

Implikasi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Pengembangan Karakter Siswa Sekolah Dasar

Anggi Septi Nugroho¹, Muslim Basyar², Masdahria³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Lampung

septianugroho90@gmail.com

ABSTRACT

Competition in the world of education is increasingly inevitable as a result of globalization. Educational marketing can be a breakthrough for problems that are a burden on the minds of an institution today. The quality of graduates is more in the spotlight in the realm of Education. Graduates are a reflection of whether or not the school where he received his education. Currently, the 2013 curriculum has developed which emphasizes character building. Graduates of schools/Educational Institutions must have a predetermined character. The 1945 Constitution explains that education must form students who, among others, believe in one God and have noble character. The purpose of this study is twofold, first to find out the implementation of marketing management of educational services in SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung, and second to find out its implications for the character development of students at SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung. The research method used is qualitative with a descriptive qualitative approach. To obtain data, researchers used observation, interviews, documentation and triangulation. While in data analysis using data reduction, data display and conclusions. Based on research using data collection and data analysis tools, the results obtained that the implications of service marketing management on the character development of students at SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung are as follows; 1) Exemplary, 2) Habituation, 3) Cultivating Discipline, 4) Discussion, and 5) Giving punishment.

Keywords: Marketing, Services, Education, Character

PENDAHULUAN

Bila berbicara “pemasaran”, masyarakat umumnya mempunyai definisi berbeda-beda. Sebagian masyarakat memahami pemasaran sebagai penjualan produk, sebagian lainnya memahami pemasaran sebagai suatu promosi produk, atau seperti yang Philip Kotler utarakan dalam kata pengantar bukunya mengenai manajemen pemasaran, bahwa masyarakat kadang menyalah artikan subfungsi dari pemasaran. Pemasaran dianggap sebagai sebuah seni “menjual apa yang anda buat, maka sebanyak itulah yang anda peroleh!” (Kotler & Keller, 2008).

Pemasaran tidak dapat dipahami sebatas mempromosikan dan menjual produk tertentu. Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang/jasa serta suatu alasan untuk dapat mengadakan pertukaran dengan kelompok yang menjadi sasaran untuk memenuhi tujuan konsumen. Pemasaran dalam fungsi bisnis secara universal dapat dikatakan sebagai seni mengidentifikasi dan memahami kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

Persaingan dalam dunia pendidikan semakin tidak terlelakkan lagi sebagai dampak globalisasi tersebut. Pemasaran pendidikan bisa menjadi terobosan untuk permasalahan yang menjadi beban di benak sebuah lembaga saat ini. Namun, hingga saat ini masih banyak para ahli dan orang awam yang belum banyak mengetahui mengenai marketing merasa kaget dengan istilah pemasaran pendidikan (marketing pendidikan). Mereka mengira bahwa lembaga pendidikan itu akan dikomersialkan. Tetapi perlu diketahui bahwa istilah marketing dibagi menjadi dua, yaitu profit organization dan nonprofit organization. Lembaga pendidikan tergolong dalam nonprofit organization, dan kata “komersil” sudah jelas berhubungan dengan mencari laba (Sallis, 2006).

Kegiatan pemasaran pendidikan meliputi perencanaan produk pendidikan, penentuan harga atau besarnya biaya pendidikan, mempromosikan produk pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan yang bersangkutan, memenuhi kebutuhan dan harapan stakeholder, pengelolaan dan pelayanan yang bermutu menjadi tolak ukur sebuah lembaga pendidikan. Ara Hidayat dan Imam Machali menyatakan proses pemasaran sendiri dipengaruhi oleh beberapa factor seperti social, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh tersebut, asingmasing individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki komoditas (*commodity values*). Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan karena pendidikan merupakan proses yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan (Hidayat & Imam, 2012).

Hal ini tentu menuntut setiap sekolah untuk mampu bersaing dalam proses pemasaran. Apabila sekolah memiliki kebijakan strategi pemasaran yang baik dengan didukung fasilitas sekolah yang mendukung, maka peningkatan jumlah peserta didiknya akan meningkat dengan signifikan. Akan tetapi, bila sekolah yang lemah dalam manajemen untuk memasarkan program sekolahnya, maka dapat dipastikan menurun peminatnya, ditambah dengan sisi kualitas dan prestasinya yang belum memasyarakat. Sekolah yang tidak mampu untuk bersaing boleh jadi akan semakin tertinggal bahkan kedepannya bisa gulung tikar bila tidak berbenah diri dan siap untuk bersaing.

Dorongan untuk tetap eksis bersaing dengan sekolah-sekolah negeri yang ada, mendorong sekolah yang berstatus swasta harus mengimprove dari berbagai segi. Mulai dari mutu lulusan, biaya Pendidikan, lokasi yang strategis, bentuk promosi sekolah, tenaga pendidik dan kependidikan yang profesional, sarana dan prasarana yang memadai, serta proses manajemen layanan yang bermutu. Kesemua itu harus terintegrasi menjadi satu kesatuan.

Mutu lulusan lebih banyak menjadi sorotan dalam ranah Pendidikan. Lulusan menjadi cerminan baik atau tidaknya sekolah tempat dia mengenyam Pendidikan. Sekarang ini, telah berkembang kurikulum 2013 yang menekankan pembentukan karakter. Lulusan sekolah/Lembaga Pendidikan harus memiliki karakter yang telah ditentukan. UUD 1945 menjelaskan bahwa Pendidikan harus membentuk peserta didik yang diantaranya beriman kepada Tuhan yang esa dan berakhlak mulia.

Akhlak mulia merupakan inti dari Pendidikan karakter yang digadang oleh kurikulum 2013. Indikator Pendidikan karakter berupa religious, jujur, toleransi, hingga tanggung jawab adalah cerminan akhlak mulia. Kesemua itu bertujuan agar Pendidikan karakter mampu membentuk penyempurnaan individu secara istiqomah dan melatih kemampuan pribadi individu untuk kehidupan dunia dan akhirat yang lebih baik.

Keintegrasian antara pemasaran jasa Pendidikan dan pembentukan karakter menjadi hal yang menarik untuk peneliti bahas. Karena, dalam pemasaran jasa Pendidikan mutu lulusan adalah daya Tarik utama. Jika lulusan tersebut memiliki karakter individu yang paripurna, maka tidak hayal jika masyarakat melirikinya dan sekolah yang meluluskannya.

SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung menjadi objek peneliti untuk mengetahui bagaimana langkah manajemen pemasaran jasa pendidikan dan dampaknya terhadap penanaman karakter peserta didiknya. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung telah berdiri selama 48 tahun, yaitu 1970-2018. Dalam jangka waktu yang terbilang tidak sebentar itu, SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung mengalami banyak kemajuan baik dalam bentuk fisik dan peningkatan dalam jumlah siswa. Itu terbukti dari fasilitas yang dimiliki oleh sekolah ini, seperti adanya laboratorium praktek, ruang audio visual, sarana olahraga, masjid, hingga asrama putri. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung juga mempunyai 17 ruang kelas. Selain dari segi fasilitas, SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung juga didukung dengan tenaga-tenaga pendidik dan kependidikan yang profesional dalam bidangnya yang mendukung untuk bersaing dengan sekolah-sekolah favorit lainnya di Lampung. (Dapo Dikdasmen, 2018)

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana manajemen pemasaran jasa Pendidikan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung. Karena dirasa perlu diimplementasikan untuk menghadapi persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat terjadi sekarang ini. Sebagai acuan dalam penelitian, peneliti menetapkan beberapa kunci penelitian mengenai manajemen pemasaran pendidikan yang diselenggarakan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung, yaitu tahapan manajemen pemasaran pendidikan dan implementasinya pada peningkatan mutu salah satu pelajaran yang merujuk pada standar kompetensi lulusan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah field research, yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dilapangan untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian kualitatif juga berusaha melihat dan memahami subyek dan obyek penelitian (seseorang, masyarakat, maupun lembaga) berdasarkan fakta yang tampak secara apa adanya (paradigma natural).

Alasan penggunaan jenis penelitian kualitatif karena dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai pengumpulan data. Selain itu, penelitian kualitatif lebih bersifat eksploratif sehingga menyesuaikan dengan permasalahan dalam penelitian ini yang bertujuan memahami situasi sosial, peristiwa, situasi, peran, interaksi, dan kelompok. Dalam hal ini tentu saja akan mendeskripsikan secara riil bagaimana manajemen pemasaran jasa pendidikan dan dampaknya terhadap pembentukan akhlak peserta didik di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung.

Obyek penelitian dari penelitian ini adalah SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung. Sampel sumber data penelitian ini yang dianggap paling tahu tentang pemasaran pendidikan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung dan juga mengenai penanaman karakter peserta didik, yaitu:

- a. Kepala Sekolah SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung
- b. Bendahara SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung
- c. Waka Kurikulum SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung
- d. Waka Humas SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung, dan
- e. Waka AIK SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung
- f. Peserta didik SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung

Upaya pencarian data dan pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Analisa yang digunakan adalah analisis interaktif sebagaimana yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles yang terdiri dari tiga komponen analisis yang saling berinteraksi, yaitu reduksi data atau penyederhanaan data (data reduction), sajian data (data display), dan penarikan kesimpulan (data conclusion: drawing/vervying).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tehnik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, maka hasil dari penelitian terkait implikasi manajemen pemasajaran jasa pendidikan terhadap penanaman karakter peserta didik di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung

Lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan membutuhkan taktik yang jitu untuk meningkatkan input peserta didik baru. Dengan adanya peningkatan input, maka lembaga tersebut dapat berkembang dan maju setiap tahunnya. Beberapa unsur yang melandasinya dalam jasa pendidikan adalah kebutuhan, keinginan, kepuasa, dan pelanggan atau stakeholder.

Pertama, kebutuhan pengguna jasa pendidikan bisa sama atau berbeda dengan keinginan mereka sendiri. Kedua, kebutuhan dari masing-masing pengguna jasa pendidikan (peserta didik, stakeholder, karyawan, dan masyarakat) berbeda-beda pada lembaga pendidikan yang sama. Ketiga, kepuasan pengguna jasa pendidikan bisa jadi berbeda dengan kepuasan pengguna atau pelanggan jasa pendidikan yang dibutuhkan, karena bergantung kepada kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.

Kebutuhan manusia yang semakin mencuat sesuai dengan perkembangan zaman memberikan dampak terhadap lembaga pendidikan dalam membentuk peserta didik. Lulusan lembaga pendidikan tersebut harus mampu untuk menghadapi dan menyesuaikan diri terhadap tantangan masa depan yang setiap waktu semakin berubah dan meningkat maju. Sebuah fakta lapangan menjadi acuan bahwa masyarakat yang baik, maju, modern adalah masyarakat yang terdidik. Masyarakat akan maju dan berkembang dengan adanya pendidikan yang terangkum dalam lembaga yang bermutu.

Menjadikan masyarakat terdidik secara intelektual dan berkarakter menjadi hal yang wajar bagi segenap lembaga pendidikan. SD Muhammadiyah 1 berupaya mendidikan dan membentuk peserta didiknya menjadi manusia-manusia yang terdidik secara intelektual dan mental. Yaitu, membentuk pribadi generasi muslim yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT dan berakhlak mulia.

Setelah mengidentifikasi pasar dan penetapan segmen pasar, SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung berada pada posisi an undifferentiated marketing approach. Yaitu pendekatan pemasaran jasa tanpa membedakan atau diferensiasi pasar atau dalam hal ini pengguna jasa pendidikan. Ini dapat dilihat dari target pasar SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung mencakup seluruh elemen masyarakat. Terlebih lagi bahwa sekolah ini adalah sekolah swasta, yang akan terus berkembang bila mempunyai peserta didik dengan jumlah yang banyak.

Berhubungan dengan pemasaran jasa pendidikan, pemasarannya tidak terlepas dari marketing mix. Yaitu gabungan dari beberapa variable dalam kegiatan inti system pemasaran yang digunakan untuk

menganalisa pasar. Strategi ini terdiri dari tujuh unsur pokok yang diperhatikan dan diperlukan dalam memasarkan suatu lembaga pendidikan. Tujuannya adalah menarik pengguna jasa pendidikan untuk masuk ke lembaga pendidikan tersebut. Ketujuh unsur tersebut adalah product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process.

Adapun manajemen pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung yang berimplikasi terhadap penanaman karakter adalah sebagai berikut:

1. Product

Produk dari sebuah jasa pendidikan terdiri dari lima tingkatan. Pertama adalah core benefit, yaitu manfaat dasar yang dibeli oleh konsumen. Maka, jasa dari Lembaga Pendidikan inilah yang menjadi intinya. Kedua, basic product, yaitu versi dasar dari produk, misalnya adalah pengetahuan dan keterampilan yang memiliki ciri khas dari lembaga pendidikan tersebut. Ketiga, produk yang diharapkan. Pada bagian ini, unsur yang meliputi adalah kurikulum, silabus. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung menggunakan kurikulum 2013 mulai dari kelas 1 hingga kelas 6.

Keempat, augmented product atau produk tambahan dengan tujuan supaya output Lembaga Pendidikan tersebut memiliki perbedaan dengan Lembaga yang lain. Ibu Nailati sebagai waka kurikulum SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung menyatakan bahwa peserta didiknya dibentuk sesuai dengan visi sekolah, maka SD Mutu memberikan Pendidikan non akademik, berupa pembiasaan sholat dhuha dan sholat dzuhur berjamaah di masjid, tahsin dan hafalan surat-surat Al-Qur'an. Pembiasaan tersebut dengan tujuan agar peserta didik nantinya bisa terbiasa melaksanakan ibadah sunnah dan wajib juga menjadi generasi yang Qur'ani.

Kelima, potential product, yaitu seluruh unsur tambahan dan perubahan yang kemungkinan bisa didapat lulusan SD Muhammadiyah 1 di masa depan. Diantaranya adalah kemampuan untuk terus Istiqamah mengamalkan ajaran Islam dengan berpijak pada asas-asas Al-Qur'an dan Sunnah, serta mampu melanjutkan ke jenjang Pendidikan yang lebih tinggi. Selain itu juga, M. Rizkal Fajri selaku tenaga pendidik di SD Mutu menyatakan bahwa ada penyaluran minat bakat untuk peserta didiknya melalui kegiatan ekstrakurikuler. Tapak suci, Hizbul Wathan, Futsal, Bulu Tangkis, Kaligrafi, dan lain sebagainya. Ibu Nailawati menambahkan bahwa peserta didik yang mengembangkan potensinya melalui kegiatan ekstrakurikuler prosedurnya dimulai dari awal masuk kelas 1. Beliau menjelaskan bahwa SD Mutu menyerahkan formulir kepada wali murid untuk memberikan keterangan keberminatan anaknya. Sehingga, sekolah langsung bisa menempatkan anak tersebut sesuai yang diinfokan dari orang tua. Namun, pihak sekolah juga memiliki otoritas untuk memindahkan anak tersebut ke kelompok kegiatan ekstrakurikuler yang lain ketika anak tersebut tidak sesuai dengan yang direkomendasikan oleh orang tua.

2. Pembiayaan (*Price*)

Banyak orang beranggapan bahwa dalam mempromosikan Lembaga pendidikannya adalah dengan biaya yang murah. Sehingga menarik perhatian stakeholder untuk memasukkan anaknya ke Lembaga tersebut. Namun, biaya yang murah menjadikan masyarakat mempunyai pandangan yang miring terhadap kualitas atau mutu Lembaga tersebut.

Sekolah swasta khususnya yang memiliki predikat mahal, agaknya mendapat predikat secondary choice. Banyak persepsi dari masyarakat sehingga memunculkan image tersebut. Penetapan biaya yang dilakukan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung relative murah dibandingkan dengan sekolah swasta lainnya. Untuk peserta didik yang masuk pada Tahun Pelajaran 2019/2020 ini peserta didik dikenakan biaya pendaftaran, biaya bangunan, SPP, dan biaya kegiatan ekstrakurikuler. Untuk biaya bangunan, peserta didik dikenakan Rp. 3.000.000, biaya pendaftaran Rp. 300.000, SPP Rp. 150.000, dan biaya kegiatan ekstrakurikuler Rp. 600.000. Sehingga jika ditotal secara keseluruhan sebesar Rp. 4.050.000.

3. Lokasi (*Place*)

Tempat lembaga pendidikan berdiri memberikan pengaruh besar terhadap pemasaran jasa Pendidikan. Relasi, jangkauan, transportasi, dan kemudahan untuk mencapai tempat Lembaga Pendidikan tersebut menjadi perhitungan orang tua yang akan menyekolahkan anaknya.

SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung beralamat di kompleks Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Lampung Jl. Hi. Zainal Abidin Pagar Alam No. 14/58 Labuhan Ratu, Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Adapun

batasan lokasi SD Muhammadiyah 1 Labuhan Ratu Bandar Lampung tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berhadapan dengan rumah penduduk.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan kampus Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Lampung.
- c. Sebelah timur berbatasan dengan rumah penduduk.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan kampus Perguruan Tinggi Universitas Bandar Lampung.

Jika ditinjau dari posisi SD Muhammadiyah 1 Labuhan Ratu Bandar Lampung tersebut, keberadaannya sangat strategis di mana sekolah tersebut terletak di Ibu Kota Propinsi Lampung. Lokasi keberadaan SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung yang berdekatan dengan jalan utama, memudahkan stakeholder untuk menuju sekolah tersebut dengan kendaraan umum ataupun pribadi. Misalkan menggunakan angkot ataupun juga trans Lampung.

4. Promosi Jasa (*Promotion*)

Promosi menjadi salah satu factor penentu keberhasilan program pemasaran jasa Pendidikan. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung dalam hal promosi mengadakan perlombaan GAS MUTU (Gebyar Anak Sholeh Muhammadiyah 1), himbauan kepada guru TK atau SD Muhammadiyah 1 sendiri untuk membawa peserta didik baru, menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah. Dari beberapa pendekatan yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung, maka ada beberapa instrument yang digunakan, yaitu *sales promotion*, *personal selling*, *public relation*, dan *advertising*.

Pertama, *sales promotion*, yaitu merancang kegiatan promosi agar sampai pada target sasaran atau calon pengguna jasa Pendidikan. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung dalam hal ini memberikan diskon berupa voucher. Voucher yang ditawarkan pun beragam. Voucher diskon bagi pemenang lomba GAS MUTU berupa free SPP selama satu tahun ajaran. Selanjutnya bagi peserta didik yang berprestasi juga mendapatkan free SPP di semester berikutnya. Indikatornya bukan hanya dalam tingkat akademik saja, namun dari sisi non akademik juga. Seperti kemampuan membaca Al-Qur'an, berprestasi dalam perlombaan di tingkat daerah maupun nasional.

Kedua, *personal selling*. Sales merupakan ujung tombak dalam usaha pemasaran jasa. Tim marketing SD Mutu mempromosikan kepada guru-guru TK lingkup kota Bandar Lampung dihimbau untuk mengantarkan peserta didiknya menempuh jenjang Pendidikan selanjutnya di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung. Ataupun juga guru-guru yang menjadi tenaga pendidik dan tenaga kependidikan di SD Mutu itu sendiri diarahkan untuk bisa merekrut peserta didik. Para guru, baik TK ataupun SD Mutu ini mempromosikan SD Mutu langsung kepada peserta didik di sekolahnya, atau bagi guru dan tenaga kependidikan SD Mutu maka bagi rekan atau tetangganya di rumah. Mulai dari lulusan seperti apa yang dihasilkan SD Mutu hingga tingkat proses dan unsur-unsur yang menyertai dalam Pendidikan peserta didik selama di SD Mutu.

Ketiga, *public relation* atau diartikan sebagai hubungan masyarakat. Pendidik sebagai banteng dalam pelaksanaan Pendidikan di SD Mutu, senantiasa mendampingi peserta didiknya dalam setiap

tingkatan perkembangan peserta didik. Kegiatan yang dilakukan oleh peserta didik selalu mendapat perhatian dan pendampingan dari guru. Selain itu juga, para tenaga kependidikan di SD Mutu memberikan pelayanan yang maksimal. Ramah, sabar, komunikatif dengan stakeholder, dan lain sebagainya.

Keempat, *advertising* atau periklanan. SD Mutu menyebarkan brosur kepada TK-TK lingkup kota Bandar Lampung. Sehingga masyarakat yang menyekolahkan anaknya ke TK tersebut dapat mengetahui informasi yang mungkin tidak terjangkau dengan dunia maya. Selain itu, SD Mutu juga mengadakan kegiatan GAS MUTU (Gebyar Anak Soleh Muhammadiyah Satu). Acara ini sebagai bentuk promosi yang dikemas dalam perlombaan.

5. SDM (*People*)

Tenaga pendidik dan kependidikan sebagai sumber daya manusia yang terlibat aktif dalam hal pemasaran jasa Pendidikan. SDM dalam Lembaga Pendidikan tersebut berfungsi sebagai service provider karena mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keprofesionalan guru itulah yang nantinya dapat memberikan sumbangsih dalam pelayanan kepada konsumen berupa penciptaan kondisi belajar yang menantang kreativitas dan aktifitas peserta didik, memotivasi peserta didik, menggunakan multimedia, multimetode, dan multisumber agar mencapai tujuan pembelajaran yang diharapkan.

Sebagai upaya dalam menertibkan dan memperlancar jalannya proses belajar-mengajar. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung mempunyai rencana yang baik sesuai dengan prosedur administrasi yang digunakan. Adapun keadaan guru, staf dan karyawan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung berjumlah 48 orang. Jenjang pendidikan SMA 2 orang, Pendidikan S-1 43 orang, dan Pendidikan S-2 3 orang.

Pengadaan tenaga pendidik yang professional menjadi mutlak harus diselenggarakan. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung bekerjasama dengan badan Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) kecamatan Labuhan Ratu untuk menyeleksi para calon pendidik yang berkeinginan mengabdikan diri menjadi tenaga pendidik di sini. Berbagai syarat ditetapkan untuk menyeleksi calon pendidik berdasar pada Keislaman dan profesionalitas, contohnya adalah bisa membaca Al-Qur'an dengan lancar, bisa shalat. Seandainya guru tersebut professional dalam bidangnya namun kurang baik Keislamannya bisa menjadi pertimbangan, karena SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung merupakan salah satu lembaga pendidikan dibawah naungan organisasi Muhammadiyah yang berbasih pada agama Islam.

6. Sarana Prasarana (*Physical Evidence*)

Sarana prasarana, terutama yang berwujud fisik harus bisa memberikan kesan “jatuh cinta pada pandangan pertama”. Sebab, sarana fisik merupakan lingkungan terjadinya interaksi dengan peserta didik. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung tergolong mencukupi, karena keterbatasan luas lokasi sekolah. Sebagian ruangan sudah ber-AC, sebagian lain masih menggunakan kipas angin sebagai pengganti. Juga tersedia ruangan UKS, dan kotak P3k sebagai penunjang kesehatan peserta didik. Selain itu hampir disetiap sudut Gedung tersedia wifi yang memudahkan pendidik atau tenaga kependidikan mengakses internet.

7. Proses Manajemen Layanan (*Process*)

Proses penyampaian jasa Pendidikan adalah inti dari seluruh pelaksanaan pelayanan jasa yang dirasakan oleh pengguna. Keenam unsur diatas sangat berpengaruh terhadap keberhasilan proses pembelajaran dan Pendidikan di Lembaga Pendidikan. Proses Pendidikan dapat dipahami sebagai segala hal yang mendukung terselenggaranya kegiatan Pendidikan untuk membentuk produk atau lulusan yang diinginkan. Dalam standar nasional Pendidikan, proses mencakup 4 hal, yaitu Standar Kompetensi Lulusan, Standar Isi, Standar Proses, Standar Pendidikan dan Tenaga Kependidikan,

Standar Sarana dan Prasarana, Standar Pengelolaan, Standar Pembiayaan Pendidikan, dan Standar Penilaian Pendidikan.

Visi SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung yang berbunyi “Terwujudnya generasi berakhlak Qur’ani kebanggaan Kota Bandar Lampung” bermuara pada proses pembinaan akhlak agar menjadi makhluk yang bertaqwa. Selain pembinaan dilakukan dalam aktifitas belajar mengajar, ada bentuk lain yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung. Shalat Dhuha berjamaah di masjid, shalat dzuhur berjamaah di masjid, dan kegiatan ekstrakurikuler sesuai keminatan peserta didik.

Implikasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Penanaman Karakter Peserta Didik di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung

SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung secara umum telah melaksanakan pemasaran jasa Pendidikan dengan cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari romble yang ada selalu terpenuhi. Bahkan terkadang yang mendaftar dengan terpaksa tidak bisa diterima. Sebagai sekolah yang menerapkan kurikulum 2013 secara total, maka pembentukan karakter sebagai slogan kurikulum tersebut tidak terelakkan. Pembentukan karakter ini penting dilakukan karena berdampak pada anak itu sendiri, juga pada negara. Karakter setiap masyarakat sangat menentukan kualitas sumber daya manusia di negara tersebut. Dan tidak kalah penting adalah, karakter menentukan masa depan dari negara tersebut.

Adapun metode yang digunakan dalam upaya membangun karakter peserta didik di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Keteladanan

Sifat anak yang suka meniru terhadap orang-orang yang dikagumi dan dilihatnya maka dalam upaya membentuk karakter peserta didik, tenaga pendidik langsung memberikan contoh yang baik kepada peserta didiknya yaitu sifat-sifat dan contoh-contoh perbuatan yang baik. Misalnya perilaku sehari-hari, cara berpakaian dan suara serta cara berbicara. Dengan demikian peserta didik akan dengan sendirinya meniru sikap dan tindakan yang dilakukan oleh gurunya. Karena guru adalah sebaik-baik teladan bagi anak didiknya di lingkungan sekolah disamping orang tua di rumah. Guru hendaknya menjaga dengan baik perbuatan maupun ucapan sehingga naluri peserta didik yang suka meniru dan mencontoh dengan sendirinya akan melakukan apa yang dicontohkan oleh guru dan orang-orang disekitar yang dianggap baik. Hal ini sesuai dengan wawancara kepada guru Al-Islam bahwa : “dalam kegiatan di Sekolah sebagai upaya membangun karakter Islami peserta didik, saya sebagai guru dan guru-guru yang lainnya harus memberikan contoh yang baik kepada peserta didik”

Memahami dari metode di atas, penulis menyimpulkan bahwa melalui sikap dan tindakan yang dilakukan oleh Guru sehari-hari yang baik maka peserta didik diharapkan mampu meniru tingkah laku yang dilakukan oleh gurunya sebagai suri tauladan bagi peserta didik.

2. Pembiasaan

Metode pembiasaan yaitu memberikan suatu perilaku yang menjadi ciri khas dan terus-menerus dilakukan dengan tujuan agar peserta didik terbiasa melakukan hal-hal yang baik yang diajarkan oleh guru dan melaksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Karena dengan membiasakan peserta didik untuk melakukan hal-hal yang baik maka akan melatih peserta didik agar selalu melakukan hal baik. Hal tersebut bertujuan untuk membiasakan peserta didik melakukan hal-hal baik dengan siapa saja dan dimana saja dia berada. Seperti Memahami dari metode di atas, penulis menyimpulkan bahwa melalui sikap dan tindakan yang dilakukan oleh Guru sehari-hari yang baik maka peserta didik diharapkan mampu meniru tingkah laku yang dilakukan oleh gurunya sebagai suri tauladan bagi peserta didik.

Metode pembiasaan yaitu memberikan suatu perilaku yang menjadi ciri khas dan terus-menerus dilakukan dengan tujuan agar peserta didik terbiasa melakukan hal-hal yang baik yang diajarkan oleh guru dan melaksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Karena dengan membiasakan peserta didik untuk melakukan hal-hal yang baik maka akan melatih peserta didik agar selalu melakukan hal baik. Hal tersebut bertujuan untuk membiasakan peserta didik melakukan hal-hal baik dengan siapa saja dan dimana saja dia berada. Seperti yang tertera diatas bahwa pihak sekolah membiasakan peserta didiknya mengamalkan shalat sunnah Dhuha dan shalat berjamaah. Berdasarkan metode pembiasaan ini maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pembiasaan yang diajarkan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung akan membantu dalam upaya membangun karakter peserta didik.

3. Penanaman Kedisiplinan

Metode penanaman kedisiplinan yaitu metode memberikan suatu peraturan yang bertujuan untuk mendisiplinkan peserta didik. Penanaman kedisiplinan juga suatu metode untuk memberikan pelatihan kepada peserta didik agar berbuat kebaikan. diharapkan peserta didik menjalankannya sehingga dapat membangun karakter mereka. Dalam metode penanaman kedisiplinan peserta didik mendengar apa yang disarankan oleh gurunya dan akan melaksanakan apa yang telah menjadi tata tertib di Sekolah. Metode penanaman kedisiplinan ini adalah alat dalam mendisiplinkan secara positive. Dalam membangun karakter peserta didik terlebih dahulu membenahi kepribadian mereka maka peserta didik dengan sendirinya akan menjadi pribadi yang baik sehingga bisa mencerminkan peserta didik yang memiliki karakter Islami. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis ada beberapa penanaman kedisiplinan yang diterapkan untuk peserta didiknya. seperti penanaman kedisiplinan berpakaian, masuk sekolah dan keluar sekolah sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

4. Diskusi

Penggunaan metode diskusi dalam proses belajar mengajar pada peserta didik untuk bisa memecahkan masalah, membuat peserta didik bisa aktif dan berani dalam mengeluarkan pendapatnya. Metode ini juga termasuk upaya dalam membangun karakter karena dalam metode diskusi ini dapat mendidik peserta didik untuk saling bekerja sama dan saling menghargai pendapat dari orang lain.

5. Pemberian hukuman

Dengan memberikan hukuman kepada peserta didik yang melakukan pelanggaran maka peserta didik itu akan jera. Dengan tujuan agar peserta didik tersebut tidak melakukan pelanggaran. Sehingga dalam usaha membangun karakter Peserta didik yang Islami dapat berjalan dengan baik. Hukuman ini diberikan kepada peserta didik yang melanggar peraturan, seperti tidak melaksanakan tugas yang diberikan guru, terlambat masuk kelas dan melanggar tata tertib lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian adapun kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dalam membangun karakter peserta didik di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung antara lain :

1) Karakter Cinta kepada Allah SWT, Alam semesta beserta isinya dibangun dengan cara membiasakan peserta didik untuk Sholat Dzuhur berjama'ah dan Sholat Sunnah berjama'ah di Masjid Membaca Do'a bersama dan Murojaah Juz Amma dilaksanakan sebelum kegiatan belajar mengajar dan setelah pelajaran terakhir selesai. Membacanya secara bersama-sama dan berlangsung selama 15 menit . Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bentuk Ketaqwa'an dan rasa cinta kepada Allah SWT. Dengan kegiatan rutinitas ini diharapkan juga peserta didik dapat membaca Al-Qu'an dengan baik dan benar-benar memahami isi dari kandungan ayat Al-Qur'an yang dibacanya merupakan upaya membangun karakter cinta kepada Allah SWT, alam semesta beserta isinya.

- 2) Karakter Tanggung jawab dan disiplin dibangun dengan cara membiasakan peserta didik untuk masuk sekolah tepat waktu sesuai dengan ketentuan yang telah diterapkan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung.
- 3) Karakter Jujur dibangun dengan cara membiasakan peserta didik untuk berbuat yang baik dan dengan apa adanya sesuai apa yang telah dia lakukan, dengan adanya pembiasaan yang baik maka karakter jujur agar melekat pada karakter peserta didik dengan sendirinya.
- 4) Karakter Hormat dan Santun dibangun dengan cara pembiasaan kepada peserta didik apabila bertemu dengan Guru harus salam senyum dan sapa.
- 5) Karakter kasih sayang, peduli dan kerja sama dibangun dengan cara pembiasaan kepada peserta didik untuk berbuat baik dan keteladanan yang diberikan oleh guru maka karakter kasih sayang akan tumbuh bersamaan dengan karakter lainnya.
- 6) Karakter percaya diri, kreatif, kerja keras dan pantang menyerah dibangun dengan cara kegiatan diskusi aktif yang dilakukan oleh guru pada saat pembelajaran dikelas.
- 7) Karakter adil dan mempunyai jiwa kepemimpinan dibangun dengan cara penanaman kedisiplinan dan apabila peserta didik melanggar maka akan diberikan hukuman sesuai dengan apa yang telah dilangga, dengan begitu peserta didik akan mempunyai karakter adil karena guru tidak membedakan dalam memberikan hukuman dan jiwa kepemimpinan peserta didik akan terbangun karena meneladani dari sikap tenaga pendidik dan kependidikan yang ada di lingkungan sekolah.
- 8) Karakter baik hati dan rendah hati, karakter ini dibangun dengan cara keteladanan yang diberikan oleh guru-guru yang ada di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung karena dengan adanya keteladanan dan pembiasaan yang baik maka secara langsung akan ditiru oleh peserta didik-peserta didiknya
- 9) Karakter cinta damai dan persatuan dibangun dengan cara bersalaman antara peserta didik perempuan dan guru perempuan begitupula peserta didik laki-laki dengan guru laki-laki dengan adanya pembiasaan ini diharapkan peserta didik bias menerapkan dilingkungan sekolah dan dimanapun mereka tinggal sehingga akan muncul rasa saling menghormati, cinta damai dan persatuan tanpa membeda-bedakan suku, rasa dan lainnya.

PENUTUP

Pembahasan terkait dengan implikasi manajemen pemasaran jasa Pendidikan dalam pembentukan karakter di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsep manajemen pemasaran pendidikan di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung ada tujuh elemen pokok.
 - a. SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung mencetak generasi Qur'ani kebanggaan kota Bandar Lampung.
 - b. Biaya di SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung terdiri dari biaya pendaftaran, biaya bangunan, biaya SPP, dan biaya kegiatan ekstrakurikuler.
 - c. Lokasi sekolah cukup strategis karena cukup dengan pusat pemerintahan kota Bandar Lampung, dan akses yang mudah dijangkau oleh kendaraan umum.
 - d. Kegiatan promosi melalui sales promotion, personal selling, public relation, dan advertising.
 - e. Tenaga pendidik dan kependidikan secara procedural telah memenuhi kriteria profesional. Tenaga pendidiknya sudah menempuh jenjang Pendidikan S-1 dan S-2, dan tenaga kependidikan ada yang masih lulusan SMA dan sedang proses perkuliahan S-1.
 - f. Saran dan prasarana yang memenuhi prasarat terselenggaranya kegiatan belajar mengajar. Seperti ruangan ber-AC, wifi, proyektor, adanya ruangan UKS, dan lapangan olah raga.

- g. Proses Pendidikan didukung oleh kurikulum k-13 dan juga pengembangan minat dan bakat melalui berbagai kegiatan ekstrakurikuler, yaitu Tapak Suci, Hisbul Wathan, futsal, kaligrafi, tilawah, lukis.
2. Implikasi terhadap pembentukan karakter peserta didik SD Muhammadiyah 1 Bandar Lampung:
 - a. Keteladanan. Tenaga pendidik dan kependidikan senantiasa memberikan contoh yang baik dalam perkataan dan perbuatan.
 - b. Pembiasaan. Pada pelaksanaan proses Pendidikan, dilakukan pembiasaan pengamalan ibadah sunnah dan wajib secara berjamaah.
 - c. Penanaman kedisiplinan. Berdisiplin dalam berpakaian, masuk sekolah dan keluar sekolah sesuai jadwal yang telah ditentukan.
 - d. Diskusi. Mendidik peserta didik untuk saling berdiskusi dalam kelas dengan teman sebaya guna menanamkan sifat saling bekerjasama dan menghargai pendapat orang lain.
 - e. Pemberian hukuman. Pelanggaran yang dilakukan oleh peserta didik diberikan hukuman yang mendidik. Sehingga tidak hanya sekedar jera, namun memiliki kesadaran bahwa apa yang telah dia lakukan adalah sebuah kesalahan.

REFERENSI

- Ali, Mohammad (2010), *Reinvensi Pendidikan Muhammadiyah*, Jakarta, A-Wasat Publishing House.
- Alma, Buchari, & Hurriyati, Ratih (2088), *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung, Alfabeta.
- Arikunto, Suharsmi (1991), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Asmani, Jamal Ma'ruf (2009), *Manajemen Pengelolaan dan Kepemimpinan Pendidikan Profesional*, Yogyakarta, Diva Press.
- Boyd, Walker, & Larreche (2000), *Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Ellitan, Lenna (2003), *Strategi Mendongkrak Kualitas Pelayanan; Dalam Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, Amara Books.
- Fatah, Nanang (2000), *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Gaspersz, Vincent, *Total Quality Management*, terj, Jakarta, Gramedia Pusaka Utama.
- Hasbullah (2009), *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*, Jakarta, Rajawali Press.
- Hidayat, Ara, & Machali, Imam (2012), *Pengelolaan Pendidikan, Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah*, Yogyakarta, Penerbit Kaukaba.
- Irianto, Bahtiar, Yoyon, & Prihatin, Eka (2011), *Pemasaran Pendidikan dalam buku terbitan TIM Dosen Administrasi Pendidikan UPI yang berjudul "Manajemen Pendidikan"*, Bandung, Alfabeta.
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 211 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pengembangan Standar Nasional Pendidikan Agama Islam Pada Sekolah
- Khotler, Philip, & Keller, Kevin L. (2008), *Marketing Management*, diterj. Oleh Benyamin Molan dengan judul "Manajemen Pemasaran", jilid 2, edisi 12, cetakan kedua, Klaten, PT. Macanan Jaya Cemerlang.

- Khotler, Philip, *Marketing Management; Analysis, Planning, Implementation, and Control*, diterj. Oleh Jaka Wasana dengan judul “Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian”, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, & Amstrong (2001), *Principle of Marketing* diterj. oleh Damos Sihombing dengan judul “Prinsip-Prinsip Pemasaran”, jilid 1 edisi kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Lampiran Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 22 Tahun 2006 Tanggal 7 Juni 2006 Tentang Standar Isi
- Mastuhu (2003), *Menata Ulang Pemikiran Sistem Pendidikan Nasional dalam Abad 21*, Yogyakarta, Safiria Insania Press.
- Muhadjir, Noeng (2000), *Paradigma Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta, Rake Sarasin.
- Muhaimin (2009), *Manajemen Pendidikan; Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta, Kencana Press.
- Mursid, M. (2006), *Manajemen Pemasaran*, cetakan keempat, Jakarta, Bumi Aksara.
- Patilima, Hamid (2007), *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta.
- Poerwadarminta, W.J.S. (1984), *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka.
- Prayitno (2009), *Dasar Teori dan Praksis Pendidikan*, Jakarta, Grasindo. Rangkuti, Freddy (2008), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ririn, & Mastuti (2011), *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Kasus*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Salinan Lampiran Permendikbud No 54 Tahun 2013 Tentang Standar Kompetensi Lulusan
- Sallis, Edward (2006), *Total Quality Manajemen in Education; Management Mutu Pendidikan*, cetakan pertama, Yogyakarta, IRCiSoD.
- Sonhaji (1994), *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif*, Malang, Kalimasada.
- Sugiyono (2007), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Syafaruddin, & Nasution, Irwan (2005), *Manajemen Pembelajaran*, Jakarta, Quantum Teaching.
- Wijaya, David (2012), *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta, Salemba Empat.
- Zazin, Nur (2011), *Gerakan Menata Mutu Pendidikan; Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta, Ar-Ruzz Media.