik, dan dapat diajak berdiskusi dengan baik mengenai tumbuh kembang anak mereka.

6) Physical Evidence (Bukti Fisik)

Unsur-unsur yang termasuk dalam physical evidence atau bukti fisik ini adalah berupa sarana dan prasarana yang ada di lembaga. Adapun bukti fisik berupa lingkungan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang dipadukan dengan service yang diberikan, seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya. Sarana dan prasarana adalah salah satu yang menjadi tolak ukur dalam peningkatan mutu atau kualitas sekolah.

Sarana dan prasarana pendidikan merupakan dua hal yang saling berhubungan. Sarana pendidikan merupakan segala fasilitas yang diperlukan dalam proses pembelajaran. Sarana pendidikan meliputi barang bergerak maupun barang yang tidak bergerak agar tujuan pendidikan tercapai. Sementara, prasarana pendidikan adalah semua perangkat kelengkapan dasar yang tidak langsung menunjang pelaksanaan proses pendidikan di sekolah. Maksudnya bahwa prasarana merupakan perangkat penunjang utama suatu proses atau usaha pendidikan agar tujuan pendidikan tercapai.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa rata-rata setiap sekolah telah mempunyai sarana dan prasarana yang memadai. Salah satu yang menjadi daya tarik orang tua dalam menyekolahkan anaknya adalah dengan terpenuhinya fasilitas yang memadai di sekolah tersebut. Seperti fasilitas yang ada di Al-Kindi Preschool, yakni fasilitas ruangan lantai satu yang terdiri dari TK-A yakni skat partisi yang rendah sehingga ananda tidak terhalangi pandangan oleh skat, agar daya imajinasi mereka tetap terstimulus dengan tujuan pencapaian perkembangan sesuai usianya. Sedangkan di lantai dua terdiri kelompok TK-B yang setiap ruangan di skat dinding dan kaca. Hal ini dilakukan adalah agar ananda tetap bisa mengeksplorasikan imajinasinya.

TK Ayyas Kids Bangka Tengah melakukan inovasi untuk mempertahankan daya tarik masyarakat, pihak sekolah berinovasi yakni dengan cara menggunakan pembelajaran melalui platform digital. Termasuk inovasi di dalam kurikulum yakni pembelajaran di kelas sudah menggunakan alat-alat peraga elektronik, meskipun kadang kala terkendala oleh jaringan internet yang kurang memadai. Orang tua siswa pun sangat mendukung terhadap inovasi yang dilakukan oleh sekolah.

Ada juga sekolah yang berinovasi pada kurikulum dan program-program unggulannya, sehingga hal itu menjadi daya tarik masyarakat. PAUD Arraisyah juga mempunyai program-program unggulan, yang kemudian program tersebut dikenal oleh masyarakat

sekitar. Kurikulum yang ada di PAUD Arraisyah selalu mengalami perubahan, juga mengikuti dinas pendidikan. Awalnya, kurikulum yang digunakan adalah kurikulum 2008, dengan berpedoman pada Permendiknas No.58 tahun 2008 tentang Standar Nasional PAUD. Pada saat itu, pembelajaran yang dilakukan juga masih klasikal dan kelompok. Selanjutnya, pembelajaran di PAUD Arraisyah mengalami perubahan kembali dengan mengubah menjadi pembelajaran area, kemudian pembelajaran kelompok, dan terakhir pembelajaran sentra hingga sekarang.

Program-program unggulan yang ada di PAUD Terpadu Arraisyah antara lain: aku bisa sholat dan hafal asmaul husna, aku hafal 17 surah pendek pada juz 30, Jum'at berbagi, ayo berinfaq dan sholat di masjid, parenting islami kelas orang tua, parenting tematik kelas inspirasi, eksplorasi pantai kebanggaan, asyiknya tamasya sesuai tema, silaturahmi ke rumah teman yuk!!, aksi unjuk bakatku, pantauan Kesehatan oleh dokter spesialis anak dan dokter gigi, pijat sehat untuk anak batita. Program-program unggulan ini dapat dilihat di brosur yang telah disusun oleh pengelola PAUD Terpadu Arraisyah.

Mutu pendidikan menjadi hal yang ditawarkan oleh Al Kindi Preschool kepada masyarakat agar mereka tertarik untuk menyekolahkan anaknya di Al Kindi Peschool. Al Kindi Preschool juga selalu mengupayakan adanya inovasi terutama pada kegiatan pembelajaran yang harus menyenangkan bagi anak-anak yang tentunya dilaksanakan melalui ragam kegiatan bermain. Oleh sebab itu, guru atau fasilitator diupayakan mampu untuk menjadi guru kreatif. Kelengkapan sarana dan prasarana menjadi penunjang daya tarik orang tua terhadap Al Kindi Preschool, seperti ruangan yang full AC, adanya CCTV, dilengkapi wall climbing, trampolin, pasir kinetik, balance bike, perahu pasir, ruang dan alat memanah, ruang dan alat musik, musholla, serta alat permainan yang edukatif. Didukung pula dengan program kelas parenting, outing jum'at, pemeriksaan kesehatan dan konsultasi dengan psikolog. Yang menjadi daya tarik lainnya selain beberapa hal di atas adalah adanya private class yang diperuntukkan bagi anak berkebutuhan khusus.

Bukti fisik yang diperoleh juga berupa hasil kreativitas yang dibuat oleh guru. Misalnya sarana dan prasarana yang ada di PAUD Terpadu Arraisyah dapat dikatakan lengkap dan baik. Hal ini terlihat dari APE (Alat Permainan Edukasi) Indoor dan Outdoor. Di PAUD Arraisyah, APE tidak semuanya diperoleh secara membeli. Kebanyakan APE indoor yang ada di PAUD Arraisyah adalah hasil kreativitas guru-guru yang ada di sini.

7) Process (Proses)

Proses merupakan prosedur atau mekanisme dalam serangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, proses adalah proses pendidikan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya produk atau lulusan yang diharapkan. Selain itu, proses juga berhubungan dengan apa yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan seperti program

unggulan, kurikulum dan proses kegiatan belajar mengajar di sekolah.

Proses pembelajaran yang dilakukan oleh sekolah pasca pandemi covid-19 tentunya inovatif. inovasi yang dilakukan sejauh ini belum pernah terkendala oleh hal apapun, sebab semua stakeholder dapat bekerja sama dengan baik dan saling mendukung, termasuk wali murid yang selalu mendukung inovasi yang dilakukan oleh sekolah.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan penelitian yakni, pertama, inovasi dalam pemasaran jasa pendidikan sangat penting untuk menarik minat dan perhatian masyarakat dalam menyekolahkan anak mereka di lembaga tersebut. Inovasi juga dilakukan agar sekolah tersebut dapat mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Inovasi yang dilakukan antara lain kegiatan pemasaran jasa pendidikan. Ini harus dilakukan oleh semua anggota yang terlibat dalam lembaga pendidikan yang terdiri dari guru, karyawan, peserta didik, hingga orang tua atau wali agar dapat berjalan sukses. Terdapat tujuh elemen yang menjadi fokus dalam melakukan inovasi tersebut, yakni product (produk), price (harga), place (lokasi), promotion (promosi), people (SDM), physical evidence (bukti fisik), dan process (proses). Inovasi perlu dilakukan oleh setiap lembaga karena jika tidak ada inovasi yang dilakukan oleh Lembaga Pendidikan, dikhawatirkan Lembaga tersebut tidak dilirik oleh masyarakat, sehingga dampak terburuk dari hal itu adalah tidak lagi dikeluarkan izin operasional dan Lembaga Pendidikan tersebut dapat tutup sewaktu-waktu.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pengelola Jurnal Kiddo Pendidikan Anak Usia Dini IAIN Madura, para reviewer, serta editor yang telah memberikan kesempatan, kritik serta masukan agar artikel ini layak untuk publish. Semoga Jurnal Kiddo semakin sukses dan maju serta mampu memberikan dampak yang besar kepada seluruh masyarakat, khususnya dosen dan mahasiswa. Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada sekolah-sekolah yang telah membuka ruang bagi peneliti untuk meneliti di sekolah tersebut.

Referensi

- Astuti, S. D. (2016). Transmisi budaya dan kearifan lokal pada pendidikan islam anak usia dini. *Jurnal Penelitian*, 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.28918/jupe.v13i1.1190>
- Baro'ah, S. (2020). Kebijakan merdeka belajar sebagai strategi peningkatan mutu pendidikan. *Jurnal Tawadhu*, 4(1), 1063-1073.
- Diko, N. N. (2006). Cultural production of the educated person: a case study of a rural co- educational high school in the Eastern Cape. *Agenda*, 20(68), 88-94. <https://doi.org/10.1080/10130950.2006.9674728>
- Jannah, N., Nurhayati, N., & Naimah, N. (2021). Manajemen Pemasaran Lembaga PAUD pada Masa Pandemi Covid-19. *KINDERGARTEN*:

- Journal of Islamic Early Childhood Education, 4(2), 223–234.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/kjiece.v4i2.12906>
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, 8(2), 161–176.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>
- Kurniawan, H., & Hasanah, E. (2021). Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Inovasi dan Kreativitas Guru di Masa Pandemi di SD Muhammadiyah Bantul Kota. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(1), 56–66.
- Munarsih, M., Akbar, M. F., & Sudarsono, A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Orangtua Siswa Sdit Bina Cendekia – Depok. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 407–414.
<https://doi.org/10.32493/jee.v2i3.6804>
- Muryani, A., Mubaroq, A. K., & Agustiningrum, M. D. B. (2022). Dampak Belajar Dari Rumah (BDR) pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap Kemampuan Literasi Membaca Anak Usia Dini. *Sentra Cendekia*, 3(1), 1–8.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31331/sencenivet.v3i1.2016>
- Mundir, A. (2015). Strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35891/ml.v7i1.369>
- Nugraini, T., & Pamungkas, J. (2023). Eksistensi Lembaga Taman Kanak-Kanak dalam Mempertahankan Nilai Budaya di Tengah Globalisasi. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 1087–1104. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.4105>
- Nur, I. (2022). Transmisi Budaya Islami Pada Lembaga Formal: Studi Kasus Di SDIT Al Izzah Kota Sorong Papua Barat, Indonesia. *DAYAH: Journal of Islamic Education*, 5(1), 53–74.
<https://doi.org/10.22373/jie.v5i1.8377>
- Nuraini, N. L. S., Qihua, S., Venatius, A. S., Slamet, T. I., & Cholifah, P. S. (2020). Distance learning strategy in COVID-19 pandemic for primary schools. *International Webinar Series-Educational Revolution in Post Covid Era*, 107–116.
- Patiung, D., Alwi, B. M., Magfira, P., Alfiah, N., Salsabila, R., & Alawiyah, T. (2019). Strategi Manajemen Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Pada Satuan Paud. *NANAEKE: Indonesian Journal of Early Childhood Education*, 2(2), 129–134.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/nananeke.v2i2.11660>
- Pratiwi, I., & Munastiwi, E. (2020). Analisis Strategi Pemasaran PAUD. *Indonesian Journal of Islamic Early Childhood Education*, 5(2), 36–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.51529/ijiece.v5i2.192>
- Supriadi, O. (2020). Peranan Kepala PAUD dalam Penyelenggaraan Pendidikan Sebelum dan Saat Terjadi Pandemi Covid-19. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 841– 856.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.727>
- Surya, P. (2011). Kepemimpinan Etnopedagogi di Sekolah. Artikel Dimuat Di Majalah Ilmiah Dinamika UNY Bulan Mei.
- Susilawati, I. M., & Harun, M. (2017). Analisis SWOT sebagai Dasar Strategi Branding pada Madrasah Ibtidaiyah Alhidayah, Cireunde,

- Ciputat. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 3(01), 111–128.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32678/tarbawi.v3i01.1783>
- Tandiangga, P., & Allolayu, A. (2022). Institusi Pendidikan sebagai Sarana Reproduksi Budaya dan Sosial. *Research and Development Journal of Education*, 8(2), 904–909.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/rdje.v8i2.15861>
- Tuwu, D. (2020). Kebijakan pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19. *Journal Publicuho*, 3(2), 267–278.
<https://doi.org/10.35817/jpu.v3i2.12535>
- Wahab, A., Zulmaulida, R., Saputra, E., Sari, D. D., Maghfuroh, L., Suseni, K. A., Fazilla, S., Akmal, N., Amon, L., & Sanwil, T. (2022). Pengantar Pendidikan untuk Perguruan Tinggi. Yayasan Penerbit Muahammad Zaini.
- Wicaksono, A. K. (2021). Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru pada Lembaga Pendidikan Islam Swasta. *Attractive: Innovative Education Journal*, 3(2), 152–163.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51278/aj.v3i2.189>
- Wijaya, D. (2022). Pemasaran Jasa Pendidikan. Bumi Aksara.
- Zuniar, R., & Tandos, R. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Guru Raudhatul Athfal Salman Al-Farisi. *Jumat Pendidikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 125–130.