

# **PRODUK-PRODUK JASA PENDIDIKAN**

**Oleh :** Bambang Wiyono

Kepala MIN 3 Magetan / Mahasiswa Program Doktor IAIN  
Tulungagung

**Email:** bams\_bambang31@yahoo.co.d

**Abstract:** Educational services products have a very important role in improving education quality. With quality educational service products, of course, it will also produce high quality education as well. To realize this, a creative management strategy for educational service products is needed.

This article intends to describe the definition, characteristics and form of educational services products. In addition, this article also discusses the strategy of educational service products to develop the quality of education by taking SD Baturaden as the case study setting.

Educational services is an act or activity that does not exist, which contains the process of guiding children to achieve maturity of reason and action in interaction with the environment, which is carried out in meeting the needs of consumers. Educational services have the characteristics of lacking standards and uniformity (less standardized and uniform), production and consumption at the same time (simultaneous production and consumption), and are more intangible than intangible (more intangible than tangible).

Forms of educational service products can be grouped into 3 types, namely (1) Reputation which is the ability of an educational institution's output consisting of abilities in the cognitive, psychomotor and attitude fields. (2) Prospect, which is the level of sustainability of the output of the educational institution after leaving the educational institution. (3) Variance, namely the availability of variations or various choices of various fields.

**Keywords:** Forms of Educational Services Products, Product Strategies, Education Quality Improvement

## Pendahuluan

Kualitas hasil dari suatu produksi atau yang dikenal dengan sebuah produk, akan sangat menentukan keberlangsungan dari sebuah produksi itu sendiri. Dengan produk yang berkualitas maka akan menarik para konsumen untuk membeli sekaligus menggunakan produk itu secara berkelanjutan. Sebaliknya, kualitas sebuah produk yang rendah akan memicu para konsumen untuk tidak bertahan dalam penggunaan produk itu sendiri dan cenderung mencari produk sejenis yang lebih baik.

Demikian juga dalam dunia jasa pendidikan. Keberhasilan sebuah lembaga pendidikan dalam menciptakan produk jasa pendidikannya yang berkualitas, maka akan menarik minat para pengguna jasa pendidikan tersebut sehingga lembaga pendidikan tersebut akan mampu menjaga eksistensinya.

## Pembahasan

### Karakteristik Jasa Layanan Pendidikan

#### 1. Pengertian Jasa Layanan Pendidikan

Secara sederhana layanan pendidikan dapat diartikan dengan jasa pendidikan. Kata jasa (service) itu sendiri memiliki berbagai arti, mulai arti pada pelayanan pribadi (personal service) sampai pada jasa sebagai suatu produk.<sup>1</sup>

Kotler dalam buku Manajemen Jasa Terpadu mendefinisikan jasa adalah tindakan atau aktifitas yang dapat diberikan kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksi jasa memungkinkan bersangkutan dengan produk fisik atau sebaliknya.<sup>2</sup> Selanjutnya Stanton mengartikan jasa sebagai kegiatan tidak berwujud yang merupakan obyek utama dari transaksi yang dirancang untuk menyediakan keinginan atau kepuasan kepada pelanggan.

Sedangkan Zaithmal dan Bitner berpendapat: *"include all economic activities whose output is not a physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, timeliness, comfort of health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser"*.<sup>3</sup> Jasa pada dasarnya merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dan pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya.

---

<sup>1</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat, ed II, 2006), 5

<sup>2</sup> M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2004), 6

<sup>3</sup> Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Ganexca, 2018), 334

Jasa meliputi segenap kegiatan ekonomi yang menghasilkan output (keluaran) berupa produk atau konstruksi (hasil karya) nonfisik, dikonsumsi pada saat diproduksi dan memberi nilai tambah pada bentuk (form) seperti kecocokan/kepentasan, kepraktisan, kenyamanan, dan kesehatan.

Sedangkan Pendidikan secara singkat dapat dijelaskan sebagai upaya menuntun anak sejak lahir untuk mencapai kedewasaan dengan berkembangakan akal dan fikiran serta mental, dalam melakukan interaksi disekitarnya.<sup>4</sup>

Berangkat dari definisi-definisi diatas dapat dijelaskan bahwa jasa layanan pendidikan merupakan suatu tindakan yang berisi proses menuntun anak untuk mencapai kedewasaan jasmani dan rohani dalam interaksi dengan lingkungan, yang dilaksanakan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

## 2. Karakteristik Jasa Pendidikan

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik jasa, diantaranya adalah Kotler mengemukakan bahwa jasa mempunyai empat ciri utama (1) tidak berwujud, sehingga konsumen tidak menggunakan panca indra untuk merasakan., (2) tidak terpisahkan (*inseparability*), dimana jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan jasa, (3) bervariasi (*variability*), dimana jasa seringkali berubah-ubah tergantung kapan, dimana, dan siapa yang memberikannya, (4) mudah musnah (*perishability*), jasa tidak dapat dijual pada masa yang akan datang.<sup>5</sup>

Sedangkan Baterson mengemukakan bahwa jasa mengandung delapan karakteristik, yaitu: (1) Jasa tidak dapat dikonsumsi atau disimpan pada saat dihasilkan; (2) Jasa itu tergantung pada waktu (3) Jasa bergantung pada tempat (4) Konsumen merupakan bagian integral dari proses produksi jasa; (5) Setiap orang atau hal lain yang berhubungan dengan konsumen mempunyai andil dalam memberikan peranan; (6) Perubahan pada konsep kebermanfaatn; (7) Karyawan penghubung merupakan bagian dari proses produksi jasa; (8) Kualitas jasa tidak dapat diperbaiki pada saat proses produksi karena produksi jasa terjadi secara real time.

Lebih spesifik terkait dengan jasa pendidikan, Buchari Alma menjelaskan bahwa pada dasarnya jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak memiliki dampak perpindahan hak milik, tidak berwujud dan memiliki karakteristik utama sebagai berikut:<sup>6</sup>

### a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak berwujud seperti produk fisik, yang menyebabkan pengguna jasa pendidikan tidak dapat melihat, mencium, mendengar, dan merasakan

---

<sup>4</sup> Nurkholis, Jurnal Kependidikan, Vol. 1 No. 1 Nopember 2013, 28

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Vol 2, Edisi Ketujuh, Terjemahan*, (Jakarta : Lembaga Penerbit FE-UI, 1999) , 14

<sup>6</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), 173

hasilnya sebelum mereka mengkonsumsinya (menjadi subsistem lembaga pendidikan). Untuk menekan ketidakpastian, pengguna jasa pendidikan akan mencari tanda atau informasi tentang kualitas jasa tersebut. Tanda maupun informasi dapat diperoleh atas dasar letak lokasi lembaga pendidikan, lembaga pendidikan penyelenggara, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan, serta besarnya biaya yang ditetapkan.

Beberapa hal yang akan dilakukan lembaga pendidikan untuk meningkatkan calon pengguna jasa pendidikan adalah: Meningkatkan visualisasi jasa yang tidak berwujud menjadi berwujud.

- 1) Menekankan pada manfaat yang akan diperoleh (lulusan lembaga pendidikan).
- 2) Menciptakan atau membangun suatu nama merek lembaga pendidikan (education brand name).
- 3) Memakai nama seseorang yang sudah dikenal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

b. Tidak Terpisah (*Inseparability*)

Jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu lembaga pendidikan yang menyediakan jasa tersebut. Artinya, jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak (simultan) pada waktu yang sama. Jika peserta didik membeli jasa maka akan berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan. Dengan demikian, jasa lebih diutamakan penjualannya secara langsung dengan skala operasi yang terbatas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dapat menggunakan strategi bekerja dalam kelompok yang lebih besar, bekerja lebih cepat, atau melatih para penyaji jasa agar mereka mampu membina kepercayaan pelanggannya (peserta didik).

c. Bervariasi (*Variability*)

Jasa pendidikan yang diberikan seringkali berubah-ubah. Hal ini akan sangat tergantung kepada siapa yang menyajikannya, kapan, serta di mana disajikan jasa pendidikan tersebut. Oleh karena itu, jasa pendidikan sulit untuk mencapai kualitas yang sesuai dengan standar. Untuk mengantisipasi hal tersebut, lembaga pendidikan dapat melakukan beberapa strategi dalam mengendalikan kualitas jasa yang dihasilkan.

d. Mudah Musnah (*Perishability*)

Jasa pendidikan tidak dapat disimpan dalam jangka waktu tertentu. Karakteristik jasa yang cepat musnah bukanlah suatu masalah jika permintaan akan jasa tersebut stabil karena jasa pendidikan mudah dalam persiapan pelayanannya. Jika permintaannya berfluktuasi, lembaga pendidikan akan menghadapi masalah dalam mempersiapkan pelayanannya. Untuk itu, diperlukan program pemasaran jasa yang sangat cermat agar permintaan terhadap jasa pendidikan selalu stabil.

Berdasarkan ciri dan karakteristik tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa jasa pendidikan mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud (*more intangible thantangible*);
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultananeous productionand consumption*);
- 3) Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standardizedanduniform*).

### **Bentuk Jasa Layanan Pendidikan**

Layanan yang ditawarkan lembaga dapat ditingkatkan melalui unsur kualitas jasa. Lembaga pendidikan merupakan organisasi yang memberikan pelayanan kepada stakeholder internal dan eksternal. Stakeholder internal terdiri dari semua lembaga di dalam sekolah (seperti yayasan, program studi, dan unit kegiatan siswa) dan para aktor yang berada di dalamnya (seperti siswa, guru, tata usaha, dan staf yang lain). Stakeholder eksternal terdiri dari alumni, orang tua siswa pemerintah dan masyarakat umum.

Keberhasilan sekolah diukur dari tingkat kepuasan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Sekolah dikatakan berhasil jika mampu memberikan pelayanan sama atau melebihi harapan pelanggan, karena mereka sudah mengeluarkan butged cukup banyak pada lembaga pendidikan.

Sekolah pada dasarnya adalah untuk anak usia sekolah, sedangkan orang tua dan masyarakat sebagai penilai atau pemantau saja. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan penilaian atau pemantauan dapat dilakukan oleh siswa sendiri, karena mereka yang telah merasakan pendidikan secara langsung dan segala bentuk program studi yang dijalani sekolah.

Demi kepentingan pendidikan hendaknya sekolah mendesain segala hal yang berhubungan dengan kebutuhan siswa di sekolah sesuai dengan perkembangan zaman. Sekolah harus dapat menyediakan program layanan siswa yang mudah dicapai dan lengkap.

Bentuk layanan yang ada dalam lembaga pendidikan ada dua, diantaranya adalah: <sup>7</sup>

#### **1. Layanan Pokok**

Yang termasuk dalam layanan pokok disini meliputi layanan kebutuhan siswa akan pembelajaran yakni berupa pengembangan pengetahuan, ketrampilan dan sikap. Dalam memenuhi kebutuhan siswa yang berhubungan dengan pelayanan siswa di sekolah, dalam menjalankan tugasnya kepala sekolah dibantu oleh para personil professional sekolah yang dipekerjakan pada sistem sekolah diantaranya adalah:

---

<sup>7</sup> Oteng Sutisno, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung : Angkasa, 1985) , 65

- a. Personil pelayanan pengajaran, terdiri dari orang-orang yang bertanggung jawab pokoknya ialah mengajar, baik sebagai guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain.
  - b. Personil pelayanan admistrasi, meliputi mereka yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personil lain dalam oprasi sekolah serta bagianbagiannya.
  - c. Personil pelayanan fasilitas sekolah, meliputi tenaga-tenaga di perpustakaan, pusat-pusat sumber belajar dan laboratorium bahasa; ahliahli teknik dan tenaga yang terlibat dalam fungsi mengajar atau fungsi melayani siswa.
  - d. Personil pelayanan murid atau siswa, meliputi pada spesialis yang tanggung jawabnya meliputi bimbingan dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan, nasehat medis dan pengobatan, testing dan penelitian, penempatan kerja dan tindak lanjut, serta koordinasi kegiatan murid.
2. Layanan Bantu

Perubahan dinamika masyarakat yang cepat seperti yang kita alami saat ini, sekolah merupakan pemegang peranan penting, dengan memberikan banyak pelayanan yang diharapkan dari sekolah, antara lain adalah:

- a. Pelayanan perpustakaan

Perpustakaan merupakan salah satu sarana pembelajaran yang dapat menjadi sebuah kekuatan untuk mencerdaskan bangsa. Perpustakaan mempunyai peranan penting sebagai jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan. Perpustakaan memberi kontribusi penting bagi terbukanya informasi tentang ilmu pengetahuan.

- b. Pelayanan gedung dan halaman sekolah

Dengan memelihara gedung sekolah secara sistematis dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi operasi sekolah. Hal ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan pemeliharaan yang terus menerus untuk menjamin kondisi gedung sekolah yang paling baik. Sehingga dapat menciptakan suasana belajar yang nyaman, memajukan kesehatan dan keamanan, melindungi barang-barang milik sekolah, dan memajukan citra masyarakat yang sesuai.

- c. Pelayanan kesehatan dan keamanan

Tujuan penting pendidikan di sekolah adalah kesehatan fisik dan mental, maka sekolah memperkenalkan program pendidikan jasmani dan kesehatan. Maka perhatian sekolah diarahkan pada terciptanya kesehatan yang lebih baik dan lingkungan fisik yang lebih membantu bagi proses belajar.

## Produk Jasa Pendidikan

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>8</sup>

Menurut Sri Minarti, dalam jasa pendidikan, produk yang ditawarkan kepada siswa ialah reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Sekolah yang baik menawarkan reputasi/mutu pendidikan yang tinggi, prospek bagi siswa setelah lulus, dan pilihan konsentrasi berbagai program yang bervariasi sehingga calon siswa dapat memilih bidang yang sesuai dengan bakat dan minat mereka.<sup>9</sup>

Sedangkan menurut Bukhari, produk dari sekolah adalah jasa kependidikan yang dapat dirinci atas :<sup>10</sup>

1. Jasa kurikuler meliputi kurikulum, silabus umum (GBPP), rancangan bahan pembelajaran, penyajian bahan pembelajaran, dan evaluasi
2. Jasa penelitian, berupa berbagai penelitian dan hasilnya atau pengembangan kemampuan guru dalam meneliti dan membaca hasil penelitian.
3. Jasa ekstrakurikuler, meliputi berbagai kegiatan pelayanan di luar jasa kurikuler, seperti kegiatan kesenian, olah raga, prakarya dan lain-lain
4. Jasa pengembangan kehidupan bermasyarakat, meliputi layanan untuk mengembangkan kemampuan para peserta didik untuk hidup bermasyarakat seperti mengobservasi kehidupan petani, pengusaha/perusahaan industry, mengunjungi rumah sakit, mengunjungi rumah-rumah ibadah, panti asuhan dan memberi bantuan dan lain-lain
5. Jasa administrasi/ketatausahaan, berupa layanan berbagai surat keterangan, surat pengantar bagi peserta didik, laporan hasil belajar.
6. Jasa layanan khusus, berupa layanan bimbingan dan konseling, layanan perpustakaan, layanan usaha kesehatan sekolah, layanan kantin, dan layanan transportasi atau bus.

Produk jasa pendidikan hanya dikonsumsi oleh konsumen, pada saat proses produksi berlangsung. Sementara, produk barang dan jasa lain, selain pendidikan, yang terlihat secara fisik biasanya diproduksi di pabrik atau di tempat-tempat tertentu. Pada bidang jasa pendidikan, faktor penyedia jasa pendidikan (orang) langsung berperan dalam proses produksi jasa tersebut.

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa bentuk produk jasa pendidikan dapat dikelompokkan ke dalam 3 macam :

### 1. Reputasi

Reputasi merupakan kemampuan output lembaga pendidikan yang terdiri dari kemampuan di bidang kognitif, psikomotor dan sikap. Kemampuan ini

<sup>8</sup> Kotler, *Marketing Manajemen 10<sup>th</sup> edition*, (Upper Saddle River: Prentice Hall. Inc), 54

<sup>9</sup> Sri Minarti, *Manajemen Sekolah*, (Jogjakarta : Ar-Ruz Media, 2012), 390

<sup>10</sup> Buchari Alma & Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), 227-228



diperoleh dari hasil proses pembelajaran dan pembudayaan yang telah dilakukan oleh lembaga pendidikan secara berkelanjutan terhadap peserta didik. Kualitas kemampuan output lembaga pendidikan sangat tergantung dari kualitas program-program yang direncanakan dan dijalankan oleh lembaga pendidikan yang bersangkutan.

## 2. Prospek

Prospek dalam hal ini adalah tingkat keberlangsungan dari output lembaga pendidikan setelah keluar dari lembaga pendidikan tersebut. Apakah output mudah diterima oleh lembaga pendidikan berikutnya atau mudah diterima di lingkungan sebagai tenaga kerja bahkan sebagai warga Negara yang baik.

## 3. Varians

Vrians ialah tersedianya variasi atau ragam pilihan berbagai bidang. Ketika persediaan terpenuhi maka ragam pilihan ini sangat memungkinkan para siswa untuk memilih sesuai potensi yang dimiliki

## **Strategi Produk dalam Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan ( Studi kasus di SD Alam Batu Raden )**

### 1. Profil Singkat

#### a. Letak Geografis

SD Alam Baturraden (SABar) mengambil arsitektur lanskap gunung dan hutan yang mejadi kekayaan alam daerah Baturraden dan sangat kondusif untuk eksplorasi, pembelajaran dan petualangan siswa. Lokasi Sekolah Alam Baturraden yang diajukan untuk tingkat Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar adalah di petak 38-g (seluas 2,3 Ha) di wilayah kerja KPH Banyumas Timur yang merupakan pangkuan dari Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Wana Karya Lestari Desa Kemutug Lor Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah.<sup>11</sup>

#### b. Pengelolaan Sekolah Alam Baturraden:

##### 1) Modal produktif

Pengelolaan alam untuk pertanian dan peternakan dari praktek, pengelolaan sampah dan Wisata Pendidikan akan menghasilkan dana untuk membiayai sendiri (Swadana)

##### 2) Sarana pengembangan manusia

Kebersamaan, keterikatan antara manusia dengan alamnya menghasilkan manusia berwawasan lingkungan.

##### 3) Wisata pendidikan

---

<sup>11</sup> Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturaden*, Tarbawi.vol 8, No 2 th 2015, 127-128



Berbagai sarana dan fasilitas yang akan dibangun dapat dioptimalkan sebagai Wisata Pendidikan terutama pada hari libur nasional dan libur sekolah di akhir pekan (Sabtu dan Minggu).

- 4) Metode pembelajaran yang digunakan pada SD Sekolah Alam Baturraden adalah sebagai berikut:
  - a) Tauladan: memberikan contoh aplikatif.
  - b) Pembiasaan: “dapat karena biasa” tanpa membebani.
  - c) Outing dan Riset: melakukan pengamatan terhadap kondisi dan fenomena alam, budaya dan masyarakat.
  - d) Outbound: permainan/atraksi high/low impact, tracking (lintas alam), caving (menyusuri gua) guna membangun mentalitas peserta didik.
  - e) Magang: menginteraksikan peserta didik dengan unit, pelaku dan lingkungan bisnis.
  - f) Sekolah Alam Baturraden adalah sekolah yang dibangun atas dasar 4 pilar pokok, yaitu: Akhlakul karimah, Logika Ilmu pengetahuan, Kepemimpinan dan Kewirausahaan
- 5) Standar kelulusan yang dimiliki oleh SD Sekolah Alam Baturraden adalah sebagai berikut:
  - a) Memiliki akhlakul karimah
  - b) Menguasai ilmu pengetahuan
  - c) Memiliki life skill
  - d) Berjiwa pemimpin
  - e) Berjiwa entrepreneur
  - f) Cinta alam dan lingkungan
- 6) Tujuan

Sebagai lembaga pendidikan yang bernaung di bawah payung Yayasan Masyarakat Madani Indonesia Baru, Lembaga Pendidikan Sekolah Alam Baturraden di dalam aktivitas penyelenggaraan pendidikan memiliki:

Tujuan secara umum:

- a) Meningkatkan peran serta Yayasan Masyarakat Madani Indonesia Baru sebagai pusat kegiatan pendidikan, dakwah dan sosial di Banyumas.
- b) Mengembangkan pelayanan pendidikan dasar bagi masyarakat Banyumas.

Tujuan secara khusus:

- a) Mengembangkan konsep sekolah alam berbasis akhlakul karimah.
- b) Menyediakan sarana dan prasarana pendidikan.
- c) Menyelenggarakan proses belajar mengajar.

## 2. Implementasi Strategi Produk

Produk yang ditawarkan oleh sekolah alam Baturraden kepada pelanggan merupakan produk yang secara global dapat direalisasikan dalam visi sekolah

tersebut yakni menjadi kualitas output yang rahmatan lil alamiin. Hal tersebut tentunya sesuai dengan landasan yang dimiliki sekolah tersebut yakni berdasarkan Al-Quran dan Hadis. Kalimat rahmatan lil'alamindapat dijabarkan dengan sangat luas kedalam kegiatan pembelajaran di antaranya dengan pembelajaran terintegrasi, kegiatan intra sekolah seperti Business Day, perkusi, memanah, outbound, dan kegiatan yang lain-lain.

Program yang ditawarkan pun memiliki dua varian yakni program reguler dan juga program inklusi. Program inklusi difokuskan pada anak-anak yang memiliki kebutuhan khusus. Program inklusi ini memiliki kurikulum khusus inklusi dan memiliki fasilitator pendamping, selain wali kelas itu sendiri. Sekolah yang baru berdiri 7,5 tahun ini telah memiliki ijin dari dinas pendidikan yang merupakan hal pendukung utama dalam pemasaran jasa pendidikan.

Dari sisi reputasi, Sejauh ini, SD Alam Baturraden telah mengikutsertakan serta meloloskan siswa didik mereka ke dalam beberapa kejuaraan seperti olimpiade IPA, Matematika, Catur, perlombaan Origami, dsb.

SD Alam Baturraden juga sudah mulai dikenal di kancah nasional maupun internasional. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya kedatangan sekolah alam yang lain dari berbagai daerah seperti dari Bontang, Riau, Bandung, Cilacap, Kebumen, Lampung, dll. serta kedatangan beberapa kali tamu dari Belanda dan Belgia.

Sedangkan prospek SD Alam Baturraden adalah para siswa dapat bersaing dengan siswa lain yang dan dapat hidup lebih mandiri, di mana hal tersebut sangat ditunjang oleh fasilitas yang diberikan oleh sekolah tersebut dengan adanya penanaman kemampuan berbisnis pada anak sejak usia dini.

## **Kesimpulan**

Jasa layanan pendidikan merupakan suatu tindakan atau aktivitas yang tidak berwujud, yang berisi proses menuntun anak untuk mencapai kedewasaan jasmani dan rohani dalam interaksi dengan lingkungan, yang dilaksanakan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen, dengan karakteristik Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud (more intangible thantangible); Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (simultananeous productionand consumption); Kurang memiliki standar dan keseragaman (less standardizedanduniform).

Bentuk layanan jasa pendidikan dapat dikategorikan kedalam layanan pokok seperti layanan pembelajaran dan penanaman akhlaq / budi pekerti dan juga layanan bantu seperti layanan kesehatan, perpustakaan, bimbingan dan konseling dan lain-lain.

Produk jasa pendidikan merupakan sesuatu yang tidak berwujud benda yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat dikategorikan kedalam 3 macam yakni, reputasi, prospek, dan variasi pilihan.

Strategi produk jasa pendidikan sangat mempengaruhi mutu pendidikan atau kepuasan pelanggan sebagaimana yang terjadi di SD Alam Baturaden Jawa Tengah, dimana dengan produk jasa pendidikan yang ditawarkan mampu menjadikan lembaga SD Alam Baturaden sebagai lembaga pendidikan yang dikenal di tingkat nasional bahkan tingkat internasional

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturaden*, Tarbawi.vol 8, No 2 th 2015
- Buchari Alma & Ratih Hurriyati, 2009, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung : Alfabeta
- Buchari Alma, 2009, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, Bandung : Alfabeta
- Kotler, *Marketing Manajemen 10<sup>th</sup> edition*, Upper Saddle River: Prentice Hall. Inc
- M.N. Nasution, 2004, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesi
- Nurkholis, *Jurnal Kependidikan*, Vol. 1 No. 1 Nopember 2013
- Oteng Sutisno, 1985, *Administrasi Pendidikan*, Bandung : Angkasa
- Philip Kotler, 1999, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Vol 2, Edisi Ketujuh, Terjemahan*, Jakarta : Lembaga Penerbit FE-UI
- Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, , Jakarta : Salemba Empat, ed II
- Sri Minarti, 2012, *Manajemen Sekolah*, Jogjakarta : Ar-Ruz Media
- Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia, 2008 *Manajemen Pendidikan*, Bandung : Ganexca