

STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK DI TK ABA III AMBULU

Rahmadita Elsa Effendy, Feti Fatimah, Budi Santoso
Program Studi S1 Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember

Correspondence		
Email: Rahmadita.elsa29@gmail.com	No. Telp: 085641760764	
Fetifatimah@unmuhjember.ac.id		
Budisantoso@unmuhjember.ac.id		
Submitted: 13 September 2023	Accepted: 22 September 2023	Published: 23 September 2023

ABSTRACT

Manajemen Pemasaran Pendidikan memiliki peran penting dan strategis bagi kelangsungan sebuah lembaga. Manajemen pemasaran pendidikan harus sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta penyerahan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Desa Andongsari memiliki sekolah taman kanak-kanak yang saling bersaing strategi pemasarannya. Hal ini TK ABA III Ambulu memiliki strategi yang dapat diterima oleh masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan. Strategi yang dilakukan lembaga sehingga dipercaya oleh masyarakat dalam mengembangkan pendidikan memiliki keseimbangan antara akademik, non akademik dan keagamaan. Adapun perumusan pemasalahannya yaitu bagaimana strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pada TK ABA III Ambulu. Dari perumusan permasalahan tersebut peneliti mempunyai tujuan untuk mengetahui strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pada TK ABA III Ambulu. Metode penelitian yang digunakan melalui pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data antara lain : observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh oleh peneliti bahwa TK ABA III Ambulu dalam strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan dinilai oleh masyarakat cukup baik dan sudah sesuai. Dengan hal ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa TK ABA III Ambulu sudah baik dalam strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan menggunakan 7 tahapan dan untuk pengimplementasiannya sudah sesuai dengan menggunakan marketing mix 7P.

Kata kunci: Strategi manajemen pemasaran, jasa pendidikan, kuantitas siswa

Pendahuluan

Pemasaran pendidikan sudah tidak menjadi hal yang tabu lagi bagi masyarakat modern dewasa saat ini, hal ini berbeda dengan masyarakat dulu yang seakan-akan rishi dan tidak setuju perihal manakala pendidikan di pasarkan, yang seakan-akan pendidikan merupakan tugas murni hanya untuk mencerdaskan anak bangsa tanpa perlu untuk dipasarkan seperti yang terjadi dalam dunia bisnis, hal ini terjadi karena adanya kesalahan dalam memahami hakekat dari pemasaran pendidikan yang dimaksud (Kustian et al., 2018).

Manajemen pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategis bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan Islam, manajemen pemasaran pendidikan harus bertitik-tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen (masyarakat) dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta penyerahan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Hal ini tentu menuntut lembaga pendidikan agar mampu bersaing dalam proses pemasaran pendidikan. Apabila lembaga pendidikan memiliki pemasaran pendidikan yang baik dengan didukung oleh fasilitas-fasilitas yang memadai, maka kualitas lembaga pendidikan akan semakin meningkat. Akan tetapi, apabila lembaga pendidikan lemah dalam pemasaran pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurangnya peminat (kuantitas) apalagi dari segi kualitas dan prestasinya (Dimas Hendika Wibowo et al., 2015).

Sekolah adalah lembaga nonprofit yang bergerak di bidang jasa pendidikan dan merupakan wadah berlangsungnya pendidikan, yang didalamnya focus pada pendidikan yang

tujuannya adalah adanya peningkatan dan pengembangan kualitas maupun kuantitas sumber daya manusia. Lembaga pendidikan merupakan sebuah produsen jasa pendidikan, yang dahulu hanya dipandang sebagai seller's market, dimana para prang tua atau wali calon peserta didik mendaftarkan anaknya ke sekolah tanpa harus banyak berfikir. Namun beberapa tahun terakhir ini, beberapa lembaga pendidikan mulai merasakan kesulitan mencari calon peserta didik, masyarakat mulai cerdas dan selektif dalam memilih lembaga pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan yang diinginkan. Apalagi dengan bertambah banyaknya lembaga pendidikan mulai dari jenjang pendidikan usia dini hingga pendidikan perguruan tinggi. Dimana lembaga pendidikan tersebut menawarkan berbagai macam fasilitas dan menawarkan berbagai macam keunggulan.

Langkah strategi yang diambil untuk membentuk lingkungan eksternal maupun internal menjadi lebih baik dengan menganalisis suatu lembaga menggunakan konsep bauran pemasaran 7P. Pada konsep bauran pemasaran 7P memiliki 7 elemen yang menjadi dasar untuk merancang sebuah strategi pemasaran, 7 elemen tersebut terdiri dari produk, price, place, promotion, people, process serta physical evidence. Ketujuh elemen tersebut membuat konsep bauran pemasaran 7P ini menjadi lebih kompleks karena melibatkan elemen-elemen diluar produk yang dijual. Berdasarkan 7 elemen tersebut maka pelaku bisnis diharapkan bisa mengidentifikasi hingga merancang sebuah strategi pemasaran yang ideal bagi produk yang dimiliki. Yang pertama produk merupakan elemen dasar karena menjadi objek yang dijual atau ditawarkan kepada pasar atau konsumen. Faktor kualitas menjadi hal utama dari sebuah produk karena produk yang berkualitas akan lebih mudah dijual serta menghasilkan pengalaman positif bagi konsumennya. Yang kedua price atau harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Harga merupakan bentuk pengorbanan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan (Isfahila et al., 2018). Ketiga place atau tempat juga memiliki peran yang harus diperhatikan dalam pengambilan keputusan konsumen. Saluran distribusi (place) adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menyampaikan barang-barang hasil produksi suatu perusahaan dari produsen kepada para pembeli atau kepada calon pembeli (Fatimah, 2021). Bauran Pemasaran 7P yang keempat promotion atau promosi merupakan hal yang harus diperhatikan karena dapat mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Tujuan promosi tidak hanya memperkenalkan barang, akan tetapi juga untuk menimbulkan keyakinan dan kesadaran yang dapat menarik dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Fatimah, 2021). Kelima people atau orang merupakan elemen konsep bauran pemasaran yang berwujud sumber daya manusia. Kualitas SDM yang baik akan berdampak baik bagi sebuah perusahaan karena berpotensi memiliki performance yang baik. Keenam process atau proses merupakan elemen yang berkaitan dengan penanganan pelaku bisnis dalam melayani konsumen. Bagian ini diawali dari pemasaran atau order hingga produk sampai ditangan konsumen. Dan yang ketujuh physical evidence atau tampilan fisik ini berkaitan dengan citra atau tampilan perusahaan atau pelaku bisnis. Desain tempat usaha, kemasan produk hingga citra yang diusung merupakan bagian dari tampilan fisik. Itulah 7 elemen bauran pemasaran 7P yang menjadi dasar dari konsep pemasaran yang lebih kompleks dengan variable yang melibatkan produk hingga elemen diluar produk seperti hubungan dengan konsumen.

TK ABA III Ambulu merupakan TK yang berdiri pada 29 Februari 1992 di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember yang berstatus TK swasta yang sudah memiliki Akreditasi B. Selama 30 tahun TK ABA III Ambulu telah memberikan pelayanan jasa pendidikan kepada masyarakat dan hingga kini TK ABA III Ambulu tetap eksis dan mampu bersaing dengan

lembaga lainnya yang ada di kabupaten Jember khususnya di kecamatan Ambulu. TK ABA III Ambulu juga telah mencetak prestasi akademik maupun non akademik, baik tingkat kecamatan maupun kabupaten. Perkembangan dan kemajuan jasa pendidikan telah ada pada lembaga pendidikan ini dalam beberapa aspek seperti program pembelajaran yang beragam dan menyenangkan, fasilitas sekolah yang lengkap dan menunjang, serta ekstrakurikuler yang telah disediakan sekolah. Demikian, dapat dijadikan sebagai bahan promosi yang dimiliki sekolah untuk menarik perhatian calon pelanggan agar memiliki minat untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut. Dengan adanya macam-macam fasilitas yang sudah disediakan oleh sekolah tersebut dan konsep pembelajaran yang sudah dirancang sedemikian rupa begitu beragam dan menyenangkan itu akan dapat menarik anak-anak ataupun orang tua dari anak-anak. Akan tetapi berbanding terbalik dengan ekspektasi atau keinginan pengurus lembaga tersebut yang menginginkan kuantitas peserta didik baru dapat memenuhi target. Namun, dibalik semua itu, TK ABA III Ambulu juga dituntut untuk terus eksis dan berkembang mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat memenuhi tuntutan dan permintaan untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas dan berkarakter, dan mengembangkan potensi anak sejak usia dini sesuai perkembangan dan tingkatnya. Permasalahan-permasalahan yang terjadi pada TK ABA III Ambulu mencakup masalah dari 7P yaitu pertama, pada produk (*product*) yang salah satu permasalahannya pada tenaga pendidik yang jumlahnya tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Pada kurangnya tenaga pendidik pada TK ABA III Ambulu dapat mengakibatkan kelambatan dalam menjalankan tugas tugas, dan mengakibatkan setiap guru tidak dapat fokus pada satu tugas yang ada karna adanya tugas tugas yang double. Kedua, pada tempat (*place*), sebenarnya untuk tempat sendiri sangat strategis dikarenakan dalam menjalankan kegiatan keagamaan sudah terfasilitasi pada lingkungan tersebut adanya masjid yang tempatnya tidak jauh dari sekolahan TK dan ketika ada kegiatan yang membutuhkan tempat yang sangat lapang juga bisa ditempatkan didepan lingkungan masjid tersebut, tetapi pada letak lokasi yang berada di lingkup desa mengakibatkan banyak orang tidak tahu keberadaan sekolahan tersebut kecuali masyarakat yang memang berdomisili di desa tersebut. Letak lokasi sekolah juga memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan sebuah pilihan. Ketiga, pada promosi (*promotion*) dalam menawarkan jasa pendidikan TK ABA III Ambulu ini kurang dikarenakan pada perkembangan zaman ini banyak sekali orang-orang dalam menawarkan suatu produk maupun jasa pendidikannya yang melalui media sosial, untuk TK ABA III ini tidak menawarkan sekolahan tersebut pada media sosial dikarenakan tidak adanya tenaga kerja yang menguasai dalam bidang memasarkan melalui media sosial. Jadi, untuk kegiatan memasarkan TK ABA III Ambulu hanya melalui mulut ke mulut. Keempat, orang (*people*) pada pelayanan yang diberikan dari guru yang ada sudah baik tetapi masih memerlukan beberapa orang yang paten dan memenuhi dalam bidang ekstrakurikulernya. Kelima, lingkungan fisik (*physical evidence*) pada TK ABA III Ambulu desain dan tata letak gedung maupun kelas-kelas yang kurang tepat mengakibatkan kondisi sekolahan tidak menarik, gelap, dan tempat olahraga pada lingkungan sekolah yang kurang luas. Permasalahan tersebut menjadi alasan untuk meneliti dan menganalisis tentang permasalahan-permasalahan yang terjadi pada TK ABA III Ambulu dan betapa pentingnya menerapkan strategi pemasaran dalam suatu lembaga pendidikan untuk mencapai pencapaian-pencapaian yang diinginkan oleh pihak sekolah yang salah satunya untuk meningkatkan kuantitas peserta didik baru. Selain itu, permasalahan yang perlu dicatat oleh TK ABA III Ambulu untuk 5 tahun terakhir terjadi penurunan jumlah siswa. Permasalahan tersebut menjadi alasan untuk meneliti dan menganalisis tentang permasalahan-permasalahan yang terjadi pada TK ABA III Ambulu dan betapa pentingnya menerapkan strategi pemasaran dalam suatu lembaga pendidikan untuk mencapai pencapaian-pencapaian yang diinginkan oleh pihak sekolah yang salah satunya untuk meningkatkan kuantitas peserta didik baru.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka muncul perumusan masalah yang harus dipecahkan. Perumusan masalah tersebut adalah “Bagaimana strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pada TK ABA III Ambulu?”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian adalah “Untuk mengetahui strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kuantitas pada TK ABA III Ambulu”.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Sugiyono (2016:24) menyatakan pernyataan yang dikutip pada (Hasanah, 2017) bahwa metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meeliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci.

Jenis Data

Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui observasi dan wawancara dengan informan. Hasil dari observasi berupa catatan-catatan penting dilapangan serta fotto-foto dokumentasi. Data primer tersebut juga diperoleh dari hasil wawancara dengan 3 (tiga) informan tersebut.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat dalam penelitian ini adalah di TK ABA III Ambulu, Krajan-Andongsari, Kecamatan Ambulu RT 003 RW 001 Kabupaten Jember dan dilaksanakan pada bulan juli hingga selesai.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang termasuk dalam sumber data primer yang diperoleh peneliti dengan cara mengamati secara langsung ke objek penelitian, dilihat dari kejadian-kejadian yang terjadi pada objek tertentu. Dimana peneliti akan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk mendapatkan dan mencatat data-data yang diperlukan.

2. Wawancara

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang termasuk dalam sumber data primer yang diperoleh peneliti dengan cara interksi atau Tanya jawab antara dua orang yang saling berkaitan untuk memperoleh data yang diperlukan.

3. Dokumentasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang termasuk dalam sumber data sekunder yang diperoleh peneliti dengan cara mengumpulkan data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang akurat atau catatan-catatan yang tersimpan, baik berupa catatan,

buku dan lainnya. Dimana penelitian ini untuk mendapatkan data yang dimaksud baik teori dan laporan yang ada diobjek peneliti.

Analisis Data

1. Pengumpulan data, yaitu mengumpulkan data yang ada dilokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.
2. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.
3. Penyajian data adalah suatu kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data berupa matriks, grafik, dan bagan.
4. Kesimpulan (conclusion) dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Hasil penelitian dapat disimpulkan dengan memberikan gambaran umum mengenai persoalan strategi manajemen pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya minat calon peserta didik sehingga meningkatnya kuantitas peserta didik pada TK ABA III Ambulu.

Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian bertujuan untuk menjaga keabsahan data yang diperoleh selama melakukan penelitian dan sebagai sarana pembuktian bahwa penelitian ini adalah penelitian ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Kuncono (2012:190) validitas didefinisikan sebagai kesesuaian antara alat ukur dengan sesuatu yang hendak diukur. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa hasil ukur yang didapat akan menjadi dimensi ukuran yang sebenarnya dapat dipertanggungjawabkan. Validitas data dalam penelitian kualitatif mengacu pada apakah ketentuan penelitian secara akurat mencerminkan situasi dan didukung oleh bukti.

Deskripsi Objek Penelitian

1. Visi Kecamatan Balongbendo

“terciptanya Sistem Pendidikan Pra Sekolah Kondusif, Demokratis Islami Diridloi oleh Allah SWT Dalam Rangka Mengembangkan Potensi Anak Sejak Usia Dini Sesuai Perkembangan Dan Tingkatnya”.

2. Misi Kecamatan Balongbendo

1. Membekali Perkembangan Anak Dengan Keimanan Sehingga Mereka Menjadi Anak Yang Beriman dan Bertaqwa
2. Mengembangkan Potensi Anak Sedini Mungkin
3. Menciptakan Suasana Kondusif
 - Demokratis Dan Perkembangan
 - Pertumbuhan Anak Selanjutnya

3. Struktur Organisasi

Lembaga Taman Kanak - kanak mempunyai struktur keorganisasian yang memiliki fungsi sebagai penjabaran masing-masing posisi staf di lembaga pendidikan tersebut yang

diselaraskan dengan fungsi maupun tugas pokoknya dan perepresentasiannya menggunakan simbol garis komando. Adapun struktur organisasi TK Aisyiyah Bustanul Athfal III Ambulu.

Adapun struktur lembaga TK Aisyiyah Bustanul Athfal III Ambulu:

- a. Pembina: Pca. Bag.Dikdasmen
- b. Kepala: Erna Setyowati, S.Pd.
- c. Komite Tk: Like Sriwijayanti
- d. Program Pendidikan: Al Islam-Kemuhammadiyah
- e. Tata Usaha
- f. Guru Klp. A: Nisful Laily, S.Pd.
- g. Guru Klp, B: Insiyati, S.Pd
- h. Murid

Hasil dan Pembahasan

Formulasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di TK ABA III Ambulu

Dalam strategi pemasaran jasa pendidikan pada TK ABA III AMBULU selalu memperhatikan manajemen pemasarannya, unsur - unsur strategi pemasaran dan memperkuat bauran pemasaran, dengan upaya melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi, segmentasi, targetting, positioning dan tentunya memperhatikan persaingan pasar yang ada disekitar lokasi pada saat itu dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Sebagai solusi TK ABA III AMBULU telah memikirkan bagaimana langkah-langkah atau tahapan-tahapan penting yang dilakukan dalam strategi pemasaran jasa pendidikan, antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Penyusunan Strategi Pemasaran Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Insiyati selaku guru di TK ABA III Ambulu diatas menyatakan bahwa sebelum menentukan perencanaan penyusunan strategi pemasaran yang dilakukan harus melakukan rapat terlebih dahulu antara kepala sekolah, guru dan Ibu – ibu Pimpinan Ranting ‘Aisyiyah Andongsari untuk menentukan apa saja yang akan dipersiapkan dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dan menyusun strategi – strategi apa saja yang akan dilakukan. Ada beberapa strategi – strategi yang sudah dilakukan sebelumnya, diantaranya : memasang banner di lingkungan sekolah, pembagian brosur kepada wali murid, masyarakat sekitar dan lain sebagainya. Selain itu, pihak kepala sekolah dan dewan guru TK ABA III Ambulu memposting berbagai kegiatan – kegiatan yang dilakukan agar selain masyarakat sekitar dan wali murid TK ABA III Ambulu dapat dikenal oleh banyak orang dan mempermudah dalam mempromosikan lembaga. Setelah melakukan rapat menentukan perencanaan penyusunan strategi pemasaran yang akan diterapkan yaitu langkah selanjutnya menyusun strategi pengelompokkan pasar.
2. Strategi Pengelompokan Pasar Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu laily selaku ibu guru di TK ABA III Ambulu menyatakan bahwa sistem pembelajaran yang dilakukan di TK ABA III tidak monoton ke pembelajaran kelas saja akan tetapi juga melakukan kegiatan ekstrakurikuler setiap hari sabtu dengan bertujuan untuk mengembangkan prestasi – prestasi atau bakat – bakat yang dimiliki oleh anak sehingga perkembangannya lebih meningkat dan prestasi atau bakat yang dimiliki bisa lebih menguasai. Pada hari sabtu biasanya kegiatan yang dilakukan lebih condong ke bidang seni, olahraga dan lain sebagainya, sehingga selain meningkatkan bakat anak juga bertujuan untuk anak tidak mudah jenuh dalam system pembelajaran yang dilakukan.
3. Strategi Target Pasar sasaran Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Insiyati menyatakan bahwa target pasar sasarnya adalah lingkungan sekitar TK ABA III Ambulu terlebih

dahulu yang usia anaknya sudah memenuhi syarat setelah itu masyarakat yang berada diluar lingkungan TK ABA III Ambulu dan diluar desa Krajan – Andongsari. Usaha yang dilakukan oleh kepala sekolah dan dewan guru TK ABA III Ambulu dengan cara melakukan pendekatan datang ke rumah calon siswa baru secara langsung. Selain calon siswa baru dilingkungan sekitar diluar desa Krajan – Andongsari juga sama dengan melakukan pendekatan dengan berkunjung ke rumahnya serta menjelaskan dan meyakinkan kepada orang tuanya bahwa di TK ABA III Ambulu banyak alumni – alumni yang berprestasi baik dari akademik maupun non akademik dan sistem kegiatan yang dilakukan sangatlah baik untuk anak usia TK serta fasilitas – fasilitas yang ada sangatlah terjangkau sesuai dengan keinginan wali murid.

4. Strategi Penentuan Pasar Setiap lembaga pendidikan pasti memiliki keunggulan – keunggulan yang ditonjolkan untuk menghadapi persaingan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Insiyati yang menyatakan bahwa TK ABA III Ambulu mempunyai keunggulan yang menonjol daripada dengan TK yang lainnya yaitu dari segi bidang seni, adanya ekstrakurikuler yang dilakukan setiap hari sabtu. Dimana hari tersebut dikhususkan untuk mengembangkan potensi pada anak usia dini dalam berkreasi memainkan alat musik melalui latihan drumband. Adapun tambahan ekstrakurikuler bela diri yaitu tapak suci yang termasuk dalam Ortom Muhammadiyah, karena TK ABA III Ambulu adalah lembaga yang dinaungi oleh Muhammadiyah dan ‘Aisyiyah yang sudah seharusnya mengembangkan Ortom – Ortom Muhammadiyah dan anak dapat mengerti serta memahami tentang Muhammadiyah. Selain ekstrakurikuler dari bidang seni, TK ABA III Ambulu juga ada dari bidang agama yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan tentang agama untuk anak usia dini, kegiatannya antara lain: menghafalkan bacaan sholat dari takbirotul ikhrom hingga attahiyat akhir, menghafal do’a-do’a setelah sholat, hafalan surat – surat pendek, menghafalkan 99 asmaul husna serta bisa baca tulis al-qur’an. Terakhir juga ada dari segi bidang kognitif, kegiatan yang dilakukan adalah membimbing anak – anak agar mampu membaca buku cerita dengan lancar, yang sebelumnya dari anak yang tidak bisa membaca dengan hingga mampu membaca dengan lancar dan benar.
5. Evaluasi dalam Panitia Penerimaan Siswa Baru Hasil wawancara diatas Ibu Erna selaku Kepala Sekolah TK ABA III Ambulu mengungkapkan bahwa setiap selesai melaksanakan program penerimaan peserta didik baru, perencanaan ataupun saat melaksanakan kegiatan penerimaan peserta didik baru selalu melakukan evaluasi. Menurut Ibu Erna evaluasi itu sangatlah penting karena dengan evaluasi dapat mengetahui serta memperbaiki kesalahan dan kendala yang terjadi pada saat proses berlangsung, dengan adanya evaluasi akan menemukan solusi – solusi yang harus dilakukan saat ada terjadinya kendala atau kesalahan. Evaluasi ini juga melibatkan secara keseluruhan tanpa terkecuali yaitu kepala sekolah, dewan guru serta pengurus pimpinan ranting ‘aisyiyah andongsari.

Implementasi Strategi Pemasaran Marketing Mix 7P Jasa Pendidikan di TK ABA III Ambulu

Pertanyaan Penelitian	Informan
Manajemen pemasaran marketing mix 7P pada <i>Product</i>	<p>Informan 3 : Keunggulan yang ada di TK ABA III Ambulu ada Drumband dan Tapak Suci, kegiatan ekstrakurikuler tersebut yang diunggulkan TK ABA III Ambulu, dan kegiatan ekstrakurikuler tersebut lebih unggul dari TK yanglainnya yang berada di Dusun Krajan Desa Andongsari.</p> <p>Informan 2 : Keunggulan murid dalam intrakurikuler adalah lulusan atau yang sekolah di TK ABA III Ambulu dapat membaca dengan lancar, lulusannya pasti ada yang lancar dalam membaca buku cerita pendek, lulusan TK ABA III Ambulu juga dapat menghafal surat-surat pendek, Asmaul Husna, bacaan Sholat dan gerakan sholat.</p>
Faktor pendorong dari <i>Product</i>	<p>Informan 4 : keunggulan yang ada di TK ABA III Ambulu menjadi alasan buat saya untuk menyekolahkan anak saya di lembaga tersebut, dan alhamdulillahnya anak saya lulus sesuai dengan yang saya inginkan.</p> <p>Informan 5 : menurut saya program atau keunggulan yang ada di TK ABA III Ambulu sudah bagus, sehingga murid dapat berkembang sesuai dengan usianya.</p> <p>Informan 6 : menurut saya program yang diberikan sudah bagus sehingga lulusan di lembaga tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan wali murid, dan sesuai dengan perkembangan anak.</p> <p>Informan 7 : dari keunggulan yang ada di TK sudah sangat bagus, menarik, menyenangkan, dan sesuai dengan pengembangan anak diusia tersebut.</p>
Faktor penghambat dari <i>product</i>	<p>Informan 4 : kurangnya tidak ada pembelajaran yang focus terhadap pelajaran bahasa inggris, karna disaat masuk ke jenjang berikutnya yaitu SD sudah ada pelajaran bahasa inggris wajib.</p> <p>Informan 5 : menurut saya, kurangnya di TK ABA III inibelum ada pelajaran bahasa inggris</p> <p>Informan 6 : menurut saya kurangnya di TK ABA III Ambulu ini tidak ada pengenalan atau pelajaran bahasa inggris yang lebih konsisten dan focus terhadap pelajaran tersebut</p> <p>Informan 7 : kurangnya di TK ABA III ini tidak ada pelajaran bahasa inggrismbak, itu sangat dibutuhkan karna di SD sudah ada pelajaran bahasa inggris</p>
Manajemen pemasaran Marketing Mix 7P pada <i>Price</i>	<p>Informan 1 : Untuk harga yang ditentukan dari sekolah menurut kami selakuguru dan kepala sekolah sudah sesuai ya dari apa yang sudah diberikan oleh guru-guru yang ada di TK ABA III Ambulu, dan fasilitas-fasilitas yang diberikan dari setiap kelas maupun tempat bermain</p>

Faktor pendorong dari <i>price</i>	<p>Informan 4 : menurut saya untuk biaya yang harus dibayarkan ini sudah cukup dan sesuai dengan apa yang sudah diberikan oleh TK ABA III Ambulu</p> <p>Informan 5 : menurut saya untuk biaya nya sudah sangat cukup dan sesuai dengan fasilitas fasilitas yang ada</p> <p>Informan 6 : menurut saya untuk pembayarannya ini sudah sesuai, bahkan sangat tidak memberatkan wali murid yang lain karna dengan harga tersebut lebih murah, bahkan dengan fasilitas fasilitas yang insya'Allah sudah lengkap</p> <p>Informan 7 : insya'Allah sudah sangat terjangkau untuk biaya yang ada karena jikalau memang terlalu mahal juga tidak merugikan, karna untuk pendidikan anak, dengan harga segitu sudah sepadan dengan apa yang diberikan oleh gurugur maupun fasilitas yang ada</p>
Faktor penghambat dari <i>price</i>	<p>Informan 4 : menurut saya untuk pembiayaannya sudah sangat sesuai, tetapi perlu adanya infaq keliling atau penambahan nominal spp bulannya untuk memicu kebutuhan yang bersifat dadakan</p> <p>Informan 5 : menurut saya perlu adanya infaq keliling mbak disetiap hari apa, karna kita tidak tau kebutuhan kebutuhan yang mendadak yang harus dibeli secara langsung untuk kebutuhan murid</p> <p>Informan 6 : menurut saya perlu diadakannya infaq kaleng disetiap hari jumat atau sabtu, dengan biaya yang sudah tertera, dengan banyaknya kegiatan tersebut membutuhkan biaya lebih untuk mendukung kegiatan-kegiatan tersebut</p> <p>Informan 7 : menurut saya perlu diadakannya infaq keliling untuk kebutuhan bersifat mendadak yang dimana wali murid ikut andil dalam pembiayaan tersebut. Tetapi dengan adanya usulan ini juga harus dipertimbangkan dengan wali murid yang lainnya</p>
Manajemen pemasaran Marketing Mix 7P pada <i>place</i>	<p>Informan 1 : menurut kami untuk lokasi sudah strategi karna mudah diakses dan dijangkau, dekat dengan berbagai tempat seperti masjid, toko dan lain lain. Sehingga dengan dekatnya dari berbagai tempat dapat menjadi pendukung dalam kegiatan TK. Seperti dekat dengan masjid, dimana masjid tersebut dapat digunakan dengan kegiatan yang berhubungan dengan ke-Agamaan.</p> <p>Informan 2 : didepan masjid itukan juga ada halaman luas mbak, nah dengan halaman luas tersebut juga dapat digunakan untuk berbagai latihan drumband atau tapak suci, bahkan juga dapat digunakan dalam prakter kegiatan apapun itu</p> <p>Informan 3 : TK ABA III Ambulu ini lokasinya juga dekat dengan warga mbak, sehingga untuk kita mempromosikan sekolah kita lebih mudah</p>

Faktor pendukung dari <i>place</i>	<p>Informan 4 : menurut saya untuk lokasi TK ABA III Ambulu sudah sangat strategis dekat dengan tempat tempat yang dapat digunakan untuk mendukung berbagai kegiatan kegiatan murid seperti masjid yang dapat digunakan kegiatan terkait keagamaan</p> <p>Informan 5 : menurut saya untuk lokasi lembaga ini sudah strategis karna dekat dengan pemukiman warga, dengan dekatnya dengan pemukiman warga, orang tua dapat mengarahkan anaknya sekolah di TK ABA III Ambulu</p> <p>Informan 6 : menurut saya lokasi TK ABA III sudah sangat strategis karna dekat dengan masjid untuk mendukung kegiatan terkait keagamaan, dan dapat dijangkau, diakses dengan mudah</p> <p>Informan 7 : menurut saya untuk lokasi ini sudah strategis dekat dengan masjid yang bisa digunakan untuk kegiatan keagamaan, didepan masjid terdapat lahan yang luas dapat digunakan untuk kegiatan ekstrakurikuler yaitu latihan Drumband dan latihan Tapak Suci</p>
Faktor penghambat dari <i>place</i>	<p>Informan 4 : menurut saya untuk lokasi TK ABA III Ambulu sudah strategis mudah diakses, tetapi untuk lokasi sekolah terhalang oleh Masjid sehingga tidak banyak orang tau jika ada sekolah ditempat tersebut</p> <p>Informan 5 : menurut saya kurangnya dari lokasi tersebut TK ABA III Ambulu ini berada di desa sehingga tidak banyak orang tahu adanya lembaga tersebut kecuali warga yang berdomisili di desa tersebut</p> <p>Informan 6 : sebenarnya untuk lokasi sudah strategis mudah diakses, mudah dijangkau, tetapi sekarang terdapat lembaga lain yang menjadi pesaing TK ABA III Ambulu bahkan dekat jaraknya sehingga untuk warga yang memiliki anak usia TK akan terpecah ada yang sekolah di lembaga lain</p> <p>Informan 7 : menurut saya untuk lokasi memang kurang strategis karna berada didalam dan terhalang Masjid</p>
Manajemen pemasaran Marketing Mix 7P pada <i>promotion</i>	<p>Informan 2 : Promosi secara tidak langsung, mempromosikan sekolah melalui media cetak yang berupa memasang banner disaat PPDB didepan sekolah, menyebarkan brosur diberbagai kegiatan, anjngansana kerumah-rumah, setiap guru maupun wali murid menge-share kegiatan-kegiatan TK ABA III Ambulu di story whatsapp, mempromosikan sekolah dengan cara ikut serta diberbagai ajang perlombaan yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu yang lingkupnya tingkat kecamatan bahkan kabupaten</p> <p>Informan 3 : Promosi secara langsung, anjngansana kerumah-rumah dalam kegiatan makan sehat yang diisi dengan acara menampilkan keunggulan-keunggulan siswa pada TK ABA III Ambulu berupa hafalan, menghafalkan asmaul husna, memperagakan gerakan sholat yang bertujuan agar masyarakat tahu kegiatan-kegiatan maupun keunggulan pada TK ABA III Ambulu, mengadakan pawai drumband dengan pawai tersebut yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler yang ada pada TK ABA III Ambulu</p>

Faktor pendorong dari <i>promotion</i>	<p>Informan 4 : menurut saya, dengan promosi yang dilakukan TK ABA III Ambulu semenantara ini sudah bagus sehingga dapat menarik ketertarikan untuk sekolah di TK ABA III Ambulu</p> <p>Informan 5 : sudah bagus untuk kegiatan promosi dengan mengadakan kirabatau menyebarkan brosur dan pamphlet, dengan itu kan orang tau berbagai kegiatan yang ada di TK ABA III Ambulu</p> <p>Informan 6 : dengan menyebarkan brosur pamphlet mengadakan kirab sudah bagus menurut saya dengan itu juga dapat menarik anak kecil maupun orang tua agar sekolah maupun menyekolahkan anaknya di TK ABA III Ambulu</p> <p>Informan 7 : menurut saya dengan cara tersebut sudah bagus, apalagi didepanada banner keunggulan murid, kegiatan yang diberikan, dan hasil pencapaian murid sehingga dapat menarik orang-orang, dengan cara tersebut juga dapat memperlihatkan jika ada lembaga TK yang ada di tempat tersebut, karna kantempatnya yang masuk didalam membuat orang tidak tahu adanya TK ABA III Ambulu</p>
Faktor penghambat dari <i>promotion</i>	<p>Informan 4 : promosi yang dilakukan TK ABA III Ambulu sekarang sudah bagus, apalagi ditambah dengan promosi melalui sosial media dapat meluaskan informasi terkait TK ABA III Ambulu</p> <p>Informan 5 : menurut saya kurangnya dari promosi yang dilakukan TK ABA III Ambulu ini kurang promosi melalui sosial media saja</p> <p>Informan 6 : kurangnya promosi melalui sosial media, apalagi ibu-ibu sekarang banyak yang menggunakan sosial media</p> <p>Informan 7 : menurut saya kegiatan promosi yang dilakukan TK ABA III Ambulu sudah bagus, tapi ada kurangnya yaitu promosi melalui sosial media, karna zaman sekarang dalam memasarkan produknya atau lembaganya sudah melalui sosial media sehingga banya orang tahu mengenai TK ABA III Ambulu</p>
Manajemen pemasaran Marketing Mix 7P pada <i>people</i>	<p>Informan 1 : guru yang ada di TK ABA III Ambulu ini semua lulusan S1 PAUD dimana untuk kualitas guru yang ada di TK insya'allah sudah bisa dijamin bagus, telaten, sabar dan lain lain. Karna sudah mengasah kemampuannya dibangku kuliah yang jelas-jelas disana sudah diajarkan bagaimana mendidik anak</p> <p>Informan 2 : kualitas guru yang ada di TK ABA III Ambulu tidak hanya didapat dari bangku kuliah saja mbak, tetapi guru-guru juga mengasah kemampuannya melalui mengikuti berbagai pelatihan-pelatihan dalam mendidik anak di usia TK</p> <p>Informan 3 : untuk tenaga pendidik sendiri memang sedikit mbak, karena guruyang ada di TK ABA III Ambulu Alhamdulillah lolos sertifikasi semua, dan persyaratan guru yang dapat sertifikasi memegang 15 murid saja. Dengan itu tidak bisa menambah guru kalau kuantitas murid masih tetap tidak meningkat</p>

Faktor pendorong dari <i>people</i>	<p>Informan 4 : guru yang ada di TK ABA III Ambulu menurut saya sudah bagusya, apalagi guru nya juga lulusan S1 PAUD jadi untuk kualitas dalam mengajar juga tidak dapat diragukan lagi</p> <p>Informan 5 : menurut saya gurunya bagus, telaten, juga menyenangkan yaa, apalagi kalau guru TK itu kan harus menyenangkan bikin murid lebih dapat berani</p> <p>Informan 6 : menurut saya guru yang ada di TK sudah bagus ya karna juga lulusan S1 PAUD, tidak hanya itu beliau-beliau juga sudah sering sekali mengikuti pelatihan bagaimana menghadapi atau mendidik anak kecil</p> <p>Informan 7 : kualitas guru yang ada di TK ABA III Ambulu menurut saya sudah sangat baik karena juga mendidik anak usia TK membutuhkan kesabaran yang ekstra</p>
Faktor penghambat dari <i>people</i>	<p>Informan 4 : menurut saya untuk kualitas guru sudah sangat baik, tapi perlu penambahan tenaga pendidik atau guru</p> <p>Informan 5 : yaa.. menurut saya perlu adanya penambahan guru, karena takutnya guru yang ada menjadi kebingungan dengan tugas tugas yang banyak atau double</p> <p>Informan 6 : menurut saya untuk tenaga pendidik yang ada di TK ini kurang, perlunya penambahan guru</p> <p>Informan 7 : saya pribadi lihat sendiri mungkin perlu adanya penambahan guru baru, dari kualitas guru yang sekarang pun sebenarnya sudah bagus</p>
Manajemen pemasaran Marketing Mix 7P pada <i>Physical Evidence</i>	<p>Informan 1 : dari berbagai fasilitas-fasilitas yang sudah cukup lengkap, semua barang yang dibutuhkan untuk kegiatan belajar mengajar juga semua sudah lengkap, dan dapat mendukung berbagai kegiatan belajar mengajar</p> <p>Informan 2 : lingkungan yang ada di TK ABA III Ambulu juga sudah memadai semua, ada ruang kelas untuk kegiatan belajar mengajar, ada tempat bermain, ada kantor, ada kamar mandi, semuanya sudah lengkap</p> <p>Informan 3 : tapi memang ada 1 kelas yang menurut kami perlu di renovasi karna tempatnya tidak memungkinkan untuk kegiatan belajar mengajar. Juga perlu di hias agar tempatnya lebih bagus dan nyaman</p>
Faktor pendorong dari <i>physical evidence</i>	<p>Informan 4 : menurut saya untuk fasilitas-fasilitas yang ada di TK ABA III Ambulu sudah bagus dan lengkap</p> <p>Informan 5 : fasilitas yang ada di TK ABA III Ambulu menurut saya juga sudah sangat lengkap dan bagus</p> <p>Informan 6 : menurut saya untuk fasilitas-fasilitas yang ada di TK ABA III Ambulu entah itu ada yang di kelas, kantor, taman bermain sudah bagus dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh murid</p> <p>Informan 7 : menurut saya terkait fasilitas fasilitas yang ada di dalam kelas maupun di luar kelas sudah bagus dan lengkap, sesuai untuk kebutuhan perkembangan anak</p>

Faktor penghambat dari <i>physical evidence</i>	<p>Informan 4 : menurut saya ada salah satu kelas yaitu kelas A untuk direnovasikembali, karna bangunannya sudah tua ketika hujan juga sering bocor, dan melakukan pengecatan ulang agar kelas A tidak terlihat singup dan membuat murid nyaman dalam proses belajar</p> <p>Informan 5 : menurut saya bagian kamar mandi perlu diperbaiki, entah di cat ulang atau bagaimana, dikasih lampu agar lebih terang, sehingga murid berani untuk ke kamar mandi sendiri, dan ini juga sumur nya dikasih penutup kalau ada anak-anak yang tiba-tiba main di dekat kamar mandi kan bahaya</p> <p>Informan 6 : menurut saja dibagian tembok luar itu kurang menarik, kalau missal dicat ulang dengan gambar gambar yang bagus sesuai dengan usia anak TK juga lebih bagus, apalagi dengan gambar-gambaran yang dapat dijadikan sebagai pengenalan anak</p> <p>Informan 7 : menurut saya, lebih menjaga fasilitas yang ada agar tidak gampang rusak, seperti permainan permainan di luar. Menurut saya juga kalau misal ditanami tumbuhan atau bunga dibagian samping pagar itu juga lebih bagus tidak seperti yang sekarang banyak sekali tumbuhan yang tinggi takutnya tiba-tiba ada hewan yang tidak diinginkan, kalau ditanamai sayur dan bunga lebih tampak rapi dan dapat dijadikan sebagai alat pengenalan tumbuhan kepada anak</p>
Manajemen pemasaran Marketing Mix 7P pada <i>Process</i>	<p>Informan 2 : kalau untuk proses pembelajarannya sudah bagus karena sistem atau proses pembelajaran yang kita terapkan sudah sesuai dengan kurikulum yang ditentukan oleh pemerintah yaitu Kurikulum 2013, dimana didalam kurikulum tersebut menjelaskan berbagai tema untuk perkembangan anak pada usia dini yaitu Diriku, Keluargaku, Lingkunganku, Binatang, Tanaman, Kendaraan, alam semesta dan negaraku. Dari tema tersebut kita menjelaskan apa yang saja yang berkaitan dengan keadaan sekitar, salah satu contohnya negaraku, dari tema itu kita menjelaskan tentang apa lagu kebangsaan negara kita, bendera negara kita, menjelaskan sila ke 1 hingga ke 5 dari pancasila. Selain itu, sistem penyampaian pembelajarannya digunakan dengan cara bernyanyi agar anak – anak tidak jenuh dalam proses pembelajaran berlangsung. Dan masih banyak lagi pembelajaran – pembelajaran yang diberikan kepada anak – anak selain tema yang saya sebutkan tadi.</p>

Faktor pendorong dari <i>process</i>	<p>Informan 4 : Proses pembelajarannya yang disampaikan sudah cukup baik. Dapat dilihat dari murid angkatan anak saya banyak yang berprestasi dan bagus-bagus. Baik dari segi materi maupun seni. Dan anak saya juga berkembang dengan sangat baik sesuai dengan keinginan atau harapan saya mbk.</p> <p>Informan 5 : menurut saya proses pembelajaran yang diterapkan di TK ABA III Ambulu sudah sesuai dengan keinginan saya. Saya menilai dari perkembangan anak saya yang sangat baik, dia paham dan mengerti apa yang sudah disampaikan oleh ibu guru dikela.</p> <p>Informan 6 : menurut saya sudah sangat baik dalam proses pembelajarannya mbk. Karena angkatan anak saya banyak yang berprestasi dan saya menilai bagus proses pembelajarannya sesuai dengan harapan wali murid.</p> <p>Informan 7 : proses pembelajaran di TK ABA III Ambulu menurut saya sudah baik dan menyenangkan dan berkesan seru tidak membosankan karena anak seusia TK pasti sangat menyukai hal baru yang tidak mereka ketahui. Selain itu, penyampaian materinya sangat mudah dipahami dan dimengerti oleh anak – anak. Jadi anak dapat menerapkan dan menjelaskan kembali apa saja yang disampaikan oleh gurunya. Dan proses pembelajarannya sudah sesuai dengan kurikulum yang ditentukan dan juga sesuai dengan keinginan saya.</p>
Faktor penghambat dari <i>process</i>	<p>Informan 4 : menurut saya proses pembelajarannya ditambah tetapi dijam sekolah, karena biar anak saya rajin dalam proses belajarnya mbk, apalagi kalau anak mau masuk ke jenjang berikutnya seperti SD. Pasti sangat dibutuhkan dalam perkembangan anak.</p> <p>Informan 5 : adanya tambahan jam belajar sih mbk kalau menurut saya seperti les. Karena kadang tidak semua anak saat dirumah mau belajar atau mengerjakan tugas.</p> <p>Informan 6 : menurut saya harus ada tambahan jam belajar tapi pada saat diluar jam sekolah, karena saya ingin anak saya lebih berprestasi dan mempunyai persiapan kalau sudah masuk ke jenjang berikutnya seperti SD. Informan 7 : menurut saya perlu adanya tambahan jam pelajaran diluar jam sekolah karena anak saya lebih suka belajar bersama teman – temannya karena menjadi lebih semangat dan semakin rajin belajarnya.</p>

Sumber: Wawancara Wali Murid TK ABA III Ambulu

Kesimpulan

Strategi pemasaran jasa pendidikan di TK ABA III Ambulu cukup baik, karena pihak sekolah memiliki tahapan- tahapan yang ideal yaitu dengan menggunakan prinsip-prinsip manajemen dalam pelaksanaan strategi pemasaran. Sedangkan untuk implementasi strategi pemasarannya dengan menggunakan bauran pemasaran di TK ABA III Ambulu memang sangat efektif, karena dengan produk, promosi, tempat, harga, orang, sarana dan prasarana, serta proses yang dimiliki pihak TK ABA III Ambulu bisa meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik disetiap tahunnya. Sehingga TK ABA III Ambulu masih tetap eksis didunia pendidikan dan menjadi alternative orang tua untuk menyekolahkan anaknya.

Saran

1. Strategi pemasaran lebih ditingkatkan lagi dari segi target pasar lebih diperluas dengan cara membuat website agar lebih banyak lagi masyarakat yang mengenal TK ABA III Ambulu. Selain itu, brosur yang dibagikan didesain lebih menarik karena agar ada ketertarikan bagi pembaca dan juga banner yang dipasang lebih diperbanyak tidak hanya di lingkungan sekolah saja akan tetapi diluar lingkungan sekolah juga harus ada.
2. Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan sebenarnya sudah baik tetapi untuk price yang ada di TK ABA III Ambulu ada peningkatan atau diadakan infaq keliling karena untuk menambah jumlah uang kas lembaga. Selain price, promotion juga lebih ditingkatkan lagi dengan cara memperluas target pasar agar TK ABA III Ambulu lebih dikenal masyarakat luar dan untuk sistem pembelajaran ditambah dengan pelajaran bahasa inggris karena dijenjang berikutnya yaitu SD sudah diterapkan pembelajaran bahasa inggris sehingga anak kedepannya agar mampu dalam pembelajaran bahasa inggris

Referensi

- Dimas Hendika Wibowo, Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Fatimah, F. (2021). *Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Pangsa Pasar Melalui Brand Image Di Saat Pandemi Covid 19 Pada BUMDES. DI*, 64–77.
<https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5155>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21.
<https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 211–227. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>
- Kustian, E., Abdurakhman, O., & Firmansyah, W. (2018). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Siswa. *Tadbir Muwahhid*, 2(2), 87–97.