

**STRATEGI PEMASARAN SPS MUTIARA HATI DALAM PENERIMAAN
PESERTA DIDIK DI PADUKUHAN KARANGMALANG
CATURTUNGGAL DEPOK SLEMAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh
Meitha Purvitasari
NIM 09102244013

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
JURUSAN PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
NOVEMBER 2013**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN SPS MUTIARA HATI DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI PADUKUHAN KARANGMALANG CATURTUNGGAL DEPOK SLEMAN YOGYAKARTA” yang disusun oleh Meitha Purvitasari, NIM 09102244013 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, September 2013

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Widyaningsih M. Si.
NIP 19520528 198601 2 001

Dr. Puji Yanti Fauziah
NIP 19810213 200312 2 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.



Yogyakarta, Oktober 2013
Yang menyatakan,



Meitha Purvitasari
NIM 09102244013

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN SPS MUTIARA HATI DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI PAKUDUHAN KARANGMALANG CATURTUNGAL DEPOK SLEMAN YOGYAKARTA” yang disusun oleh Meitha Purvitasari, NIM 09102244013 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Oktober 2013 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI			
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Widyaningsih, M. Si.	Ketua Penguji		06-11-2013
Dr. Iis Prasetyo, MM.	Sekretaris Penguji		07-11-2013
Hermanto, M. Pd.	Penguji Utama		30-10-2013
Dr. Puji Yanti Fauziah, M. Pd.	Penguji Pendamping		08-11-2013

Yogyakarta, 14 NOV 2013
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,



Dr. Haryanto, M. Pd.
NIP. 19600902 198702 1 0019

MOTTO

“Jika memandang masa lalu sebagai penghalang, maka anda akan tetap dalam keterpurukan”.

(Penulis, 2013)

“Tidak ada gunanya kita berputus asa, berfikir positiflah untuk segala sesuatu yang kita kerjakan sekarang”.

(Penulis, 2013)

PERSEMBAHAN

Atas karunia Allah Subhanahuwata'alla,

Karya ini adalah bingkisan terindah studi saya di kampus tercinta.

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Ibu dan Bapak, kalian anugerah terindah dalam hidupku.
2. Almamaterku Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Agama, Nusa dan Bangsa.

STRATEGI PEMASARAN SPS MUTIARA HATI DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI PADUKUHAN KARANGMALANG CATURTUNGGA DEPOK SLEMAN YOGYAKARTA

Oleh
Meitha Purvitasari
NIM 09102244013

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) mendeskripsikan strategi pemasaran dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati, 2) mendeskripsikan peran pengelola, pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat setempat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati, 3) mendeskripsikan dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data/subjek penelitian ini meliputi pengelola, tenaga pendidik, orang tua murid, tokoh masyarakat. *Setting* penelitian adalah SPS Mutiara Hati. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti merupakan instrumen utama dalam melakukan penelitian yang dibantu oleh pedoman observasi, pedoman wawancara, dan dokumentasi. Teknik yang digunakan dalam analisis data adalah *display* data, reduksi data, dan pengambilan kesimpulan. Triangulasi yang dilakukan untuk menjelaskan keabsahan data dengan menggunakan sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1). Strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dimulai dari identifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran dan layanan sekolah. (2). Peran yang dilakukan oleh pengelola berupa melakukan identifikasi pasar, penentuan segmentasi pasar, diferensiasi produk, melakukan komunikasi pemasaran dan meningkatkan layanan sekolah dengan produk yang dihasilkan, peran tenaga pendidik ikut melakukan identifikasi pasar, penentuan segmentasi pasar, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran dan layanan sekolah, peran orang tua murid ikut dalam komunikasi pemasaran dengan cara “*direct promotion*” atau pemasaran langsung dan peran tokoh masyarakat setempat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ikut dalam identifikasi pasar dan komunikasi pemasaran berupa “*direct promotion*” atau pemasaran langsung . (3). Dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati adalah semakin di kenalnya SPS Mutiara Hati hal ini terbukti dari banyaknya peserta didik yang datang dari luar Karangmalang dengan demikian meningkatlah jumlah peserta didik hingga 50% pada setiap tahunnya, SPS Mutiara Hati mempunyai segmentasi yang jelas yaitu anak usia dua sampai lima tahun yang bisa mendaftar dan SPS Mutiara Hati tidak membedakan latar belakang orangtua.

Kata Kunci : *Strategi pemasaran, SPS Mutiara Hati, Peserta Didik*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya sampaikan ke hadirat Allah Tuhan Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Berkat rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran SPS Mutiara Hati dalam Penerimaan Peserta Didik di Padukuhan Karangmalang Depok Sleman Yogyakarta”. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih secara tulus kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Ketua Jurusan Pendidikan Luar Sekolah yang telah memberikan kemudahan dalam proses pengajuan dan penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Widyaningsih M. Si. dan Ibu Dr. Puji Yanti Fauziah, M. Pd. sebagai dosen pembimbing yang penuh kesabaran, kearifan, dan kebijaksanaan dalam memberikan arahan, bimbingan, dan dorongan untuk saya selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
6. Ibu Riyani Hadiningsih, S.Pd. selaku Kepala SPS Mutiara Hati yang telah memberikan izin penelitian ini.
7. Bapak Sudarman selaku tokoh masyarakat dan pelindung SPS Mutiara Hati yang telah membantu dalam memberikan data penelitian ini.
8. Ibu – ibu orang tua murid di SPS Mutiara Hati yang telah membantu memberikan data penelitian ini.
9. Keluarga tercinta atas doa, nasehat, dan segala dukungannya untukku.

10. Seluruh sahabat Jurusan Pendidikan Luar Sekolah angkatan 2009 dan kawan-kawan kost Karangmalang A10ab, D2, C10 atas persaudaraan, persahabatan, dukungan motivasi, dan silaturahmi kita.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti tuliskan satu-persatu, yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian penulisan skripsi.

Penulis berharap semoga seluruh dukungan yang diberikan dapat menjadi amal baik dan mendapat karunia dari Allah SWT serta skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak terutama pemerhati Pendidikan Luar Sekolah serta pembaca pada umumnya. Aamiin.

Yogyakarta, Oktober 2013

Penulis

DAFTAR ISI

hal

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Pustaka	12

1. Hakekat tentang Strategi Pemasaran	12
a. Pengertian Strategi	12
b. Pengertian Pemasaran	13
c. Pengertian Strategi Pemasaran	16
2. Hakekat tentang Satuan PAUD Sejenis	20
3. Hakekat tentang Peserta Didik	26
4. Hakekat tentang Penerimaan Peserta Didik	30
B. Kerangka Berfikir	34
C. Pertanyaan Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	38
B. Subjek Penelitian	38
C. <i>Setting</i> Penelitian	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Instrumen Penelitian	45
F. Teknik Analisa Data	45
G. Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Peneliti	
1. Deskripsi SPS Mutiara Hati	50
2. Visi dan Misi SPS Mutiara Hati	52
3. Program Kegiatan Belajar Mengajar di SPS Mutiara Hati	53
4. Struktur Pengelola di SPS Mutiara Hati	53
B. Hasil Penelitian	
1. Strategi Pemasaran SPS Mutiara Hati	54
2. Peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat	

dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati	69
3. Dampak dari Strategi Pemasaran SPS Mutiara Hati	75
C. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Strategi Pemasaran SPS Mutiara Hati.....	77
2. Peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati.....	85
3. Dampak dari Strategi Pemasaran SPS Mutiara Hati.....	87
D. Keterbatasan Penelitian	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. SIMPULAN	89
B. SARAN	90
Daftar Pustaka	92
Lampiran	93

DAFTAR TABEL

hal

Tabel 1. Teknik Pengumpulan Data.....	44
Tabel 2. Data jumlah peserta didik dari tahun 2009-2013	50
Tabel 3. Data jumlah peserta didik tahun ajaran 2010/2011	121
Tabel 4. Data jumlah peserta didik tahun ajaran 2011/2012.....	122
Tabel 5. Data jumlah peserta didik usia 2-3 tahun pada tahun ajaran 2012/2013.....	123
Tabel 6. Data jumlah peserta didik usia 4-5 tahun pada tahun ajaran 2012/2013.....	125

DAFTAR GAMBAR

	hal
Gambar 1. Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 2. Struktur Pengelola SPS Mutiara Hati	54
Gambar 3. Kegiatan belajar mengajar di SPS Mutiara Hati	127
Gambar 4. Kegiatan lomba mewarnai di SPS Mutiara Hati	127
Gambar 5. APE Indoor di SPS Mutiara Hati	128
Gambar 6. Wawancara dengan pengelola SPS Mutiara Hati	128
Gambar 7. Kegiatan Ekstra Menari	129
Gambar 8. Wawancara dengan orang tua murid SPS Mutiara Hati	129

DAFTAR LAMPIRAN

	hal
Lampiran. 1 Teknik Pengumpulan Data	94
Lampiran. 2 Pedoman Dokumentasi	96
Lampiran. 3 Pedoman Observasi	97
Lampiran. 4 Pedoman Wawancara	98
Lampiran. 5 Catatan Lapangan	102
Lampiran. 6 Display, Reduksi dan Kesimpulan Hasil Wawancara.....	116
Lampiran. 7 Data Peserta Didik SPS Mutiara Hati	121
Lampiran. 8 Foto Kegiatan di SPS Mutiara Hati	127

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberhasilan pembangunan dalam berbagai sektor sangat ditentukan oleh manusia, dan yang menentukan keberhasilan pembangunan adalah manusia yang berkualitas. Manusia yang berkualitas dapat dibina melalui pendidikan. Dalam hal ini pendidikan merupakan aset penting bagi kemajuan sebuah bangsa, oleh karena itu setiap warga negara harus dan wajib mengikuti jenjang pendidikan, baik jenjang pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah maupun tinggi (Fuad Ihsan, 2001 : 36).

Pendidikan pada dasarnya adalah proses komunikasi yang mengandung transformasi pengetahuan, nilai-nilai dan ketrampilan-ketrampilan, di dalam dan di luar sekolah yang berlangsung sepanjang hayat, dari generasi ke generasi (Fuad Ihsan, 2001: 25). Pendidikan dapat dimulai sejak lahir bahkan sejak dalam kandungan, tokoh pendidikan anak usia dini Montessori dalam Theo Riyanto (2004 : 6) mengatakan bahwa ketika mendidik anak-anak hendaknya ingat bahwa mereka adalah individu-individu yang unik dan akan berkembang sesuai dengan kemampuan mereka sendiri.

Pada hakekatnya seorang anak dari lahir sudah memerlukan pelayanan yang tepat dalam pemenuhan kebutuhan pendidikan disertai dengan pemahaman mengenai karakteristik anak sesuai pertumbuhan dan perkembangannya, hal ini akan sangat membantu anak dalam menyesuaikan proses belajar sesuai dengan

usia, kebutuhan, dan kondisi masing-masing, baik secara intelektual, emosional dan sosial (Martuti, 2009 : 15).

Pentingnya Pendidikan Anak Usia Dini sudah dirasakan oleh banyak pihak baik dari pemerintah maupun pihak swasta. Menurut Maimumah Hasan (2011 : 17) sekitar 50% kecerdasan orang dewasa telah terjadi ketika anak berumur 4 tahun, 30% telah terjadi perkembangan yang pesat tentang jaringan otak ketika anak berumur 8 tahun dan mencapai puncaknya ketika anak berumur 18 tahun, dan setelah itu walaupun dilakukan perbaikan nutrisi tidak akan berpengaruh terhadap perkembangan kognitif.

Pendidikan Anak Usia Dini adalah investasi yang sangat besar bagi keluarga dan juga bangsa (Slamet Suyanto, 2005 : 1). Pendidikan anak usia dini merupakan salah satu bentuk penyelenggaraan pendidikan yang menitik beratkan pada peletakan dasar ke arah pertumbuhan dan perkembangan fisik (koordinasi motorik halus dan kasar), kecerdasan (daya pikir, daya cipta, kecerdasan emosi, kecerdasan spiritual), sosio emosional (sikap dan perilaku serta agama) bahasa dan komunikasi, sesuai dengan keunikan dan tahap-tahap perkembangan yang dilalui oleh anak usia dini (Seefeldt, C. 2008 : 17)

Kesadaran akan pentingnya pendidikan anak usia dini telah mendorong pemerintah dalam hal ini Direktorat PAUDNI untuk memfasilitasi terbentuknya lembaga Pendidikan Anak Usia Dini. Hal ini secara resmi tertuang dalam UU No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang diperkuat dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No.58 tahun 2009 tentang standar Pendidikan Anak Usia Dini.

Pendidikan Anak Usia Dini dapat diselenggarakan melalui jalur formal, nonformal dan informal. Pendidikan Anak Usia Dini pada jalur formal berbentuk TK (Taman Kanak-Kanak) dan RA (Raudhatul Athfal), sedangkan pada jalur non formal dapat berbentuk KB (Kelompok Bermain), TPA (Taman Penitipan Anak), atau bentuk lain yang sederajat. Sedangkan pada jalur informal berbentuk pendidikan keluarga, atau pendidikan yang diselenggarakan oleh lingkungan.

Layanan Pendidikan Anak Usia Dini yang di berikan di jalur formal maupun non formal semuanya bertujuan untuk menyiapkan anak-anak usia dini agar lebih tergalih potensi yang dimiliki, kesiapan serta kematangan mental sehingga pada nantinya dalam mengikuti pendidikan dasar mereka sudah siap menerima materi dengan matang dan lebih maju dibanding anak-anak yang tidak menikmati pendidikan di Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD).

Komitmen pemerintah Indonesia dalam program Pendidikan Anak Usia Dini khususnya Pendidikan Anak Usia Dini Nonformal dapat dilihat dengan semakin pesatnya perkembangan lembaga-lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Nonformal seperti KB, TPA dan Satuan PAUD Sejenis (SPS) di lingkungan masyarakat. SPS adalah bentuk Satuan Pendidikan Anak Usia Dini jalur pendidikan nonformal selain kelompok bermain dan taman penitipan anak yang penyelenggaraannya dapat diintegrasikan dengan berbagai program layanan pendidikan anak usia dini yang ada di masyarakat.

Program layanan pendidikan anak usia dini yang ada di masyarakat seperti yang ada seperti Posyandu, Bina Keluarga Balita, Taman Pendidikan Al-Qur'an, Pelayanan Anak Kristen, Bina Iman Anak, atau layanan terkait lainnya.

SPS berfungsi memberikan pendidikan sejak dini & membantu meletakkan dasar ke arah pengembangan sikap, perilaku, perasaan, kecerdasan, sosial & fisik yang diperlukan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berpengaruh terhadap tumbuh kembang anak. Menurut Martuti (2009 : 52) salah satu bentuk SPS adalah:

- a. Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu) adalah wahana kesejahteraan ibu dan anak yang berfungsi sebagai tempat pelayanan terpadu mencakup aspek perawatan kesehatan dan gizi, terutama bagi ibu hamil dan balita.
- b. Bina Keluarga Balita (BKB) bertujuan memberikan pengetahuan dan ketrampilan kepada orang tua dan anggota keluarga lainnya tentang cara mendidik anak, mengasuh serta memantau pertumbuhan dan perkembangan balita.
- c. Pos PAUD adalah program layanan pendidikan yang diintegrasikan dengan program Bina Keluarga Balita(BKB dan Posyandu).

SPS dibentuk atas kesepakatan masyarakat dan dikelola berdasarkan azas gotong rotong, kerelaan, dan kebersamaan. Dalam pelaksanaannya SPS senantiasa menggunakan prinsip kesederhanaan, murah, mudah dan bermutu. Seorang pengelola SPS dipilih dari masyarakat setempat. Pengelola SPS minimal terdiri dari ketua, sekretaris, dan bendahara. Pengelola juga boleh merangkap sebagai kader.

SPS Mutiara Hati merupakan bentuk pendidikan anak usia dini pada jalur nonformal, SPS Mutiara Hati yang terletak di Padukuhan Karangmalang Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta. SPS Mutiara Hati berdiri 24 Januari tahun 2009 karena melihat pentingnya Pendidikan Anak Usia Dini di Padukuhan Karangmalang. Pada awal berdiri SPS Mutiara Hati hanya memiliki 5 peserta didik hal ini disebabkan oleh kurangnya pemasaran yang di lakukan oleh pengelola SPS Mutiara Hati dan tokoh masyarakat setempat.

SPS Mutiara Hati dapat menjadi salah satu solusi dari tidak meratanya akses PAUD di Padukuhan Karangmalang. SPS Mutiara Hati mengalami pergantian kepengurusan pada tanggal 4 Mei 2010, sekarang SPS Mutiara Hati setelah tiga tahun berdiri sudah memiliki peserta didik total 131 yang berasal dari Karangmalang, Kuningan, Klebengan, Gandok, Pelem Kecut, Papringan, Karang Gayam dan Bulak Sumur. SPS Mutiara Hati menyelenggarakan proses pembelajaran setiap hari Selasa dan Sabtu mulai pukul 08.30 sampai dengan 10.30. Proses pembelajaran dilakukan di Balai Padukuhan Karangmalang. SPS Mutiara Hati, memiliki APE yang cukup memadai APE yang ada di dapat dari bantuan Dinas Pendidikan, sedangkan pihak desa memberi bantuan sebesar Rp 500.000,00 setiap satu tahun sekali yang nantinya uang itu digunakan untuk pengembangan lembaga dan membeli kebutuhan untuk proses pembelajaran di SPS Mutiara Hati.

SPS Mutiara Hati tidak memungut uang SPP hanya dengan uang infak sejumlah Rp 2.000,00 untuk selaki datang. Tenaga pendidik dan pengelola di SPS Mutiara Hati berjumlah tujuh orang, empat orang sebagai tenaga pendidik dan tiga lainnya mengurus masalah lain seperti Bina Keluarga Balita dan Posyandu. Jenjang pendidikan untuk tenaga pendidik rata-rata Sarjana Strata I. SPS Mutiara Hati juga menjalin kerjasama dengan Lembaga Swadana Masyarakat (LSM) Rumah Harapan 23.

LSM Rumah Harapan 23 belum mempunyai kantor yang tetap di Yogyakarta, ketua LSM Rumah Harapan 23 adalah Bapak Sulton. LSM Rumah Harapan 23 ini bergerak di bidang sosial membantu pihak-pihak yang

membutuhkan bantuan salah satunya SPS Mutiara Hati Karangmalang. Kegiatan yang dilakukan LSM Rumah Harapan 23 di SPS Mutiara Hati salah satunya adalah memberikan bantuan berupa tenaga ahli untuk kegiatan Bina Keluarga Balita (BKB) dan memberikan vitamin B yang dapat membantu perkembangan otak dan mengaktifkan fungsi otak yang pada akhirnya bisa meningkatkan memori peserta didik di SPS Mutiara Hati pemberian vitamin B ini dilakukan setiap bulan.

Sebagai lembaga pendidikan SPS Mutiara Hati tentu memerlukan pemasaran. Jika tidak ada pemasaran tidak akan ada orang yang mengenal SPS Mutiara Hati di Padukuhan Karangmalang, mengapa pemasaran menjadi hal yang pokok dalam dunia pendidikan tidak hanya lembaga pendidikan yang baru saja berdiri, tetapi untuk yang sudah lama berdiri juga memerlukan pemasaran bahkan yang sudah terkenal sekalipun.

Kegiatan pemasaran juga dapat digunakan sebagai mekanisme penjelasan dan rasionalisasi suatu penawaran program dengan berbagai keunggulannya, baik dari segi masukan (*input*), keluaran (*output*) dan lulusan (*outcome*). Selain itu pemasaran sebetulnya juga untuk sarana menyampaikan pertanggungjawaban *public* tentang proses dan hasil pendidikan yang selama ini dilaksanakan dan dikembangkan. Pemasaran merupakan salah satu variabel *marketing* yang digunakan oleh perusahaan atau lembaga pendidikan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Pemasaran juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan (Muhaimin, 2011:89).

Menurut Harini (2008:71) berpendapat bahwa “pemasaran adalah salah satu bentuk komunikasi, yaitu suatu tahap khusus dimaksudkan untuk dapat merebut kesediaan menerima dari orang lain atas ide, barang dan jasa.”

Pemasaran di lembaga sekolah berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan pengelola karena untuk menarik sejumlah calon siswa. Oleh karena itu, pemasaran harus berorientasi kepada “pelanggan” atau calon siswa. Lembaga pendidikan perlu mengetahui bagaimana calon siswa melihat sekolah yang akan dipilihnya. Pemasaran hendaknya dilakukan dengan perencanaan yang matang dan tujuan yang jelas.

Menurut Sutoyo (2010:63) menyatakan bahwa pendidikan merupakan produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat non profit, sehingga hasil dari proses pendidikan terlihat nyata. Dalam kegiatan pemasaran lembaga pendidikan menawarkan berbagai produk yang di hasilkan oleh lembaganya untuk menarik minat banyak agar memasukkan anaknya ke lembaga pendidikan tersebut. Salah satu lembaga pendidikan yang mempunyai banyak produk, adalah lembaga pendidikan anak usai dini (PAUD), karena bidang garapan pendidikan anak usia dini baik formal atau nonformal bermacam-macam seperti, Kelompok Bermain (KB), Taman Penitipan Anak (TPA), Taman Kanak-Kanak (TK), Raudatul Athfal (RA), Bina Keluarga Balita (BKB), dan pendidikan yang sederajat.

SPS Mutiara Hati sebagai lembaga pendidikan nonformal juga melakukan kegiatan pemasaran agar mendapatkan pelanggan atau peserta didik. Pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati tidak semata-mata dilakukan oleh pengelola dan pendidik, namun orang tua murid dan tokoh masyarakat juga ikut membantu

pemasaran SPS Mutiara Hati. Kegiatan pemasaran harus didukung dengan strategi yang baik, sehingga kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak sia-sia.

SPS Mutiara Hati sayangnya belum mempunyai ruang kelas atau sentra yang memadai sehingga proses pembelajaran belum bisa sepenuhnya kondusif, jumlah tenaga pendidik yang minim dan kurangnya kreatifitas tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati, serta belum optimalnya peran pengelola, pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat setempat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati. Hubungan kerjasama yang dijalain oleh SPS Mutiara Hati dengan pihak luar masih kurang optimal. Melihat keadaan seperti ini membuat peneliti tertarik pada strategi pemasaran apa yang dilakukan SPS Mutiara Hati SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik .

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas ada beberapa identifikasi masalah diantaranya :

1. Mengingat pentingnya pemasaran bagi sekolah baik formal atau nonformal di rasa masih kurang.
2. Keikutsertaan pengelola, tenaga pendidik, orangtua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati belum optimal.
3. Minimnya sarana dan prasarana di SPS Mutiara Hati, sehingga kurang menarik orang tua murid untuk menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati.

4. Masih kurangnya tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati jika dibandingkan dengan jumlah peserta didik, hal ini dapat menghambat proses belajar mengajar.
5. Hubungan kerjasama yang terjalin antara SPS Mutiara Hati dengan pihak luar belum optimal.

C. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya permasalahan yang ada, maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah. Permasalahan yang akan diteliti, dibatasi pada strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati .

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan di SPS Mutiara Hati SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik .
2. Bagaimana peran pengelola, pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati.
3. Dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati.
2. Bagaimana peran pengelola, pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati.

3. Dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
 - a. Menerapkan ilmu yang sudah di dapat saat kuliah.
 - b. Membantu peneliti untuk mengetahui dan memahami strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS .
 - c. Memperoleh pengalaman nyata dan mengetahui secara langsung kondisi dan situasi yang nantinya akan menjadi bidang penelitian.
2. Bagi Pendidik/Pengelola
 - a. Sebagai bahan masukan untuk mencari konsep strategi pemasaran yang lebih baik yang dapat dilakukan kedepannya.
 - b. Mengetahui kelebihan dan kekurangan tentang strategi pemasaran SPS yang ada selama ini.
3. Bagi SPS Mutiara Hati
 - a. Memberikan sebuah masukan apa yang harus ditambah, diperbaiki dan ditingkatkan lagi mengenai strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik .
 - b. Sebagai bahan pertimbangan untuk pemberian bentuk strategi pemasaran yang baik SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik selanjutnya.
4. Bagi Jurusan Pendidikan Luar Sekolah

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan kajian dan pengetahuan bagi pendidikan luar sekolah.
- b. Dapat menjadi referensi bagi peneliti lain khususnya mahasiswa pendidikan luar sekolah mengenai strategi pemasaran SPS SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik .

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Hakekat tentang Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi pada mulanya populer di bidang kemilitiran berasal dari bahasa Yunani Kuno yang diartikan sebagai ilmu perang atau bela diri. Kata strategi juga di pakai dalam ilmu ekonomi yang artinya cara agar perusahaan dapat melaksanakan perencanaan yang sedang dipersiapkan sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Yayat, 2006 : 105).

Pengertian strategi dalam konteks manajemen adalah perencanaan secara menyeluruh yang terintegrasi dan komprehensif sehingga menjadi pedoman bagi setiap perencanaan operasional unit-unit organisasi perusahaan atau nonperusahaan (Yayat, 2006 : 105).

Dalam dunia pendidikan, strategi diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieves a particular educational goal* (J.R David dalam Wina Wijaya, 2006: 124). Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Dipertegas lagi oleh Wina Sanjaya (2006: 125) strategi digunakan untuk memperoleh kesuksesan atau keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan.

Dari berbagai pengertian dan definisi mengenai strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi adalah rencana tentang serangkaian kekuatan, yang mencakup seluruh elemen yang dapat dilihat maupun yang tidak terlihat untuk menjamin keberhasilan demi mencapai tujuan secara efektif.

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran memiliki definisi yang beragam, tetapi pada intinya pemasaran merupakan usaha atau kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran (Kotler dalam Muhaimin, 2010:97). Sedangkan menurut Stanton (2001:102), definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Menurut Muhaimin (2009:103) pemasaran mempunyai tiga konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu ; konsep produk, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial.

1. Konsep Produk

Konsep produksi mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik.

2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran pasar serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien.

Menurut (Kotler, 2001:98-100) dalam kegiatan memasarkan hasil produk suatu lembaga atau organisasi ada empat jenis kegiatan, antara lain :

a. Periklanan (*Advertising*), yaitu bentuk pemasaran non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Periklanan merupakan semua bentuk penyajian dan pemasaran nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu. Kegiatan pemasaran melalui media periklanan dapat dilakukan dengan lima, yaitu :

- 1). Pemasangan papan nama iklan di jalan-jalan strategi s;
- 2). Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau di pusat perbelanjaan; Brosur atau pamflet memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah, atau dimaksudkan sebagai sarana beriklan. Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat. Brosur juga didesain agar menarik perhatian, dan dicetak di atas kertas yang baik dalam usaha membangun citra yang baik terhadap layanan atau produk tersebut.

Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara sistematis atau cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa dijilid atau selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi.

- 3). Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis;
 - 4). Pemasangan melalui media massa seperti koran atau majalah;
 - 5). Pemasangan melalui media elektronik seperti televisi dan radio.
- b. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), yaitu bentuk pemasaran secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
- c. Pemasaran Langsung (*Direct marketing*), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Dengan demikian, maka segala aktivitas, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan. Tujuan utama pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak.

Pemasaran dapat disimpulkan bahwa suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, pemasaran dan

mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan tertentu.

c. Strategi Pemasaran Pendidikan

Pemasaran dalam dunia pendidikan merupakan langkah awal ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti ketatnya persaingan untuk memperoleh pelanggan. Bagi lembaga pendidikan yang telah memiliki *image* yang bagus di masyarakat seperti sekolah favorit, implementasi pemasaran pendidikan hanya membutuhkan *planning* yang lebih menyempurnakan keberadaan sekolah tersebut dengan melakukan inovasi sebagai terobosan baru dalam mengantisipasi permintaan dunia kerja sebagai relevansi dari dunia pendidikan.

Dalam lembaga pendidikan atau sekolah pemasaran didefinisikan sebagai pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan visi-misi sekolah berdasarkan pemuasan kebutuhan yang nyata baik itu untuk *stakeholder* ataupun masyarakat sosial pada umumnya (Kriegbahum dalam Muhaimin, 2010:98). Pemasaran di sekolah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus-menerus dan berkesinambungan.

Pemasaran lembaga pendidikan harus berorientasi kepada “pelanggan” yang dalam konteks sekolah disebut dengan siswa atau peserta didik. Di sini sekolah perlu mengetahui bagaimana calon siswa atau peserta didik melihat sekolah yang akan dipilihnya. Pemasaran hendaknya dilakukan dengan perencanaan yang matang dan tujuan yang jelas.

Menurut Muhaimin, (2010: 104-105) ada variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh sekolah yang diarahkan untuk kebutuhan dan kepuasan “pelanggan”. Kepuasan pelanggan tersebut tentu tidak hanya tergantung pada faktor-faktor yang berhubungan dengan bidang-bidang akademik saja, tetapi juga berhubungan dengan faktor-faktor lain seperti kehidupan sosial sekolah, dukungan psikologis, olahraga dan kesenian dan sebagainya. Semua itu harus diperhatikan di antara sekolah yang lain dalam menarik minat “pelanggan”. Penerapan pemasaran pendidikan mempunyai 4 elemen pokok, yaitu :

- a). *Product*, merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
- b). *Price*, merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi apabila dirasa dalam batas terjangkau pelanggan pendidikan.
- c). *Place*, adalah letak lokasi sekolah mempunyai peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.
- d). *People*, ini menyangkut peran pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur

pemimpin akademik dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkat jumlah pelanggan.

Pendidikan yang dapat dipasarkan adalah pendidikan yang memiliki produk sebagai komoditas, produknya memiliki standar, spesifikasi dan kemasan, memiliki sasaran yang jelas, memiliki jaringan dan media, dan memiliki tenaga pemasar. Pemasaran pendidikan dapat dilakukan melalui promosi, dengan tujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk sekolah, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat tentang produk sekolah, membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya, memberi penekanan nilai lebih yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan sekolah kepada masyarakat

Pemasaran pendidikan harus didasari pada strategi yang efektif sehingga dapat menarik banyak calon siswa atau peserta didik. Pada dasarnya strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu lembaga pendidikan. Sedangkan menurut Muhaimin (2010:107), strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan melalui analisis keunggulan dan kelemahan lembaga pendidikan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi lembaga pendidikan dari lingkungannya. Disamping itu, strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan atau kondisi pada saat ini

dan hasil penilaian atau evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang. Menurut Muhaimin (2010 : 120) dalam pemasaran pendidikan terdapat beberapa langkah strategis, yaitu :

- a) Identifikasi pasar, yaitu sebuah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui kondisi pasar terkait pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan.
- b) Segmentasi pasar dan positioning, yaitu membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan positioning adalah karakteristik dan pembedaan produk yang nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga lainnya.
- c) Diferensiasi produk, melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Strategi ini adalah strategi yang memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh pesaing lain.
- d) Komunikasi pemasaran, yaitu publikasi prestasi oleh media independen, seperti berita dalam media massa.
- e) Pelayanan sekolah, hal ini terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas jasa pendidikan.

Penerapan strategi pemasaran dalam dunia pendidikan adalah untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan pendidikan. Ketika berbicara tentang kepuasan maka kita harus menyadari bahwa kepuasan antara satu orang dengan yang lainnya berbeda, artinya kepuasan berurusan dengan beberapa hal. Kata kepuasan berasal dari bahasa Latin *"satis"* (artinya cukup baik, memadai) dan *"facio"* (melakukan atau membuat), sehingga kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menyatakan. *"Satisfaction is the consumer's fulfillment response. It is a judgement that a*

product pleasurable level of consumption related fulfillment” (Muhaimin, 2010: 131). Jadi dapat ditegaskan bahwa kepuasan merupakan respon konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya tentang penggunaan barang atau jasa yang mereka pakai.

2. Hakekat Satuan PAUD Sejenis

Dalam Undang-Undang No. 23 tahun 2002 tentang Perlindungan Anak memberikan batasan bahwa anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun, termasuk anak yang dalam kandungan. Sedangkan menurut Huck dalam Martuti (2009:2) mengatakan bahwa yang dapat dikategorikan sebagai anak adalah anak-anak usia 1 hingga kurang lebih 12 tahun. Namun menurut Piaget mengatakan anak adalah orang yang berusia 0 tahun sampai dengan kurang lebih 12 tahun yang setelah itu masuk ke fase atau tahap remaja awal. Anak merupakan amanah bagi kedua orang tua. Oleh sebab itu, hendaknya setiap orang tua menjaga anak-anaknya agar mereka selalu dalam kebaikan, mendidik dan mengajarkan kesederhaan dan adab mulia, menjauhkan dari pergaulan yang buruk, serta tidak menanamkan cinta kemewahan pada diri anak (Martuti, 2009:4-5).

Anak secara kodratnya adalah makhluk sosial yang tidak mungkin bisa berkembang dengan sendirinya tanpa bantuan dari lingkungan sosialnya baik orang tua, masyarakat atau lembaga pendidikan. Di masa awal anak belajar dari orang tua dan lingkungan. Pendidikan yang baik dimasa kecil adalah ‘kunci sukses ‘ agar anak tumbuh menjadi anak yang berkualitas. Ini ditentukan oleh tingkat keseriusan orang tua dalam merencanakan pendidikan anaknya dan banyaknya waktu yang disediakan buat anak.

Pada hakekatnya belajar harus berlangsung sepanjang hayat, untuk menciptakan generasi yang berkualitas, pendidikan harus dilakukan sejak usia dini yang dalam hal ini dapat melalui Pendidikan Anak Usia Dini (Martuti, 2009:16). Pendidikan Anak Usia Dini telah berkembang dengan pesat dan mendapatkan perhatian yang luar biasa. Pendidikan anak usia dini adalah investasi yang sangat besar bagi keluarga dan juga bangsa. Anak-anak adalah generasi penerus keluarga dan sekaligus penerus bangsa. Merekalah yang kelak membangun bangsa Indonesia menjadi bangsa yang maju yang tidak tertinggal dari bangsa-bangsa lain (Slamet Suyanto, 2006:2). Dengan kata lain, masa depan bangsa sangat ditentukan oleh pendidikan yang diberikan kepada anak-anak sejak dini.

Menurut Maimunah Hasan (2011:16) ada dua tujuan diselenggarakannya pendidikan anak usia dini, yaitu sebagai berikut :

- a. Membentuk anak Indonesia yang berkualitas, yaitu anak yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan tingkat perkembangannya, sehingga memiliki kesiapan yang optimal di dalam memasuki pendidikan dasar serta mengarungi kehidupan di masa dewasa.
- b. Membantu menyiapkan anak mencapai kesiapan belajar (akademik) di sekolah.

Adapun Prinsip-prinsip Pendidikan Anak Usia Dini, menurut Martuti (2006:46) adalah sebagai berikut :

- a. Berorientasi pada kebutuhan Anak (Children Oriented)
Kegiatan pembelajaran harus berpusat kepada kebutuhan anak melalui upaya-upaya pendidikan dalam mencapai perkembangan fisik dan psikis yang optimal.
- b. Merangsang kreativitas dan Potensi Anak
Kegiatan PAUD harus mampu merangsang potensi dan kreativitas anak sehingga anak mempunyai kemampuan dalam menjalani kehidupannya di masa depan.
- c. Belajar melalui Bermain
Kegiatan bermain merupakan sarana belajar bagi anak usia dini. Melalui bermain anak diajak untuk bereksplorasi, menemukan,

memanfaatkan dan mengambil kesimpulan terhadap sesuatu yang dipelajarinya.

d. Menciptakan Lingkungan yang Kondusif

Dalam hal ini, pendidikan di usia dini memerlukan pengkondisian lingkungan yang mendorong munculnya kreativitas anak. Lingkungan harus diciptakan agar lebih menyenangkan dan memberi kenyamanan belajar anak.

e. Pembelajaran Terpadu

Proses pembelajaran pada anak usia dini harus memadukan berbagai aspek pembelajaran, yakni dengan penggunaan tema yang menarik dan dapat mengembangkan minat siswa dan bersifat kontekstual.

f. Dilaksanakan secara Bertahap, Berulang-ulang dan Terus Menerus

Kegiatan pembelajaran harus dilakukan secara bertahap, di mulai dengan konsep yang sederhana dan sesuai dengan lingkungan yang dikenal anak. Juga harus dilaksanakan berulang-ulang dan terus menerus sehingga apa yang dipelajari dapat menjadi bagian dari kehidupan anak.

g. Mengembangkan Berbagai Kecakapan Hidup (Life Skills)

Memberikan berbagai kecakapan hidup dapat melalui proses pembiasaan, hal tersebut bertujuan agar anak mampu mandiri, disiplin, menolong dirinya sendiri dan bertanggung jawab.

h. Menggunakan berbagai Media Edukatif dan Sumber Belajar

Penyelenggaraan PAUD berfungsi membina, menumbuhkan, dan mengembangkan seluruh potensi anak usia dini secara optimal sehingga terbentuk perilaku dan kemampuan dasar sesuai dengan tahap perkembangannya agar memiliki kesiapan untuk memasuki pendidikan selanjutnya dalam rangka mencapai tujuan pendidikan nasional. Ukuran kualitas keberhasilan pendidikan anak usia dini tidak diarahkan semata-mata untuk kesiapan atau kematangan mereka untuk memasuki pendidikan dasar (formal) baik dari kesiapan intelektual, sosial maupun fisik , tetapi lebih membantu pengembangan keterampilan fisik, sosial, dan emosional (Djohar, 2003:36 - 37).

Pendidikan Anak Usia Dini pada jalur pendidikan formal berbentuk Taman Kanak-Kanak (TK), Raudatul Athfal (RA), atau bentuk lain yang

sederajat. Sedangkan pendidikan anak usia dini pada jalur pendidikan nonformal berbentuk Kelompok Bermain (KB), Tempat Penitipan Anak (TPA), dan SPS.

SPS adalah bentuk-bentuk Satuan PAUD jalur pendidikan nonformal selain Kelompok Bermain (KB) dan Taman Penitipan Anak (TPA) yang penyelenggaraannya dapat diintegrasikan dengan berbagai program layanan anak usia dini yang telah ada di masyarakat seperti Posyandu, Bina Keluarga Balita, Taman Pendidikan Al-Qur'an, Pelayanan Anak Kristen, Bina Iman Anak, atau layanan terkait lainnya. Sejak dulu sampai sekarang pelayanan posyandu masih didominasi pada pelayanan di bidang kesehatan meliputi pelayanan imunisasi, perbaikan gizi serta pelayanan kesehatan ibu dan anak. Pada pelaksanaannya sambil menunggu giliran ditimbang dan di catat perkembangan kesehatannya para balita dan ibunya hanya duduk tanpa ada hal-hal edukatif yang di berikan. Oleh karena itu mengintegrasikan pelayanan posyandu dengan program paud merupakan langkah yang efektif dan efisien untuk menciptakan balita yang sehat sekaligus cerdas.

SPS berfungsi memberikan pendidikan sejak dini & membantu meletakkan dasar pengembangan sikap, perilaku, perasaan, kecerdasan, sosial & fisik yang diperlukan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berpengaruh terhadap tumbuh kembang anak. Menurut Martuti (2009:54-55) mengatakan bahwa bidang pengembangan yang berkaitan dengan tujuan SPS adalah kesehatan, gizi, psikososial yang berfungsi mengoptimalkan tumbuh kembang anak, tujuan stimulasi psikososial: 1). mempercepat & meningkatkan kualitas aspek perkembangan 2). meningkatkan mekanisme integrasi antar aspek perkembangan.

3). membantu anak mengeksplorasi kemampuan yang dimiliki 4). melindungi anak dari perasaan tidak nyaman 5). membantu anak mengembangkan perilaku adaptif & terarah.

Satuan PAUD Sejenis dibentuk atas kesepakatan masyarakat dan dikelola berdasarkan azas gotong rotong, kerelaan, dan kebersamaan. Didalam pelaksanaannya Satuan PAUD Sejenis senantiasa menggunakan prinsip kesederhanaan, murah, mudah dan bermutu. Seorang pengelola Satuan PAUD Sejenis dipilih dari masyarakat setempat. Pengelola Satuan PAUD Sejenis minimal terdiri dari ketua, sekretaris, dan bendahara. Pengelola boleh merangkap sebagai kader.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 1 ayat 6 disebutkan bahwa, “pendidik adalah tenaga kependidikan yang berkualifikasi sebagai guru, dosen, konselor, pamong belajar, widyaiswara, tutor, instruktur, fasilitator, dan sebutan lain yang sesuai dengan kekhususannya serta berpartisipasi dalam penyelenggaraan pendidikan”.

Pendidik PAUD sebagai sumber belajar merupakan salah satu komponen penting dalam menentukan keberhasilan PAUD karena pendidik terlibat langsung dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan proses pembelajaran. Dalam proses pembelajaran, peserta didik merupakan *output* atau keluaran dari penyelenggaraan pendidikan yang perlu dipertahankan kualitasnya sebagai indikator kualitas pendidikan nasional.

Pendidikan anak usia dini sebagai jenjang pendidikan yang sangat penting dalam mempersiapkan anak untuk mengikuti pendidikan dasar. Oleh karena itu pendidik perlu disiapkan dengan baik, sehingga diharapkan mampu menjangkau mutu tenaga pendidik yang sesuai dengan kompetensinya dan memiliki kualifikasi

akademik yang dapat menunjang proses pembelajaran. Menurut Kemendiknas (2011, 14 – 15), pendidik SPS minimal memiliki kualifikasi, kompetensi, dan kewajiban sebagai berikut:

1) Kualifikasi

S1 atau D4 jurusan pendidikan/psikologi anak.

2) Kompetensi

- a) Memiliki Kompetensi Kepribadian;
- b) Memiliki Kompetensi Profesional;
- c) Memiliki Kompetensi Pedagogik;
- d) Memiliki Kompetensi Sosial.

3) Kewajiban

- a) Menjadi teladan bagi pembentukan karakter anak;
- b) Mengembangkan rencana pembelajaran sesuai dengan tahapan perkembangan anak;
- c) Mengelola kegiatan bermain untuk anak sesuai dengan tahapan perkembangan dan minat anak;
- d) Melaksanakan penilaian sesuai dengan kemampuan yang dicapai anak.

Pada kenyataannya pesatnya perkembangan dan pertumbuhan PAUD pada jalur nonformal di tangan masyarakat belum diimbangi dengan ketersediaan pendidik yang kompeten dan berkualitas di bidang PAUD. Kenyataan di lapangan memperlihatkan banyaknya pelaksanaan SPS, hanya sebagai kegiatan bersifat latih tanpa dipersiapkan dan dirancang dengan baik.

3. Hakekat tentang Peserta Didik

Salah satu komponen dalam sistem pendidikan adalah adanya peserta didik, peserta didik merupakan komponen yang sangat penting dalam sistem pendidikan, sebab seseorang tidak bisa dikatakan sebagai pendidik apabila tidak ada yang dididiknya. Peserta didik adalah orang yang memiliki potensi dasar, yang perlu dikembangkan melalui pendidikan, baik secara fisik maupun psikis, baik pendidikan itu dilingkungan keluarga, sekolah maupun dilingkungan masyarakat dimana anak tersebut berada.

Menurut pasal 1 ayat 4 Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, “peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan dirinya melalui proses pendidikan pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu”. Peserta didik mempunyai kewajiban, di antaranya yaitu menurut Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003: (1) menjaga norma-norma pendidikan untuk menjamin keberlangsungan proses dan keberhasilan pendidikan; (2) ikut menanggung biaya pendidikan kecuali bagi yang dibebaskan dari kewajiban tersebut.

Dalam dunia pendidikan, peserta didik merupakan titik fokus yang strategis karena kepadanya bahan ajar melalui sebuah proses pengajaran diberikan. Sebagai seorang manusia peserta didik mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing, mereka unik dengan seluruh potensi dan kapasitas yang ada pada diri mereka dan keunikan ini tidak dapat diseragamkan dengan satu aturan yang sama antara peserta didik yang satu dengan peserta didik yang lain, para pendidik dan lembaga sekolah harus menghargai perbedaan yang ada pada diri mereka (Fuad Ihsan, 2001:8-9).

Keunikan yang terjadi pada peserta didik memang menimbulkan satu permasalahan tersendiri yang harus diketahui dan dipecahkan. Peserta didik

dipandang sebagai organisme yang pasif hanya menerima informasi dari orang dewasa. Dalam bahasa Indonesia, makna siswa, murid, pelajar dan peserta didik merupakan sinonim (persamaan), semuanya bermakna anak yang sedang berguru (belajar dan bersekolah), anak yang sedang memperoleh pendidikan dasar dari suatu lembaga pendidikan.

Peserta didik adalah subjek utama dalam pendidikan. Dialah yang belajar setiap saat. Dalam pengertian umum, anak didik adalah setiap orang yang menerima pengaruh dari seseorang atau sekelompok orang yang menjalankan kegiatan pendidikan. Sedangkan dalam arti sempit anak didik adalah anak (pribadi yang belum dewasa) yang diserahkan kepada tanggung jawab pendidik (Yusrina, 2006:26).

Peserta didik adalah orang yang mempunyai potensi dasar, baik secara fisik maupun psikis, yang perlu dikembangkan, untuk mengembangkan potensi tersebut sangat membutuhkan pendidikan dari pendidik. Penggunaan istilah peserta didik lebih ditekankan kepada pentingnya murid/siswa untuk berperan secara aktif dalam proses pembelajaran. Peserta didik juga dapat diartikan sebagai komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.

Peserta didik dipandang sebagai individu. Dimana individu disini diartikan seseorang yang tidak tergantung pada orang lain, dalam arti benar-benar seorang pribadi yang menentukan diri sendiri dan tidak dipaksa dari luar, juga mempunyai sifat dan keinginan sendiri menurut (Fuad Ihsan, 2001:12). Untuk itu, peserta

didik harus dipandang secara filosofis, yaitu menerima kehadiran keakuannya, keindividuannya, sebagaimana mestinya ia ada (eksistensinya).

Pendidikan merupakan bantuan bimbingan yang diberikan pendidik terhadap peserta didik menuju kedewasaannya. Sejauh dan sebesar apapun bantuan itu diberikan sangat berpengaruh oleh pandangan pendidik terhadap kemungkinan peserta didik untuk dididik. Pendidik juga kadang melakukan pengelompokan peserta didik, pengelompokan tidak boleh dilakukan untuk keperluan lain, selain untuk kebaikan peserta didik itu sendiri. Pengelompokan atau *grouping* didasari atas karakteristik-karakteristiknya. Karakteristik perlu digolongkan agar mereka berada dalam kondisi yang sama. Dengan adanya pengelompokan peserta didik juga mudah untuk dikenali.

Adapun kelompok-kelompok kecil pada masing-masing kelas dapat dibentuk berdasarkan karakteristik individu. Ada tujuh kelompok kecil di kelas, yaitu: *interest grouping*, *special-need grouping*, *team grouping*, *tutorial grouping*, *full-class grouping*.

a. Pengelompokan Berdasarkan Minat (*Interest Grouping*)

Interest grouping adalah pengelompokan yang didasarkan atas minat peserta didik. Peserta didik yang berminat pada bahasan tema tertentu, pada kegiatan tertentu, pada topik tertentu, membentuk ke dalam suatu kelompok.

b. Pengelompokan Berdasarkan Kebutuhan Khusus (*Special-need grouping*)

Special-need grouping adalah pengelompokan berdasarkan kebutuhan-kebutuhan khusus peserta didik. peserta didik yang sebenarnya sudah tergabung dalam kelompok-kelompok, dapat membentuk kelompok baru untuk belajar ketrampilan khusus.

c. Pengelompokan Beregu (*Team Grouping*)

Team Grouping, adalah suatu kelompok yang terbentuk karena dua atau lebih peserta didik ingin bekerja dan belajar bersama untuk memecahkan masalah-masalah khusus.

d. Pengelompokan Tutorial (*Tutorial Grouping*)

Tutorial Grouping, adalah suatu pengelompokan di mana peserta didik bersama-sama dengan guru merencanakan kegiatan-kegiatan kelompoknya. Dengan demikian, apa yang dilakukan oleh kelompok bersama dengan guru tersebut telah disepakati terlebih dahulu.

e. Pengelompokan Kelas Utuh (*Full-Class Grouping*)

Full-Class Grouping, adalah suatu pengelompokan di mana peserta didik secara bersama-sama mempelajari dan mendapatkan pengalaman di bidang seni. Misalnya saja, kelompok yang berlatih drama, musik, tari dan sebagainya.

Dari uraian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud peserta didik adalah individu manusia yang secara sadar berkeinginan untuk mengembangkan potensi dirinya (jasmani dan rohani) melalui proses kegiatan belajar mengajar yang tersedia pada jenjang atau tingkat dan jenis pendidikan

tertentu. Peserta didik dalam kegiatan pendidikan merupakan obyek utama (*central object*).

4. Hakekat tentang Penerimaan Peserta Didik

Setiap tahun ajaran baru, sekolah disibukkan oleh penerimaan(rekrutment) peserta didik yang baru. Penerimaan peserta didik adalah proses mencari, menemukan, mengajak dan menetapkan sejumlah orang dari dalam maupun dari luar. Penerimaan adalah bentuk komunikasi dua arah antara lembaga sebagai yang mencari sumber daya manusia dan sumber daya manusia yang membutuhkan. Sebelum kegiatan ini dimulai, pihak pengelola sekolah terlebih dahulu membentuk pengurus yang terdiri dari :

Ketua Umum	: Kepala Sekolah / Kepala Pengelola
Sekretaris	: Salah seorang guru / Pendidik
Bendahara	: Bendahara Sekolah
Seksi Pendaftaran	: Maksimum 3 (tiga) orang guru

Menurut Ali Imron (2011:49) mendeskripsikan tugas dari masing-masing pengurus sebagai berikut :

1. Ketua Umum
Bertanggungjawab secara umum atas pelaksanaan peserta didik baru, baik yang sifatnya ke dalam maupun ke luar.
2. Sekretaris
Bertanggungjawab atas tersusunnya konsep menyeluruh mengenai penerimaan peserta didik baru.
3. Bendahara
Bertanggungjawab atas pemasukan dan pengeluaran anggaran penerimaan peserta didik baru dengan sepengetahuan ketua.
4. Seksi pendaftaran
 - a. Melakukan pendaftaran calon pesertadidik baru berdasarkan ketentuan dan persyaratan yang telah ditentukan
 - b. Melakukan pendaftaran ulang atas peserta didik yang telah dinyatakan diterima.

Adapun tugas dari panitia ini adalah mengadakan pendaftaran calon peserta didik, seleksi, pendaftaran kembali peserta didik yang diterima dan melaporkan pertanggungjawaban pelaksanaan penerimaan calon peserta didik kepada pengelola lembaga didik (Djohar, 2003:35).

Penerimaan peserta didik di sebuah lembaga pendidikan (sekolah) pada hakekatnya adalah merupakan proses pencarian, menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk menjadi peserta didik di lembaga pendidikan (sekolah) yang bersangkutan. Penerimaan peserta didik merupakan langkah awal bagi anak usia sekolah untuk dapat diterima dan ditempatkan di sekolah. Berdasarkan hasil penerimaan, anak kemudian ditempatkan pada kelas tertentu untuk mendapatkan layanan pendidikan.

Dalam konteks dunia pendidikan, penerimaan peserta didik memiliki pengertian yang lebih khusus, terkait dengan pencarian peserta didik yang akan menjadi anak didik dan diberikan layanan pendidikan. Pengertian lain tentang penerimaan peserta didik adalah suatu proses untuk mendorong para calon peserta didik atau para calon peserta didik yang potensial untuk masuk atau mendaftar pada program, kursus, kelas, atau sekolah tertentu.

Penerimaan peserta didik adalah proses yang tidak aktif, yaitu proses sekolah menunggu calon peserta didik datang ke sekolah untuk melamar menjadi peserta didik pada sekolah yang bersangkutan. Lebih dari itu, definisi di atas mengungkapkan bahwa proses penerimaan merupakan proses yang mencari dan bahkan mendorong calon-calon peserta didik untuk menjadi peserta didik pada suatu sekolah (Hasibuan, 2007 : 54).

Menurut Hasibuan (2007:55) ada empat prinsip dalam penerimaan peserta didik adalah obyektif, transparansi, akuntabilitas dan tidak diskriminatif.

a. Obyektif

Dalam penerimaan peserta didik, obyektif memiliki makna bahwa proses pembuatan keputusan dalam penerimaan siswa baru tidak dipengaruhi oleh pendapat atau pandangan pribadi terhadap calon peserta didik atau orang tua peserta didik. Dalam pandangan yang lebih luas, pembuatan keputusan diterima atau tidak diterimanya siswa baru didasarkan pada kondisi nyata calon peserta didik, tanpa dipengaruhi oleh unsur-unsur diluar kondisi yang terlihat secara nyata, seperti kesenangan atau kebencian terhadap peserta didik, orang tua, atau pihak-pihak yang terkait dengan peserta didik. Prinsip obyektif ini diharapkan memberikan keadilan kepada calon peserta didik dan orang tua dalam menerima layanan pendidikan.

b. Transparansi

Transparansi dalam penerimaan peserta didik adalah adanya kebebasan masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai tahapan, mekanisme, syarat, dan pelaksanaan proses penerimaan peserta didik termasuk mengapa seorang anak diterima atau tidak diterima pada suatu proses penerimaan peserta didik. Lebih jauh, transparansi dalam penerimaan peserta didik memberikan efek yang luar biasa kepada panitia seleksi dalam melaksanakan setiap tahapannya. Kehati-hatian dan kecermatan merupakan efek yang akan muncul dari prinsip ini. Disamping itu, keterlibatan masyarakat untuk dapat berkontribusi secara lebih positif ketika mengetahui proses dan tahapan seleksi secara lebih jelas akan memberikan

informasi yang tepat sehingga meminimalisir munculnya prasangka yang tidak tepat terhadap sekolah dan tim PSB (Penerima Siswa Baru).

c. Akuntabilitas

Akuntabilitas dalam penerimaan peserta didik adalah pertanggungjawab tim PSB dan sekolah terhadap proses dan hasil penerimaan peserta didik yang dilaksanakan. Penerimaan peserta didik yang akuntabel dilakukan melalui kejujuran dalam melaksanakan penerimaan peserta didik, ketepatan dalam manajerial pelaksanaan penerimaan peserta didik, dan ketepatan serta kesesuaian finansial yang ada atau diadakan untuk kepentingan penerimaan peserta didik.

d. Tidak diskriminatif atau berkeadilan

Pelaksanaan penerimaan calon peserta didik merupakan kegiatan untuk mencari dan menemukan anak-anak yang dianggap layak untuk menjadi peserta didik berdasarkan kriteria tertentu pada suatu jenjang dan jenis pendidikan. Proses ini akan melalui tahapan pembuatan keputusan diterima atau tidak diterimanya anak sebagai calon peserta didik di suatu sekolah.

Pembuatan keputusan merupakan upaya untuk menentukan suatu keputusan berdasarkan pertimbangan kondisi aktual dan standar acuan penerimaan siswa baru. Mekanisme perwujudan keadilan dalam rekrutmen peserta didik memerlukan keterlibatan orang tua/wali anak dan anak itu sendiri untuk memutuskan visibilitas dalam mengikuti semua proses penerimaan.

Sistem penerimaan peserta didik baru menunjuk pada cara. Berarti sistem penerimaan peserta didik adalah cara penerimaan peserta didik baru. Ada dua macam sistem penerimaan peserta didik baru. Pertama, dengan menggunakan

pemasaran sedangkan yang kedua dengan menggunakan sistem seleksi. Sistem pemasaran adalah penerimaan peserta didik yang sebelumnya tanpa menggunakan seleksi, mereka yang mendaftar sebagai peserta didik di suatu sekolah diterima semua begitu saja. Sistem pemasaran secara umum berlaku pada sekolah yang pendaftaranya kurang dari jatah atau daya tampung yang ditentukan. Kedua, sistem seleksi dapat digolongkan menjadi tiga macam, a) seleksi berdasarkan daftar nilai murni, b) berdasarkan penelusuran minat dan kemampuan, c) seleksi berdasarkan hasil tes masuk (Ali imron, 2011:43).

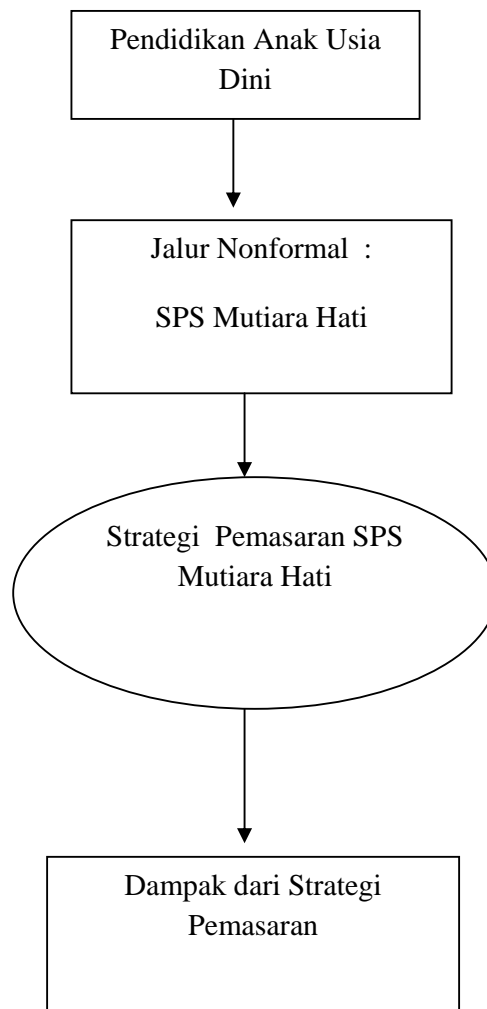
Kebijakan penerimaan peserta didik baru sebenarnya menggunakan dasar-dasar manajemen peserta didik. Peserta didik dapat diterima disuatu lembaga pendidikan seperti sekolah, haruslah memenuhi persyaratan-persyaratan sebagaimana yang telah ditentukan. Setiap orang mempunyai hak yang sama untuk mendapatkan layanan pendidikan, tidak secara otomatis mereka dapat diterima di suatu lembaga pendidikan seperti sekolah, sebab untuk dapat diterima haruslah terlebih dahulu memenuhi kewajiban-kewajiban yang telah ditentukan.

B. Kerangka Berfikir

Salah satu keberhasilan pembangunan manusia yang berkualitas. Manusia yang berkualitas dapat di bina dengan pendidikan. Pendidikan dapat di mulai sejak dini. Pendidikan anak usai dini dapat diselenggarakan pada jalur formal, nonformal maupun informal yang intinya pendidikan anak usia dini adalah suatu upaya pembinaan yang ditujukan pada anak sejak usia dini yang dilakukan melalui pemberian berbagai rangsangan pendidikan untuk membantu

pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani anak agar memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan dasar dan dalam kehidupan pada tahap berikutnya.

Pendidikan anak usia dini pada jalur nonformal salah satunya adalah SPS yang terintegrasi dengan Bina Keluarga Balita dan Posyandu. SPS sebagai lembaga pendidikan memerlukan pemasaran agar mendapatkan peserta didik, pemasaran sendiri memerlukan strategi agar apa yang diinginkan dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati tidak hanya dilakukan oleh pengelola dan tenaga pendidik, namun orang tua dan tokoh masyarakat setempat ikut membantu pemasaran SPS Mutiara Hati. Dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati diantaranya semakin dikenalnya SPS Mutiara Hati sehingga banyak peserta didik yang datang dari luar Karangmalang dengan kenyataan ini membuat meningkatnya jumlah peserta didik dari tahun ke tahun yang rata-rata mencapai 50% pada setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa SPS Mutiara Hati dapat bersaing dengan PAUD lainnya, dan SPS Mutiara Hati dengan mempunyai patokan segmentasi pasar yang jelas SPS Mutiara Hati hanya menerima rentang usia calon peserta didik dua sampai lima tahun dan SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik tidak membedakan latar belakang calon orang tua murid.



Gambar I . Bagan Kerangka Berfikir

C. Pertanyaan Penelitian

Guna mempermudah dalam proses pengumpulan data dan informasi mengenai aspek yang diteliti, maka pertanyaan penelitian dirinci sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik?
2. Bagaimana peran pengelola dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ?

3. Bagaimana peran tenaga pendidik dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ?
4. Bagaimana peran orang tua dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ?
5. Bagaimana peran tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ?
6. Bagaimana dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati ?

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati, maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Melalui pendekatan ini diharapkan peneliti dapat menghasilkan data yang bersifat deskriptif guna mengungkap sebab dan proses terjadinya di lapangan. Menurut Moleong (2011: 6):

“Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena peneliti bermaksud untuk mendeskripsikan, menguraikan, dan menggambarkan apa saja strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati, bagaimana peran orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati, serta dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati.

B. Subjek Penelitian

Istilah subjek penelitian atau sumber data menunjuk pada orang/individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan (kasus) yang diteliti. Penentuan subjek penelitian dilakukan dengan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan

penelitian. Menurut Burhan Bungin “pengambilan subjek dalam penelitian kualitatif yang terpenting adalah bagaimana subjek merupakan informan kunci yang sarat informasi terhadap fokus penelitian” (Burhan Bungin, 2001: 33).

Subjek dalam penelitian ini adalah mereka yang mengetahui tentang strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati. Menurut Sugiyono subjek sebagai sumber data atau sebagai informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya;
2. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti;
3. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi;
4. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya” sendiri;
5. Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber (Sugiyono, 2011: 221).

Berdasarkan pendapat Sugiyono yang telah dikemukakan diatas, subjek yang dipilih sebagai sumber data atau informan dalam penelitian ini dipilih dengan alasan :

1. Mereka yang dipilih sudah mewakili data yang dibutuhkan ;
2. Mereka yang tergolong mampu untuk dijadikan semacam guru atau narasumber dalam pengambilan data penelitian terkait tentang strategi pemasaran yang di lakukan oleh SPS Mutiara Hati ;
3. Mereka yang mempunyai waktu memadai untuk dimintai informasi; dan
4. Mereka yang tergolong ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati.

Sumber data dalam penelitian ini adalah pengelola yang dipilih sesuai dengan kebutuhan peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran yang dilakukan di SPS Mutiara Hati. Sumber data berikutnya adalah tenaga pendidik yang mengetahui kebutuhan peserta didik yang nantinya dapat dijadikan gambaran untuk penentuan strategi pemasaran yang efektif untuk mendapatkan peserta didik baru. Sedangkan dari masyarakat adalah orang tua dan tokoh masyarakat setempat yang ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati. Objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati Padukuhan Karangmalang Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta.

C. *Setting* Penelitian

Setting penelitian mengenai strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati Padukuhan Karangmalang Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta. SPS Mutiara Hati dijadikan sebagai tempat penelitian berdasarkan pertimbangan dimana SPS Mutiara Hati merupakan lembaga pendidikan anak usia dini pada jalur nonformal yang memiliki jumlah peserta didik yang cukup banyak, serta peran orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2013 hingga bulan Juni 2013.

Pelaksanaan penelitian meliputi pengamatan terhadap strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik SPS Mutiara Hati, bagaimana peran orang tua murid dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS

Mutiara Hati serta dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diupayakan guna mendapatkan data penelitian. Sugiyono mengemukakan “bila dilihat dari caranya, pengumpulan data penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi” (Sugiyono, 2012:65). Berdasarkan pendapat Sugiyono tersebut, maka pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berikut pemaparan mengenai teknik observasi, wawancara dan dokumentasi:

1. Observasi

Observasi , ialah pengamatan / pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang akan diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis dan dapat dikontrol ketelitiannya. Dalam observasi atau pengamatan ini, peneliti mengadakan pengamatan situasi sosial lokasi penelitian serta mengetahui secara langsung mengenai strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik .

Observasi partisipan, akan memperoleh data yang lebih lengkap, dan tajam. Observasi dilakukan dengan mengacu pada pedoman observasi yang telah dibuat yaitu akan melakukan observasi terhadap kondisi SPS Mutiara Hati yang meliputi keadaan fisik maupun nonfisik lingkungan SPS Mutiara Hati, sarana dan prasarana yang ada di SPS Mutiara Hati, serta observasi mengenai strategi pemasaran SPS

Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik , bagaimana peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati, serta observasi tentang dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati.

2. Wawancara

“Esterberg (2002) dalam (Sugiono, 2012: 72) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”. Dapat dikatakan bahwa wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Data penelitian langsung diperoleh dari subyek penelitian lewat wawancara. Wawancara, adalah percakapan dengan maksud tertentu (Moloeng, 2007:186). Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang yang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Bentuk wawancara dalam penelitian kualitatif adalah wawancara terhadap informan dengan menggunakan pedoman wawancara yaitu membuat catatan tentang pokok-pokok yang akan ditanyakan sesuai tujuan penelitian. Metode pengumpulan data dalam bentuk komunikasi verbal dapat mengkontruksikan mengenai orang, kejadian, organisasi, sesuatu di masalalu, memproyeksikan sesuatu yang diharapkan dimasadeapan. Adapun pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dimana pada wawancara ini menggunakan pedoman wawancara yang dijabarkan dalam bentuk deskripsi.

Wawancara dilakukan melalui tanya jawab langsung kepada narasumber (informan) yang dapat dipercaya kebenarannya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pengelola, pendidik, orang tua murid serta tokoh masyarakat setempat contohnya dengan kepala Padukuhan Karangmalang dan ketua PKK Padukuhan Karangmalang, setiap pertanyaan diarahkan pada strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati, bagaimana peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua murid dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati, serta dampak dari strategi pemasaran tersebut bagi SPS Mutiara Hati. Hasil pertanyaan atau jawaban ditulis dalam lembaran yang disediakan. Peneliti menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara secara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang didasarkan pada percakapan intensif dengan suatu tujuan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi , adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari *record* yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik (Moleong, 2007:217) menyatakan ada beberapa alasan dari penggunaan dokumentasi, antara lain :

- a. Dokumentasi dan *record* digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong,
- b. Berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian,
- c. Keduanya berguna dan sesuai untuk penelitian kualitatif,
- d. *Record* relatif murah dan tidak sukar diperoleh, tetapi dokumen harus dicari dan ditemukan,
- e. Keduanya tidak reaktif sehingga sukar ditemukan dengan teknik kajian isi,
- f. Hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang akan diselidiki.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil bahan-bahan sumber dan data-data dokumentasi yang ada di SPS Mutiara Hati berupa foto-foto pelaksanaan kegiatan penelitian, data-data lain berupa referensi lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran SPS Mutiara Hati. “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, yang dapat berupa bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2012: 82)”. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah berhubungan dengan masalah penelitian untuk melengkapi data primer yang diperoleh dari hasil wawancara. Dokumentasi ini diambil dari data-data dan catatan yang ada di SPS Mutiara Hati, seperti profil lembaga, bentuk dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati, pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati serta dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati.

Tabel 1. Teknik Pengumpulan Data

No.	Aspek	Sumber Data	Teknik
1.	Strategi pemasaran apa yang dilakukan di SPS Mutiara Hati	Pengelola, tenaga pendidik, dan tokoh masyarakat	Wawancara, Dokumentasi
2.	Pihak yang ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati	Pengelola, tenaga pendidik, orang tua, dan tokoh masyarakat	Wawancara
3.	Dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati	Pengelola dan tenaga pendidik.	Wawancara, Dokumentasi

E. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono “dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri” (2012: 59). Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengambil data. Lebih lanjut Sugiyono mengungkapkan “peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya” (Sugiyono, 2012: 60). Dengan demikian, dapat diperoleh informasi bahwa peneliti sebagai instrumen utama dalam penelitian kualitatif berperan utama dalam menentukan fokus penelitian, melakukan pengumpulan data, analisis data, hingga membuat kesimpulan dan mencari makna atas temuannya.

Berdasarkan pendapat Sugiyono di atas, maka peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengambilan data penelitian ini yang dibantu dengan pedoman observasi, pedoman wawancara dan dokumentasi. Peneliti terjun ke lapangan sendiri untuk melakukan pengumpulan data, menganalisis data temuannya dan menarik kesimpulan untuk diperoleh makna.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian disusun secara sistematis dengan teknik analisis data. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif. Sugiyono memaparkan mengenai analisis data kualitatif sebagai berikut:

“...Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain” (Sugiyono, 2012: 89).

Berdasarkan pendapat Sugiyono yang telah dipaparkan di atas, dapat diperoleh informasi bahwa analisis data penelitian ini dilakukan oleh peneliti sendiri dengan menyusun data berdasarkan catatan lapangan dan hasil wawancara yang diperoleh dari sumber data. Kemudian dipilih data yang penting dan sesuai dengan tujuan penelitian serta membuat kesimpulan atas temuan hasil penelitian agar dapat difahami oleh orang lain. Miles & Huberman dalam Sugiyono (2012: 91) mengemukakan bahwa “aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.” Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Berdasarkan pemaparan Sugiyono, maka analisis data dalam penelitian ini yaitu mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan, berikut penjelasan lebih lanjut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Menurut Sugiyono (2012: 92), “...mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya”. Dapat disimpulkan bahwa data hasil catatan lapangan agar dipilih pada hal-hal penting yang dapat mendukung tujuan kegiatan penelitian. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan memilih hal-hal pokok dan penting sesuai dengan data yang diperlukan. Data-data tersebut berupa data hasil

wawancara dengan subjek penelitian terkait strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati, bagaimana peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua murid dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati serta dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati. Diharapkan data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk mencari data selanjutnya.

2. *Data Display (Penyajian Data)*

Setelah data direduksi maka tahap selanjutnya adalah menyajikan data. Sugiyono (2012: 95) memaparkan bahwa “dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya”. Lebih lanjut Miles & Huberman dalam Sugiyono (2012: 95), menyatakan bahwa “yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif”. Dengan demikian, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat berupa teks yang bersifat naratif dari temuan penelitian berupa hasil wawancara dengan subjek penelitian yang telah direduksi, diharapkan data tersebut akan semakin mudah untuk dipahami terkait data tentang strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati, bagaimana peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua murid dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati serta dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS PAUD Mutiara Hati.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Sugiyono memaparkan “langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles & Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi” (Sugiyono, 2012:99). Setelah data diperoleh, maka dari berbagai data yang terkumpul dianalisis untuk kemudian dilakukan interpretasi terhadap data yang terkumpul guna menafsirkan makna yang lebih mendalam tentang hasil penelitian serta menghubungkan kembali dengan kajian teori yang ada. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang lebih valid dan konsisten. Kesimpulan awal yang diperoleh segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali kepada sumber data penelitian sambil melihat catatan lapangan agar dapat diperoleh pemahaman yang lebih tepat. Melalui pendekatan kualitatif, maka teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data secara kualitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan data tentang strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik .

G. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uji kredibilitas. Uji kredibilitas data atau kepercayaan data terhadap data hasil penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono “triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber” (Sugiyono, 2012: 127). Lebih lanjut Susan Stainback dalam Sugiyono menyatakan bahwa “tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi

lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan” (Sugiyono, 2012:85).

Berdasarkan pendapat Sugiyono di atas, maka teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama kepada sumber yang berbeda. Triangulasi sumber berarti cara untuk mendapatkan data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa sumber guna memperoleh jaminan kepercayaan data dan menghindari adanya subyektivitas. Data dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan dan dikategorisasikan mana yang spesifik dari beberapa sumber data tersebut. Peneliti *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkan hasil wawancara sumber data satu dengan sumber data lainnya. Setelah dilakukan *cross check* sumber data yang satu dengan yang lain maka dapat ditarik kesimpulan untuk mencari dan memahami makna dari hasil penelitian yang telah diperoleh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Deskripsi SPS Mutiara Hati Karangmalang Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta

Usia dini merupakan tahun keemasan bagi perkembangan anak sekaligus sebagai masa kritis anak, pada anak usia dini sangat membutuhkan layanan pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan kebutuhan anak. Berawal dari kebutuhan pendidikan anak usia dini di Padukuhan Karangmalang, mendorong ibu-ibu PKK Padukuhan Karangmalang untuk memberikan layanan pendidikan anak usia dini, dengan dukungan dari masyarakat serta tokoh masyarakat setempat lahirlah SPS Mutiara Hati pada tanggal 24 Januari tahun 2009 setelah berdiri kurang lebih satu tahun SPS Mutiara Hati mengalami pergantian kepengurusan pada tanggal 4 Mei 2010 SPS Mutiara Hati beralamat di Balai Padukuhan Karangmalang Caturtunggal Depok Sleman Yogyakarta. Lembaga yang bergerak pada jalur pendidikan nonformal yang berbentuk SPS.

SPS Mutiara Hati berdiri sudah empat tahun sejak tahun 2009 sampai 2013 sekarang jumlah keseluruhan peserta didik mencapai 131 dengan rincian sebagai berikut :

Tahun Ajaran 2009-2010	Tahun Ajaran 2010-2011	Tahun Ajaran 2011-2012	Tahun Ajaran 2012-2013
5 peserta didik	23 peserta didik	40 peserta didik	131 peserta didik

Tabel. 2 Data Jumlah Peserta Didik dari tahun 2009 sampai 2013

Sumber : Data Primer SPS Mutiara Hati tahun 2013

Dari jumlah peserta didik pada tabek di atas dapat disimpulkan jika SPS Mutiara Hati pada setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah peserta didik, peserta didik tidak hanya berasal dari Karangmalang melainkan dari Kuningan, Klebengan, Pelem Kecut dan daerah sekitarnya. SPS Mutiara Hati tidak memungut biaya pendidikan yang mahal, namun ada iuran infak setiap kali masuk sekolah sebesar dua ribu rupiah yang nantinya uang itu akan digunakan untuk keperluan proses belajar mengajar. Proses pembelajaran di SPS Mutiara Hati dilakukan setiap dua kali seminggu yakni setiap hari Selasa dan Sabtu pada pukul 08.30-10.30 WIB, jumlah tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati berjumlah empat orang dan tiga diantaranya sudah Sarjana Strata I. Sedangkan pengelola SPS Mutiara Hati berjumlah tiga orang yang bertugas mengurus Bina Keluarga Balita, dan Posyandu. SPS Mutiara Hati juga memiliki program unggulan seperti manasik haji dan ekstra menari dari dua kegiatan ini diharapkan dapat melatih kepercayaan diri peserta didik.

SPS Mutiara Hati tidak hanya melayani pendidikan anak usia dini, tetapi juga melayani Bina Keluarga Balita (BKB) dimana kegiatan itu dilakukan setiap satu bulan sekali, materi yang disampaikan dalam Bina Keluarga Balita seputar materi tentang perkembangan anak usia dini, cara mendidik anak usia dini yang baik serta pendalaman nilai-nilai keagamaan. Selain itu, setiap hari Sabtu diminggu ketiga pada setiap bulannya SPS Mutiara Hati mengadakan Posyandu untuk semua peserta didik dan balita disekitar SPS Mutiara Hati.

Sebagai lembaga pendidikan SPS Mutiara Hati membutuhkan campur tangan dengan pihak luar. SPS Mutiara Hati menjalin hubungan dengan pihak luar

contohnya dengan Lembaga Swadana Masyarakat (LSM) Rumah Harapan 23, SPS Mutiara Hati di bawah naungan LSM Rumah Harapan 23, LSM Rumah Harapan 23 belum mempunyai kantor yang tetap di Yogyakarta karena pimpinan dari LSM ini masih sibuk melanjutkan pendidikannya di jenjang S II dan sekarang sedang menyelesaikan tugas akhirnya. LSM ini bergerak di bidang sosial LSM ini memberikan bantuan kepada pihak-pihak yang membutuhkan. SPS Mutiara Hati selalu mengikuti kegiatan yang diadakan LSM Rumah Harapan 23 seperti kegiatan lomba menari, mewarnai. Sudah dua tahun terakhir ini SPS Mutiara Hati menunjukkan prestasi yang membanggakan seperti masuknya SPS Mutiara Hati dalam sepuluh besar se- Caturtunggal dalam kejuaraan lomba menari.

SPS Mutiara Hati juga menjalin hubungan dengan pihak luar seperti tokoh masyarakat di Padukuhan Karangmalang hal ini dilakukan agar tokoh masyarakat setempat ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati yang nantinya SPS Mutiara Hati akan lebih dikenal oleh masyarakat luas, serta menjabatani SPS Mutiara Hati dengan pihak luar untuk ikut membantu dalam pemenuhan kebutuhan SPS Mutiara Hati seperti bantuan APE dan kebutuhan lainnya.

2. Visi dan Misi SPS Mutiara Hati

a. Visi SPS Mutiara Hati

“Mengajak anak untuk belajar sambil bermain dan bermain sambil belajar sehingga tercipta suasana anak yang penuh keceriaan”.

b. Misi SPS Mutiara Hati , meliputi :

1. Meningkatkan keyakinan dalam beragama.

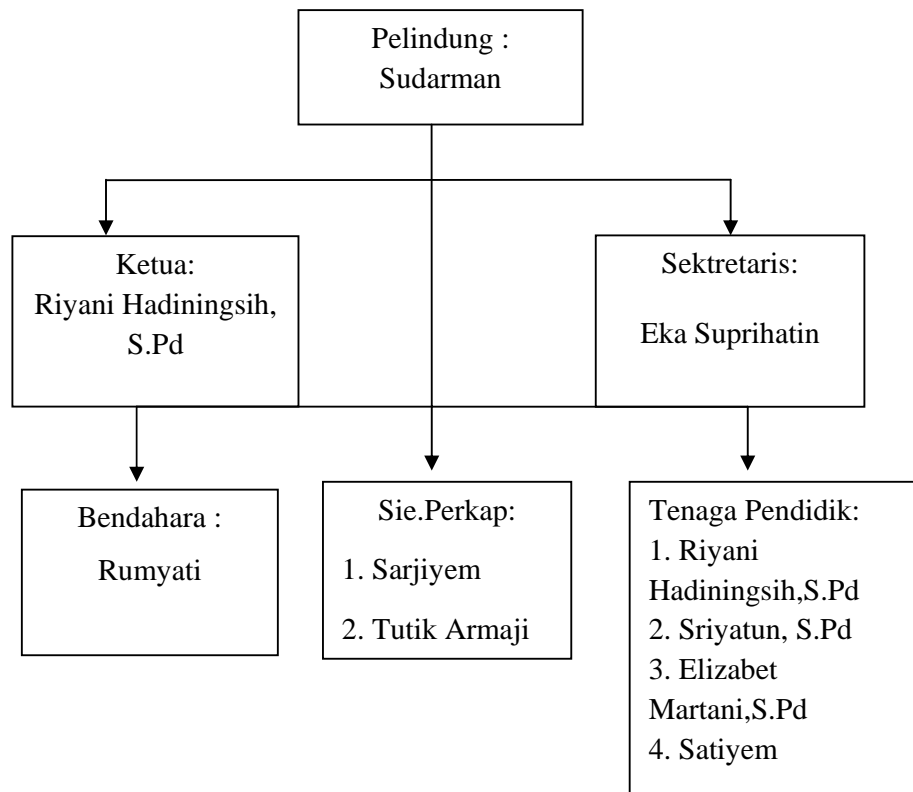
2. Mengembangkan kemampuan dasar anak dengan kegiatan yang bernuansa edukatif, kreatif dan menyenangkan agar anak menjadi anak yang cerdas dan terampil.
3. Melatih anak dan menanamkan disiplin, percaya diri dan mempunyai jiwa sosial.
4. Menciptakan generasi yang berbudi pekerti luhur, sholeh dan berakhlak mulia.

3. Program Kegiatan Belajar Mengajar di SPS Mutiara Hati

1. Meningkatkan keyakinan dalam beragama
2. Mengembangkan dan membentuk perilaku
3. Membiasakan berdoa sebelum dan sesudah melakukan sesuatu kegiatan
4. Melatih dan membiasakan anak peka dan berjiwa sosial, disiplin dan percaya diri.
5. Melaksanakan program pengembangan kemampuan dasar yang meliputi:
 - a. Pengembangan kemampuan berbahasa
 - b. Pengembangan daya pikir
 - c. Pengembangan keterampilan
 - d. Pengembangan jasmani
6. Program unggulan meliputi :
 - a. Manasik Haji Kecil
 - b. Ekstra Menari

4. Struktur Pengelola SPS Mutiara Hati

Struktur pengelola SPS Mutiara Hati dapat dilihat seperti bagan dibawah ini :



Gambar II. Struktur Pengelola SPS Mutiara Hati
 Sumber : *Data Primer SPS Mutiara Hati Tahun 2010*

B. Hasil Penelitian

1. Strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati

SPS Mutiara Hati yang terletak di Balai Padukuhan Karangmalang, Desa Caturtunggal Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta, memiliki strategi pemasaran untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh lembaganya. Hal ini seperti dengan yang diungkapkan oleh “RH” selaku ketua SPS Mutiara Hati bahwa:

“saya sebagai ketua SPS Mutiara Hati harus jeli untuk melihat peluang pasar khususnya untuk mendapatkan peserta didik. hal yang pertama saya lakukan adalah mengidentifikasi pasar maksudnya saya harus tahu sejauh mana kebutuhan pendidikan anak usia dini di Padukuhan Karangmalang dan kemudian menentukan sasaran pasar, sasaran pasar disini adalah berapa kirasan usia anak usia dini yang bisa menjadi konsumen SPS Mutiara Hati”.

Hal serupa juga disampaikan oleh S selaku pengelola di SPS Mutiara hati

bahwa :

“sebelum kita memasarkan produk yang dihasilkan SPS Mutiara Hati sebelumnya kami melakukan proses yang dinamakan diferensiasi produk mbak, maksudnya SPS Mutiara Hati harus mempunyai keunggulan produk jika dibandingkan dengan Pendidikan Anak Usia Dini lainnya sehingga dapat menarik konsumen, contohnya di SPS Mutiara Hati menawarkan biaya pendidikan yang murah tanpa mengabaikan pendidikan anak sesuai dengan kebutuhannya serta adanya kegiatan ekstra menari untuk melatih kepercayaan diri anak usia dini dan kegiatan unggulan lainnya adalah manasik haji”.

Hal yang sama juga dipertegas oleh Ibu H selaku pengelola di SPS

Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“dalam pemasaran SPS Mutiara Hati kami melakukan komunikasi pemasaran lewat brosur, bercerita dari mulut ke mulut serta pemanfaatan internet mba”.

Hal yang senada juga di ungkapkan oleh Ibu R selaku pengelola di SPS

Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“SPS merupakan pendidikan anak usia dini pada jalur nonformal dan karakter pendidikan nonformal salah satunya adalah tidak kaku, perencanaan pemasaran yang ada di SPS ini memang tidak tercatat secara tertulis dalam dokumentasi kami, namun kami sebagai pengelola tahu hal apa yang harus kami lakukan untuk pemasaran SPS Mutiara Hati”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu S selaku pengelola, mengatakan bahwa :

“SPS Mutiara Hati mempunyai rencana pemasaran seperti kami sudah memikirkan untuk membuat brosur pada setiap tahunnya, dan ditempel di tempat-tempat yang mudah di lihat banyak orang, kemudian kita juga merencanakan anggaran biaya pendidikan yang tidak terlalu mahal namun tidak melupakan mutu pendidikan itu sendiri, serta kami juga mempunyai sasaran pasar yang jelas yaitu anak-anak berusia satu sampai lima tahun”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas SPS Mutiara Hati memiliki strategi pemasaran yang jelas. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dimulai dari :

a. Identifikasi pasar

Identifikasi pasar dilakukan oleh orang-orang yang paham tentang kebutuhan yang sedang dibutuhkan konsumen adalah kebutuhan pendidikan anak usia dini khususnya di Padukuhan Karangmalang. Pengelola SPS Mutiara Hati memegang peran dalam proses identifikasi pasar selain itu juga dibantu oleh tenaga pendidik. Pengelola harus jeli melihat peluang yang ada di Padukuhan Karangmalang khususnya dalam pemenuhan pendidikan anak usia dini. Identifikasi pasar yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati berdasarkan hasil musyawarah bersama antara pengelola, tenaga pendidik dan pelindung SPS Mutiara Hati yaitu bapak Sudarman yang juga menjabat sebagai kepala Padukuhan Karangmalang. Hal ini diperjelas oleh Ibu R selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“identifikasi pasar kami lakukan agar kami paham bentuk layanan pendidikan seperti apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya di Padukuhan Karangmalang, ternyata setelah melakukan identifikasi kami menemukan fakta bahwa banyaknya anak usia dini di

Padukuhan Karangmalang dan mereka membutuhkan pendidikan selain dari orangtuanya sendiri”.

Hal senada juga diungkapkan oleh ibu S selaku pengelola SPS Mutiara

Hati , mengatakan bahwa :

“ identifikasi pasar kami lakukan untuk mengetahui jenis pendidikan apa yang sedang dibutuhkan masyarakat di Padukuhan Karangmalang, setelah melakukan survey ternyata pendidikan anak usia dini di Padukuhan Karangmalang di rasa kurang kebanyakan pendidikan anak usia dini pada jalur formal, sedangkan pada jalur nonformal masih jarang kenyataan seperti ini yang membuat SPS Mutiara Hati fokus pada pemenuhan kebutuhan anak usia dini sesuai dengan tahap perkembangan anak dan tanpa adanya paksaan pada setiap proses pembelajarannya”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak S selaku pelindung SPS

Mutiara Hati dan kepala Padukuhan Karangmalang, mengatakan bahwa :

“ saya selaku pelindung SPS Mutiara Hati merasa mempunyai tanggungjawab untuk membantu mengembangkan SPS Mutiara Hati, proses identifikasi pasar sangat penting dilakukan oleh SPS Mutiara Hati, sehingga produk yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen, penarikan kesimpulan atas identifikasi pasar dilakukan dengan cara musyawarah antara pengelola, pendidik dan saya selaku pelindung serta tokoh masyarakat di Padukuhan Karangmalang”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam identifikasi pasar dilakukan oleh pengelola, tenaga pendidik dan pelindung SPS Mutiara Hati dan juga menjabat sebagai kepala Padukuhan Karangmalang. Penarikan hasil identifikasi pasar dilakukan dengan cara musyawarah atau kesepakatan bersama berdasarkan hasil pengamatan yang sudah dilakukan oleh pengelola, tenaga pendidik serta pelindung SPS Mutiara Hati. Setelah melakukan identifikasi pasar di dapat hasil bahwa masih banyak orang tua yang membutuhkan pelayanan pendidikan anak usia dini khususnya pada jalur nonformal.

b. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar dilakukan untuk lebih memperjelas SPS Mutiara Hati dalam aktivitas penerimaan peserta didik, SPS Mutiara Hati menawarkan layanan pendidikan anak usia dini dengan segmentasi pasar sesuai dengan keadaan masyarakat di Padukuhan Karangmalang. Di Padukuhan Karangmalang banyak anak usia dini yang berkiras antara usia dua sampai lima tahun, dengan keadaan seperti ini SPS Mutiara Hati menawarkan pendidikan sesuai dengan kebutuhan anak dan sesuai dengan perkembangan anak usia dini tersebut. Hal ini diperjelas oleh Ibu R selaku tenaga pendidik , mengatakan bahwa :

“SPS Mutiara Hati mempunyai segmentasi pasar sendiri yaitu anak usia dini yang berusia dua sampai lima tahun, hal ini dilakukan untuk dapat memberikan layanan pendidikan sesuai dengan kebutuhan anak dan mengelompokkannya sesuai dengan usia mereka”.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu S selaku tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“segmentasi pasar kami adalah anak usia dua sampai lima tahun mbak, kemarin banyak mba anak yang baru berusia satu tahun ingin mendaftar disini tapi kami merasa masih terlalu kecil dan nanti bisa mengganggu anak-anak yang lain jadi kami menetapkan usia dua sampai lima tahun mbak, hal ini sudah kami bicarakan dengan pengelola juga mbak dengan proses musyawarah”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penentuan segmentasi pasar SPS Mutiara Hati ditentukan berdasarkan usia anak, yaitu mulai dari usia dua sampai lima tahun dan pengambilan keputusan ini dilakukan oleh pengelola dan tenaga pendidik melalui proses musyawarah bersama.

c. Diferensiasi produk

Diferensiasi produk adalah strategi yang efektif untuk mencari perhatian pasar. SPS Mutiara Hati juga melakukan strategi ini untuk menarik peserta didik. Hal ini dipertegas oleh Ibu H selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“SPS Mutiara Hati kami desain semenarik mungkin tanpa ada jarak antara pengelola, tenaga pendidik, orang tua bahkan dengan tokoh masyarakat sekalipun. Hal ini kami lakukan sebagai strategi agar SPS Mutiara Hati dicintai banyak orang yang pada akhirnya dapat menarik peserta didik baru. Biaya pendidikan yang murah menjadi daya tarik tersendiri karena SPS Mutiara Hati dibantu oleh desa dan LSM Rumah Harapan 23 sehingga biaya pendidikan jatuhnya murah hanya dikenakan iuran infak sebesar Rp 2.000,00 setiap kali anak datang”.

Hal serupa juga dipertegas oleh Ibu S selaku tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“kami sebagai tenaga pendidik harus menciptakan suasana belajar yang nyaman bagi anak, sehingga anak merasa nyaman belajar di SPS Mutiara Hati serta kami menjalin hubungan yang baik dengan orang tua murid kami selalu terbuka mendengarkan keluhan orang tua baik dari segi pembelajaran yang kami berikan sampai saran dan prasarana yang diinginkan oleh orang tua, kami tidak merasa tersinggung sedikitpun malah hal ini bisa menjadi bahan masukan terhadap kami untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pendidikan di SPS Mutiara Hati sehingga dapat bersaing dengan lembaga pendidikan anak usia dini lainnya”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu EM selaku tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“ SPS Mutiara Hati memang sampai saat ini belum mempunyai gedung sendiri dan proses belajar mengajar masih dilakukan di Balai Padukuhan Karangmalang, namun hal ini menjadi daya tarik tersendiri karena halaman balai yang luas menjadikan proses belajar mengajar menjadi santai dan dukungan APE yang memadai membuat anak tidak perlu berebut mainan, walau seolah-olah proses pembelajaran terlihat santai namun proses penyampaian materi belajar tetap sesuai dengan kebutuhan anak”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa diferensiasi merupakan strategi yang memberikan penawaran yang berbeda dengan layanan pendidikan anak usia dini lainnya. SPS Mutiara Hati memberikan layanan pendidikan yang berbeda dengan pendidikan anak usia dini lainnya contohnya hubungan yang baik dengan orang tua merupakan strategi untuk mengetahui kebutuhan apa yang harus dipenuhi SPS Mutiara Hati agar berbeda dengan layanan pendidikan anak usia dini lainnya, serta sarana dan prasarana yang memadai di SPS Mutiara Hati menjadi daya tarik tersendiri untuk mencari peserta didik baru, serta biaya pendidikan yang murah. Strategi ini dilakukan oleh pengelola dan tenaga pendidik agar SPS Mutiara Hati dapat bersaing dengan pendidikan anak usia dini lainnya.

d. Komunikasi pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah publikasi prestasi oleh media masa. SPS Mutiara Hati juga melakukan komunikasi pemasaran seperti dengan :

1). Brosur

Brosur yang dibuat oleh SPS Mutiara Hati sebagai media komunikasi pemasaran lembaganya, brosur yang ada ditempel di daerah sekitar SPS Mutiara Hati, seperti di papan pengumuman desa dan ditempel di kereta-keretaan yang selalu beroperasi setiap dua hari sekali dalam seminggu di Padukuhan Karangmalang dimana yang naik kereta-keretaan itu adalah ibu-ibu yang memiliki anak usia dini hal ini dilakukan agar mudah dilihat oleh ibu-ibu yang diharapkan ibu-ibu nantinya menjadi tahu akan keberadaan SPS Mutiara Hati. Hal ini dipertegas oleh Ibu “Y” selaku orang tua murid, mengatakan bahwa :

“saya mengetahui SPS Mutiara Hati , setelah saya melihat brosur yang ditempel di kereta-keretaan yang sering saya naiki bersama anak saya. Pada waktu itu anak saya berumur 2,5 tahun lalu saya berfikir untuk memasukan anak saya ke SPS Mutiara Hati dengan tujuan melatih kepercayaan diri anak saya”.

Hal serupa juga dipertegas oleh Ibu S selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“kami sebagai pengelola melakukan pemasaran melalui pembuatan brosur yang kami tempel di tempat-tempat yang sering dikunjungi banyak orang”.

Hal ini senada diungkapkan oleh Ibu RH sebagai ketua SPS Mutiara Hati dan tenaga pendidik, mengatakan bahwa :

“salah satu cara pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati adalah menggunakan pembuatan brosur mbak. Brosur berisi tentang jadwal pembelajaran, serta fasilitas yang kami miliki, memang pembuatan brosur masih sangat kurang hal ini dikarenakan dengan minimnya dana yang kami miliki”.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati berupa brosur yang ditempel berisikan jadwal pembelajaran dan fasilitas yang dimiliki oleh SPS Mutiara Hati brosur ini di tempel di tempat-tempat yang sering dijumpai oleh ibu-ibu sehingga dapat mendorong mereka untuk memasukkan anaknya ke SPS Mutiara.

2). Bercerita dari Mulut ke Mulut atau “*Direct Promotion*”

SPS Mutiara Hati mempunyai cara lain dalam komunikasi pemasaran lembaganya. Dengan banyaknya orang tua murid, serta dukungan dari tokoh masyarakat terhadap SPS Mutiara Hati sangat membantu pengelola SPS Mutiara Hati dalam aktivitas pemasaran produknya.

Direct promotion atau pemasaran secara langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara komunikasi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati kepada masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Ibu “E” selaku orang tua murid di SPS Mutiara Hati yang mengatakan bahwa :

“Saya tahu SPS Mutiara Hati dari tetangga saya yang juga menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati, dengan menceritakan APE yang banyak, tempat bermain yang luas, biaya pendidikan yang murah hanya dengan memberikan uang infak setiap kali pertemuan membuat saya tertarik untuk menyekolahkan anak saya di SPS Mutiara Hati”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh “RH” selaku tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati bahwa :

“Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati adalah dengan bercerita dari mulut ke mulut atau istilah jawanya “getok tular”, hal ini dilihat lebih efektif karena dengan cara seperti ini semua komponen yang ada di SPS Mutiara Hati ikut mempromosikan seperti pengelola, tenaga pendidik, orang tua murid. Dengan pengalaman yang didapat di SPS Mutiara Hati menjadi modal untuk dapat menceritakan kepada orang lain khususnya ibu-ibu disekitar tempat tinggal mereka untuk memasukan anaknya ke SPS Mutiara Hati”.

Hal ini diperkuat lagi oleh Ibu “S” selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“setelah melakukan survey, ibu-ibu disini mengetahui SPS Mutiara Hati dari sodara, tetangga yang sudah menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati dengan kata lain mereka tahu SPS Mutiara Hati. Dengan kata lain mereka tidak melihat brosur yang kami tempel, namun mereka tahu dari cerita mulut ke mulut yang dilakukan ibu-ibu yang menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati ini”.

Hal senada juga di ungkapkan oleh Bapak “S” selaku tokoh masyarakat Padukuhan Karangmalang, mengatakan bahwa :

“saya selaku orang yang dituakan di Padukuhan Karangmalang tepatnya sebagai ketua Padukuhan Karangmalang saya merasa senang di Padukuhan Karangmalang ada SPS walau itu hanya sebatas Satuan PAUD Sejenis, menurut saya itu baik karena SPS Mutiara Hati sebagai lembaga pendidikan yang memberikan layanan pendidikan anak usia dini yang sesuai dengan kebutuhan anak usia dini. Saya selaku tokoh masyarakat di Padukuhan Karangmalang ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati dengan bercerita dari mulut ke mulut, seperti saat saya ada kegiatan baik formal maupun nonformal dimana saya menjadi pembicara atau memberikan sambutan saya tidak lupa untuk menceritakan keberadaan SPS Mutiara Hati, hal ini saya nilai lebih efektif menurut saya mbak”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu “S” selaku ketua PKK Padukuhan Karangmalang, mengatakan bahwa :

“ saya mbak, selaku ketua PKK Pakuduhan Karangmalang dan sekaligus tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati merasa punya tanggungjawab untuk mempromosikan SPS Mutiara Hati yang dapat saya lakukan adalah dengan bercerita kepada Ibu-Ibu anggota PKK Karangmalang untuk menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati, dan memberikan penjelasan kepada Ibu-Ibu untuk ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati kepada Ibu-Ibu ditempat tinggal mereka khususnya kepada Ibu-Ibu yang mempunyai anak usia dini”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati dengan cara *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut hal ini dirasa lebih efektif, contohnya seperti yang dilakukan oleh Bapak S selaku tokoh masyarakat dan pelindung SPS Mutiara Hati beliau ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati baik secara formal atau nonformal, disela-sela kegiatan dimana beliau menjadi narasumber beliau melakukan pemasaran

keunggulan-keunggulan yang dimiliki SPS Mutiara Hati seperti fasilitas apa saja yang dimiliki SPS Mutiara Hati, mutu pendidikan yang ditawarkan di SPS Mutiara Hati, kegiatan-kegiatan unggulan seperti ekstra menari dan manasik haji di SPS Mutiara Hati serta prestasi yang telah diraih oleh SPS Mutiara Hati.

Pemasaran dengan cara ini juga dilakukan oleh Ibu S selaku ketua PKK Padukuhan Karangmalang, beliau selalu menghimbau ibu-ibu dalam setiap pertemuan untuk dapat membantu dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati kepada orang lain, hal lain yang dilakukan oleh beliau adalah beliau turun tangan sendiri dan melakukan pendekatan dengan ibu-ibu di Padukuhan Karangmalang agar memasukan anaknya ke SPS Mutiara Hati. Pemasaran seperti ini dianggap lebih efektif.

3). Internet

Media sosial seperti internet sangat menguntungkan namun juga dapat merugikan sesuai dengan bagaimana cara kita memanfaatkannya. SPS Mutiara Hati menggunakan internet khususnya di *youtube*, hal ini ditegaskan oleh Ibu S selaku pengelola SPS Mutiara Hati, beliau mengatakan bahwa :

“internet adalah media yang sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan, kami juga menggunakan fasilitas itu untuk pemasaran SPS Mutiara Hati kami mengunggah kegiatan-kegiatan yang ada di SPS Mutiara Hati hal ini bertujuan agar banyak orang yang mengetahui keberadaan SPS Mutiara Hati dan berminat untuk memasukkan anaknya untuk bersekolah di SPS Mutiara Hati “.

Hal serupa juga dipertegas oleh Ibu RH selaku ketua SPS Mutiara Hati sekaligus tenaga pendidik, mengatakan bahwa:

“ kami melakukan pemasaran tidak hanya menggunakan berupa brosur dan getok tular, namun kami mencoba untuk memanfaatkan internet

untuk pemasaran SPS Mutiara Hati, kami menggunggah kegiatan-kegiatan yang ada di SPS Mutiara Hati seperti ekstra menari dan manasik haji ke youtube, ternyata hal ini sangat efektif banyak orang yang melihat dan ingin memasukkan anaknya ke SPS Mutiara Hati Karnagmalang”.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu S selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“ internet kami rasa sangat membantu kita dalam pemasaran SPS Mutiara Hati, disini yang ahli untuk mengoperasikan internet hanya satu orang mbak jadi hal ini terkadang yang menjadi hambatan kami “

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati adalah pemanfaatan layanan internet dengan menggunggah kegiatan-kegiatan unggulan seperti ekstra menari dan manasik haji yang ada di SPS Mutiara Hati untuk menarik minat banyak orang ke *youtube* yang dilakukan oleh tenaga pendidik SPS Mutiara Hati. Cara seperti ini dirasa efektif dan tidak mengeluarkan banyak biaya untuk mencari peserta didik .

e. Pelayanan sekolah

Dalam kegaitan pemasaran SPS Mutiara Hati mempunyai 4 elemen pokok yang dapat dijadikan nilai jual sebagai bukti dari layanan sekolah, yaitu diantaranya :

1). *Product*, merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen yang bertujuan untuk memenuhi

kebutuhan dan keinginannya. Hal ini diungkapkan oleh Ibu RH selaku tenaga pendidik SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“outcome yang dihasilkan oleh SPS Mutiara Hati dapat dikatakan mempunyai kualitas yang baik, hal ini terlihat dari banyaknya anak usia lima tahun sebanyak 50 anak yang melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi contohnya ke Taman Kanak-Kanak favorit disekitar tempat tinggalnya”.

Hal senada juga di ungkapkan oleh Ibu S selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“ produk yang kami hasilkan di SPS Mutiara Hati adalah anak-anak yang berkualitas tidak hanya dari segi akademik, namun dari segi mental juga kami didik agar nantinya dapat melanjutkan jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan tidak merasa minder saat bergaul dengan teman lainnya.

Dalam hal ini SPS Mutiara Hati mempunyai produk berupa layanan pendidikan anak usia dini sesuai dengan kebutuhan anak usia dini dengan hasil keluaran atau *outcome* yang berkualitas hal ini terlihat dari banyaknya peserta didik SPS Mutiara Hati yang melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya, pada tahun 2013 saja tercatat 50 anak yang melanjutkan pendidikan ke TK favorit.

b). *Price*, merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi apabila dirasa dalam batas terjangkau pelanggan pendidikan. Hal ini dipertegas oleh ibu H selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“kami tidak memungut biaya pendidikan yang mahal, karena kami sadar kami hanya lembaga pendidikan nonformal menurut kami kepuasan pelanggan adalah harapan terbesar kami sehingga nantinya kami akan mendapatkan peserta didik baru dalam jumlah yang banyak.

Subsidi dari desa dan donatur sudah cukup meringankan beban biaya pendidikan di SPS Mutiara Hati “.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu RH selaku tenaga pendidik sekaligus ketua SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“di SPS Mutiara Hati , orang tua murid hanya dikenakan biaya pendidikan berupa uang infak sebesar Rp 2.000,00 setiap kali anak datang bersekolah”.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa SPS Mutiara Hati tidak memungut biaya pendidikan yang mahal hal ini dikarenakan SPS Mutiara Hati mendapatkan subsidi dari desa dan donatur yang membantu kegiatan pembelajaran di SPS Mutiara Hati, sehingga peserta didik hanya dipungut biaya sebesar Rp 2.000,00 setiap kali datang, sehingga dianggap murah dibandingkan dengan pelayanan pendidikan anak usia dini lainnya.

c). *Place*, adalah letak lokasi sekolah mempunyai peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

Hal ini dipertegas oleh Ibu RH selaku ketua SPS Mutiara Hati, mengatakana bahwa :

“kami memakai Balai Padukuhan Karangmalang , pertama karena SPS Mutiara Hati belum memiliki gedung sendiri, yang kedua halaman Balai yang luas memudahkan proses belajar mengajar dan dukungan APE yang memadai membuat akan tidak perlu berebut maianan”.

Hal senada juga diungkapan oleh Ibu S selaku pengelola SPS Mutiara Hati , mengatakan bahwa :

“pemilihan tempat yang strategis menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat konsumen, kami memilih memakai Balai Padukuhan

Karangmalang karena kami merasa tempatnya cukup luas dan dekat dengan perumahan warga”.

SPS Mutiara Hati masih memakai Balai Padukuhan Karangmalang untuk proses pembelajaran, namun ini semua di rasa cukup membantu karena halaman yang luas sehingga anak-anak leluasa untuk bermain dan APE yang disediakan oleh SPS Mutiara Hati cukup banyak sehingga anak-anak tidak perlu berebut mainan dengan temannya dan posisi Balai Padukuhan Karangmalang yang dekat dengan perumahan warga memudahkan akses orang tua untuk menyekolahkan anaknya dengan jarak yang tidak terlalu jauh.

d). *People*, ini menyangkut peran pemimpin dan *civitas* akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin akademik dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkat jumlah pelanggan.

Hal ini dipertegas oleh Ibu H selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“kami memiliki orang-orang yang mau berjuang untuk memajukan SPS Mutiara Hati walau tanpa digaji sekalipun, kami bekerja dengan senang hati demi cita-cita dapat memajukan SPS Mutiara Hati yang nantinya dapat bersaing dengan layanan pendidikan anak usia dini lainnya oleh karena itu tenaga pendidik yang ada terkadang diikutkan dalam kegiatan pelatihan atau *workshop* untuk meningkatkan kualitas mereka”.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu RH selaku ketua SPS Mutiara Hati dan sekaligus tenaga pendidik, mengatakan bahwa :

“ kami sebagai pengelola maupun tenaga pendidik tidak pernah ada jarak dengan orang tua murid atau tokoh masyarakat sekalipun, karena

SPS Mutiara Hati maju bersama berbagai pihak yang ikut mendukung kemajuan SPS Mutiara Hati”.

Dapat di tarik kesimpulan bahwa pengelola dan tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati selalu menjaga hubungan yang baik dengan orang tua murid dan pihak di luar SPS Mutiara Hati agar tercipta hubungan yang baik. Hubungan yang baik nantinya akan membawa dukungan yang positif dari berbagai pihak, serta pengelola selalu memberikan dukungan yang baik kepada para tenaga pendidik yang ada di sana untuk mengikuti kegiatan pelatihan atau *workshop* hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas tenaga pendidik sehingga dapat menjadi nilai jual untuk SPS Mutiara Hati.

2. Peran pengelola, pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati.

a. Peran pengelola dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Pengelola merupakan orang yang sangat berpengaruh dalam kemajuan suatu lembaga pendidikan begitu halnya seperti di SPS Mutiara Hati pengelola memegang andil yang cukup banyak untuk dapat memajukan SPS Mutiara Hati. Pengelola SPS Mutiara Hati berjumlah tiga orang mereka sudah mempunyai tugasnya masing-masing. Dalam pemasaran SPS Mutiara Hati pengelola ikut andil diantaranya dengan *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut kepada ibu-ibu di sekitar rumah mereka hal ini dipertegas oleh Ibu “H” selaku pengelola di SPS Mutiara Hati mengatakan bahwa :

“tugas pengelola salah satunya adalah untuk memajukan SPS Mutiara Hati mbak, jadi sebelum kami melakukan pemasaran terlebih dahulu kita melakukan identifikasi pasar dengan tenaga pendidik dan pelindung SPS Mutiara Hati agar nantinya produk yang diharapkan konsumen sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu “S” selaku pengelola SPS Mutiara Hati, beliau mengatakan :

“kegiatan pemasaran pertama diawali dengan identifikasi pasar, setelah melakukan kegiatan identifikasi pasar kami menemukan hasil bahwa masih banyak ibu-ibu yang membutuhkan layanan pendidikan anak usia dini dengan keadaan ini SPS Mutiara Hati mencoba menawarkan layanan pendidikan anak usia dini sesuai dengan kebutuhan anak dan tahap perkembangannya”.

Hal senada juga disampaikan Ibu “TA” selaku pengelola SPS Mutiara Hati , mengatakan bahwa :

“selain dengan brosur, getok tular, internet kami berusaha untuk memberikan layanan pendidikan yang memuaskan walaupun kita hanya SPS salah satu caranya adalah kami memberikan kesempatan kepada para tenaga pendidik untuk mengikuti pelatihan atau *workshop* yang diadakan oleh HIMPAUDI selain memberikan pengalaman kepada mereka namun juga untuk menambah kualitas keterampilan mengajar yang nantinya digunakan untuk mengajar peserta didik, sehingga dengan keterampilan yang cukup dimiliki oleh tenaga pendidik kami diharapkan menjadi nilai jual untuk SPS Mutiara Hati”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peran pengelola sangat penting untuk kemajuan SPS Mutiara Hati. Berbagai upaya dilakukan untuk memasarkan hasil produk dari lembaganya demi mendapatkan simpatik dari konsumen sehingga nantinya dapat menarik peserta didik baru. Sebelum melakukan pemasaran pengelola terlebih dahulu melakukan identifikasi pasar sehingga strategi pemasaran yang nantinya diterapkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Identifikasi pasar dilakukan oleh pengelola agar nantinya pengelola jelas kebutuhan apa yang sedang diinginkan konsumen. Selain itu

pengelola juga melakukan segmentasi pasar, deferensiasai produk contohnya dengan meningkatkan kualitas pendidik SPS Mutiara Hati melalui kegiatan pelatihan atau *workshop* dengan kualitas tenaga pendidik yang mumpuni akan menjadi daya tarik tersendiri sehingga konsumen dalam hal ini adalah ibu-ibu berminat memasukkan anaknya ke SPS Mutiara Hati, komunikasi pemasaran contohnya pengelola menggunakan komunikasi pemasaran dengan cara bercerita dari mulut ke mulut atau *direct promotion* dan menentukan layanan sekolah atau lembaga kegiatan ini dilakukan oleh pengelola untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diinginkan lembaga.

b. Peran tenaga pendidik dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Pendidik menjadi tolak ukur suatu lembaga pendidik dimana sekolah atau lembaga pendidikan dikatakan berkualitas jika pendidiknya berkualitas. Pendidik tidak hanya bertugas untuk mendidik pendidik juga harus ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati. Hal ini diungkapkan oleh Ibu “RH” selaku tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati ,mengatakan bahwa :

“saya mbak sebagai tenaga pendidik juga ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati hal ini saya lakukan untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SPS Mutiara Hati sehingga SPS Mutiara Hati dapat dikenal oleh khayalak ramai, selain itu saya juga mengikuti pelatihan-pelatihan atau *workshop* yang diadakan oleh HIMPAUDNI atau lembaga yang terkait dengan PAUD, hal ini saya lakukan selain untuk menambah pengalaman saya juga untuk meningkatkan kualitas tenaga pendidik yang ada di SPS Mutiara Hati dengan memiliki tenaga pendidik yang berkualitas, maka menjadi nilai lebih untuk SPS Mutiara Hati yang nantinya dapat menjadi daya tarik bagi SPS Mutiara Hati sehingga ibu-ibu berminat memasukkan anaknya ke SPS Mutiara Hati”.

Hal senada juga diungkapkan Ibu “EM” selaku tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“saya sebagai tenaga pendidik saya terlibat dalam penentuan identifikasi pasar, segmentasi pasar diferensiasi produk, komunikasi pemasaran dan pelayanan sekolah karena saya bisa memberikan masukan atas kebutuhan apa yang diinginkan konsumen kepada pengelola”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu “S” selaku tenaga pendidik di SPS

Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“ disini antara tenaga pendidik, pengelola dan orang tua murid tidak ada jarak yang sangat jauh kami disini seperti keluarga, kami sebagai tenaga pendidik selaku mendengarkan keluhan para orang tua yang nantinya menjadi masukan untuk kami untuk memperbaiki cara kita mengajar atau kekurangan lainnya, mungkin hubungan kekeluargaan yang ada di SPS Mutiara Hati menjadi daya tarik tersendiri untuk para orang tua”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan peran tenaga pendidik dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati mulai dari identifikasi pasar, penentuan segmentasi pasar, diferensiasi produk contohnya meningkatkan kualitas mengajar mereka melalui pelatihan atau *workshop* yang mereka ikuti, hal ini diharapkan akan menjadi daya tarik SPS Mutiara Hati sehingga orang tua ingin memasukkan anaknya ke SPS Mutiara Hati, strategi lainnya adalah menjalin hubungan yang baik dengan orangtua murid sehingga mereka merasa nyaman menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati serta mau mendengarkan keluhan keluhan dari orangtua baik mulai dari pelajaran yang diberikan sampai sarana dan prasarana yang dirasa kurang hal ini dilakukan untuk memberi pembeda antara layanan pendidikan di SPS Mutiara Hati dengan pendidikan anak usia dini lainnya, komunikasi pemasaran contohnya dengan cara *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut dan yang terakhir dalam aktivitas pelayanan sekolah.

c. Peran orang tua dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Peran orang tua dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati dirasa perlu. Tidak sedikit dari mereka ikut dalam komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati dengan cara bercerita dari mulut ke mulut atau *direct promotion* para orang tua bercerita kepada ibu-ibu disekitar tempat tinggal mereka khususnya mereka yang mempunyai anak usia dini. Hal ini dipertegas oleh Ibu “SH” sebagai orang tua murid di SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“saya dirumah ikut mempromosikan SPS Mutiara Hati kepada ibu-ibu disekitar rumah saya mbak, karena saya sudah merasakan sendiri menyekolahkan anak saya di SPS Mutiara Hati sehingga jika ada ibu-ibu yang bertanya tentang SPS Mutiara Hati saya dapat menjawabnya”.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu “M” sebagai orang tua murid di SPS Mutiara Hati , mengatakan bahwa :

“sebenarnya saya dulu juga pengelola di SPS Mutiara Hati mbak, namun dengan kesibukan saya akhirnya saya mengundurkan diri dan lebih fokus untuk mengurus anak. Sebagai mantan pengelola saya tidak langsung melupakan SPS Mutiara Hati ini , saya juga di lingkungan sekitar tempat tinggal saya ikut dalam kegiatan pemasaran SPS Mutiara Hati dan hasilnya banyak dari lingkungan tempat tinggal saya yang menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati, karena dengan “getok tular” atau dari mulut ke mulut saya rasa akan lebih efektif”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu “TM” sebagai orang tua murid di SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“sebagai bentuk kepedulian saya terhadap SPS Mutiara Hati, saya ikut membantu mempromosikan SPS Mutiara Hati, dengan cara “getok tular” atau bercerita dari mulut ke mulut mba , karena brosur yang ada di SPS Mutiara Hati tidak begitu banyak jadi saya berinisiatif untuk memasarkan dengan cara dari mulut ke mulut dan ternyata itu lebih efektif, dengan pengalaman yang saya dapat selama saya menjadi bagian dari SPS Mutiara Hati itu membuat saya merasa percaya diri jika ada ibu-ibu disekitar tempat tinggal saya bertanya tentang SPS Mutiara Hati saya dapat menjawabnya”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas peran orang tua dalam aktivitas pemasaran sebatas pada komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati yaitu dengan *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut kepada ibu-ibu disekitar tempat tinggal mereka khususnya mereka yang mempunyai anak usai dini.

d. Peran tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Peran atau dukungan yang diberikan untuk SPS Mutiara Hati tidak hanya berasal dari pengelola, tenaga pendidik dan orang tua murid. Dukungan juga diberikan dari tokoh masyarakat Padukuhan Karangmalang, hal ini ditegaskan oleh Bapak “S” sebagai tokoh masyarakat sekaligus kepala Padukuhan Karangmalang, mengatakan bahwa :

“saya selaku tokoh masyarakat sekaligus pelindung SPS Mutiara Hati saya mempunyai peran untuk menentukan identifikasi pasar dan komunikasi pemasaran seperti pemasaran yang saya lakukan dengan cara *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu “S” selaku Ketua PKK Karangmalang, mengatakan bahwa :

“saya sebagai ketua PKK Padukuhan Karangmalang dan menjadi salah satu tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati, juga melakukan pemasaran tentang keberadaan SPS Mutiara Hati dengan cara penempelan brosur ditempat-tempat yang sering dikunjungi ibu-ibu, serta memberikan pengarahan kepada ibu-Ibu anggota PKK Karangmalang untuk ikut membantu mempromosikan SPS Mutiara Hati kepada Ibu-Ibu disekitar tempat tinggal mereka khususnya kepada ibu-Ibu yang mempunyai anak usia dini”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tokoh masyarakat dalam hal ini khususnya yang dilakukan oleh kepala Padukuhan

Karangmalang sekaligus sebagai pelindung SPS Mutiara Hati, beliau mempunyai peran dalam aktivitas pemasaran diantaranya adalah ikut menentukan identifikasi pasar dan ikut dalam komunikasi pemasaran berupa *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut kepada khayalak ramai.

3. Dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati

Dalam setiap strategi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pasti akan memiliki dampak apakah strategi itu dikatakan berhasil atau tidak. SPS Mutiara Hati memiliki strategi pemasaran mulai dari identifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran sampai kepada pelayanan sekolah. Dengan melalui tahapan-tahapan diatas SPS Mutiara Hati mempunyai dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati diungkapkan oleh Ibu RH selaku ketua SPS Mutiara Hati dan tenaga pendidik, mengatakan bahwa :

“ dengan kita melakukan tahapan dari pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kami mempunyai produk yang dapat menarik minat konsumen sehingga konsumen dengan sendirinya datang dan mengakibatkan banyaknya peserta didik yang mendaftar di SPS Mutiara Hati“

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu “S” selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“ dampak dari strategi pemasaran dalam penerimaan peserta didik, terpampang nyata dari banyaknya peserta didik yang mendaftar di SPS Mutiara Hati dan kami sebagai pengelola tidak pernah membedakan calon peserta didik kami menerima peserta didik dengan berbagai latar belakang “ .

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu “E” selaku orang tua murid, mengatakan bahwa :

“keikutsertaan orangtua murid dalam aktivitas pemasaran saya melihat semakin banyak orang tua yang sadar akan pendidikan anak usia dini yang akhirnya memberi dampak kepada SPS Mutiara Hati sehingga banyak orang tua yang mendaftarkan anaknya di SPS Mutiara Hati khususnya dari daerah tempat saya tinggal dan daerah sekitar tempat tinggal saya”.

Dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik adalah semakin banyaknya peserta didik yang mendaftar di SPS Mutiara Hati dan kesadaran orangtua anak pendidikan anak usia dini dengan seperti ini SPS Mutiara Hati kian semakin dikenal oleh masyarakat luas hal ini terbukti dari banyaknya peserta didik yang datang dari daerah-daerah di luar Karangmalang. Seperti yang diungkapkan Ibu “S” selaku pengelola SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“dengan kami memiliki strategi pemasaran, kami dalam penerimaan peserta didik menjadi jelas maksudnya rentang usia berapa saja yang boleh mendaftar di SPS Mutiara Hati, dan kami tidak membedakan latar belakang calon orang tua murid”.

Hal ini juga dipertegas oleh Ibu “S” selaku tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati, mengatakan bahwa :

“Setelah adanya strategi pemasaran kami rasa strategi pemasaran yang kami lakukan cukup efisien, ternyata memberikan dampak yang sangat baik hal ini terlihat dari jumlah peserta didik yang terus bertambah setiap tahunnya pada tahun ajaran 2010/2011 peserta didik hanya 23, tahun ajaran 2011/2012 berjumlah 40 dan sekarang pada tahun ajaran 2012/2013 merupakan jumlah yang sangat banyak 131 peserta didik, di tahun inipun sudah mulai ada yang mendaftar namun karena kemarin ada beberapa hal yang belum terselesaikan jadi belum bisa mendata berapa jumlah peserta didik yang baru karena masih mengurus anak yang melanjutkan sekolah ke jenjang berikutnya”.

Dari hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik adalah

semakin dikenalnya SPS Mutiara Hati sehingga banyak peserta didik yang datang dari luar Karangmalang dengan kenyataan ini membuat meningkatnya jumlah peserta didik dari tahun ke tahun yang rata-rata mencapai 50% pada setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa SPS Mutiara Hati dapat bersaing dengan PAUD lainnya , dan SPS Mutiara Hati dengan mempunyai patokan segmentasi pasar yang jelas SPS Mutiara Hati hanya menerima rentang usia calon peserta didik dua sampai lima tahun dan SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik tidak membedakan latar belakang calon orang tua murid.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik di SPS Mutiara Hati

Strategi dalam konteks manajemen adalah perencanaan secara menyeluruh yang terintegrasi dan komprehensif sehingga menjadi pedoman bagi setiap perencanaan operasional unit-unit organisasi perusahaan atau nonperusahaan (Yayat, 2006:105). Dalam dunia pendidikan, strategi diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieves a particular educational goal* (J.R David dalam Wina Wijaya, 2006:124). Sedangkan pemasaran merupakan salah satu variabel *marketing* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Pemasaran juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya. Selain itu pemasaran juga dapat diartikan sebagai salah satu bentuk komunikasi, yaitu suatu tahap khusus yang dimaksudkan untuk mendapatkan, merebut kesediaan dan menerima ide, barang dan jasa dari orang lain (Kotler, 2008:71) .

Perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati, memang tidak tertulis secara rinci dalam dokumen atau arsip di lembaga mereka karena SPS Mutiara Hati adalah pendidikan anak usia dini pada jalur nonformal dan karakter dari pendidikan nonformal adalah tidak kaku. Rencana pemasaran yang ada di SPS Mutiara Hati hanya disebutkan secara lisan antar pengelola dan tenaga pendidik. Pengelola dan tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati tahu rencana pemasaran apa yang harus dilakukan pada setiap tahunnya seperti ingin membuat brosur sejumlah berapa, kemudian sasaran pasar SPS Mutiara Hati dan bagaimana penentuan biaya pendidikan.

Berdasarkan hasil penelitian SPS Mutiara Hati memiliki strategi pemasaran yang jelas. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dimulai dari :

a. Identifikasi Pasar

Identifikasi pasar dilakukan oleh orang-orang yang paham tentang kebutuhan yang sedang dibutuhkan konsumen adalah kebutuhan pendidikan anak usia dini khususnya di Padukuhan Karangmalang. Pengelola SPS Mutiara Hati memegang peran dalam proses identifikasi pasar selain itu juga dibantu oleh tenaga pendidik. Pengelola harus jeli melihat peluang yang ada di Padukuhan Karangmalang khususnya dalam pemenuhan pendidikan anak usia dini. Identifikasi pasar yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati berdasarkan hasil musyawarah bersama antara pengelola, tenaga pendidik dan pelindung SPS Mutiara Hati yaitu bapak Sudarman yang juga menjabat sebagai kepala Padukuhan Karangmalang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam identifikasi

pasar dilakukan oleh pengelola, tenaga pendidik dan pelindung SPS Mutiara Hati dan juga menjabat sebagai kepala Padukuhan Karangmalang. Penarikan hasil identifikasi pasar dilakukan dengan cara musyawarah atau kesepakatan bersama berdasarkan hasil pengamatan yang sudah dilakukan oleh pengelola, tenaga pendidik serta pelindung SPS Mutiara Hati. Setelah melakukan identifikasi pasar di dapat hasil bahwa masih banyak orang tua yang membutuhkan pelayanan pendidikan anak usia dini khususnya pada jalur nonformal.

b. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dilakukan untuk lebih memperjelas SPS Mutiara Hati dalam aktivitas penerimaan peserta didik, SPS Mutiara Hati menawarkan layanan pendidikan anak usia dini dengan segmentasi pasar sesuai dengan keadaan masyarakat di Padukuhan Karangmalang. Di Padukuhan Karangmalang banyak anak usia dini yang berkiras antara usia dua sampai lima tahun, dengan keadaan seperti ini SPS Mutiara Hati menawarkan pendidikan sesuai dengan kebutuhan anak dan sesuai dengan perkembangan anak usia dini tersebut.

Penentuan segmentasi pasar SPS Mutiara Hati ditentukan berdasarkan usia anak, yaitu mulai dari usia dua sampai lima tahun dan pengambilan keputusan ini dilakukan oleh pengelola dan tenaga pendidik melalui proses musyawarah bersama.

c. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah strategi yang efektif untuk mencari perhatian pasar. SPS Mutiara Hati juga melakukan strategi ini untuk menarik peserta didik. Diferensiasi merupakan strategi yang memberikan penawaran yang berbeda

dengan layanan pendidikan anak usia dini lainnya. SPS Mutiara Hati memberikan layanan pendidikan yang berbeda dengan pendidikan anak usia dini lainnya contohnya hubungan yang baik dengan orang tua merupakan strategi untuk mengetahui kebutuhan apa yang harus dipenuhi SPS Mutiara Hati agar berbeda dengan layanan pendidikan anak usia dini lainnya, serta sarana dan prasarana yang memadai di SPS Mutiara Hati menjadi daya tarik tersendiri untuk mencari peserta didik baru, serta biaya pendidikan yang murah. Strategi ini dilakukan oleh pengelola dan tenaga pendidik agar SPS Mutiara Hati dapat bersaing dengan pendidikan anak usai dini lainnya.

d. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah publikasi prestasi oleh media masa. SPS Mutiara Hati juga melakukan komunikasi pemasaran seperti dengan :

1). Brosur

Brosur atau pamflet memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah, atau dimaksudkan sebagai sarana beriklan. Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat (Kamus besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, Balai Pustaka, 2006).

Brosur yang dibuat oleh SPS Mutiara Hati sebagai komunikasi pemasaran lembaganya, brosur yang ada ditempel di daerah sekitar SPS Mutiara Hati, seperti di papan pengumuman desa dan ditempel di kerata-kerataan yang selalu beroperasi setiap dua hari sekali dalam seminggu di

Padukuhan Karangmalang dimana yang naik kereta-keretaan itu adalah ibu-ibu yang memiliki anak usia dini hal ini dilakukan agar mudah dilihat oleh ibu-ibu yang diharapkan ibu-ibu nantinya menjadi tahu akan keberadaan SPS Mutiara Hati.

Strategi pemasaran dalam komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati berupa brosur yang ditempel berisikan jadwal pembelajaran dan fasilitas yang dimiliki oleh SPS Mutiara Hati brosur ini di tempel di tempat-tempat yang sering dijumpai oleh ibu-ibu sehingga dapat mendorong mereka untuk memasukkan anaknya ke SPS Mutiara.

2). Bercerita dari Mulut ke Mulut atau “*Direct Promotion*”

SPS Mutiara Hati mempunyai cara lain dalam komunikasi pemasaran lembaganya. Dengan banyaknya orang tua murid, serta dukungan dari tokoh masyarakat terhadap SPS Mutiara Hati sangat membantu pengelola SPS Mutiara Hati dalam aktivitas pemasaran produknya.

Direct promotion atau pemasaran secara langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara komunikasi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati kepada masyarakat luas.

Strategi pemasaran dalam komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati lainnya adalah dengan cara *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut hal ini dirasa lebih efektif, contohnya seperti yang dilakukan oleh Bapak S selaku tokoh masyarakat dan pelindung SPS Mutiara Hati beliau ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati baik secara formal atau nonformal, disela-sela kegiatan

dimana beliau menjadi narasumber beliau melakukan pemasaran keunggulan-keunggulan yang dimiliki SPS Mutiara Hati seperti fasilitas apa saja yang dimiliki SPS Mutiara Hati, mutu pendidikan yang ditawarkan di SPS Mutiara Hati, kegiatan-kegiatan unggulan seperti ekstra menari dan manasik haji di SPS Mutiara Hati serta prestasi yang telah diraih oleh SPS Mutiara Hati.

Pemasaran dengan cara ini juga dilakukan oleh Ibu S selaku ketua PKK Padukuhan Karangmalang, beliau selalu menghimbau ibu-ibu dalam setiap pertemuan untuk dapat membantu dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati kepada orang lain, hal lain yang dilakukan oleh beliau adalah beliau turun tangan sendiri dan melakukan pendekatan dengan ibu-ibu di Padukuhan Karangmalang agar memasukan anaknya ke SPS Mutiara Hati. Pemasaran seperti ini dianggap lebih efektif.

3). Internet

Media sosial seperti internet sangat menguntungkan namun juga dapat merugikan sesuai dengan bagaimana cara kita memanfaatkannya. SPS Mutiara Hati menggunakan internet khususnya di *youtube* oleh tenaga pendidik SPS Mutiara Hati. Pemanfaatan layanan internet ini dimanfaatkan oleh tenaga pendidik untuk mengunggguh kegiatan-kegiatan unggulan seperti ekstra menari dan manasik haji yang ada di SPS Mutiara Hati untuk menarik minat banyak orang ke *youtube* yang dilakukan oleh tenaga pendidik SPS Mutiara Hati. Cara seperti ini dirasa efektif dan tidak mengeluarkan banyak biaya untuk mencari peserta didik .

e. Pelayanan Sekolah

Dalam kegiatan pemasaran SPS Mutiara Hati mempunyai 4 elemen pokok yang dapat dijadikan nilai jual sebagai bukti dari layanan sekolah, yaitu diantaranya :

- 1). *Product*, merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam hal ini SPS Mutiara Hati mempunyai produk berupa layanan pendidikan anak usia dini sesuai dengan kebutuhan anak usia dini dengan hasil keluaran atau outcome yang berkualitas hal ini terlihat dari banyaknya peserta didik SPS Mutiara Hati yang melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya, pada tahun 2013 saja tercatat 50 anak yang melanjutkan pendidikan ke TK favorit.
- b). *Price*, merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi apabila dirasa dalam batas terjangkau pelanggan pendidikan. SPS Mutiara Hati tidak memungut biaya pendidikan yang mahal hal ini dikarenakan SPS Mutiara Hati mendapatkan subsidi dari desa dan donatur yang membantu kegiatan pembelajaran di SPS Mutiara Hati, sehingga peserta didik hanya dipungut biaya sebesar Rp 2.000,00 setiap kali datang, sehingga dianggap murah dibandingkan dengan pelayanan pendidikan anak usia dini lainnya.

- c). *Place*, adalah letak lokasi sekolah mempunyai peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. SPS Mutiara Hati masih memakai Balai Padukuhan Karangmalang untuk proses pembelajaran, namun ini semua di rasa cukup membantu karena halaman yang luas sehingga anak-anak leluasa untuk bermain dan APE yang disediakan oleh SPS Mutiara Hati cukup banyak sehingga anak-anak tidak perlu berebut mainan dengan temannya dan posisi Balai Padukuhan Karangmalang yang dekat dengan perumahan warga memudahkan akses orang tua untuk menyekolahkan anaknya dengan jarak yang tidak terlalu jauh.
- d). *People*, ini menyangkut peran pemimpin dan *civitas* akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin akademik dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkat jumlah pelanggan. Pengelola dan tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati selalu menjaga hubungan yang baik dengan orang tua murid dan pihak di luar SPS Mutiara Hati agar tercipta hubungan yang baik. Hubungan yang baik nantinya akan membawa dukungan yang positif dari berbagai pihak, serta pengelola selalu memberikan dukungan yang baik kepada para tenaga pendidik yang ada di sana untuk mengikuti kegiatan pelatihan atau workshop hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas tenaga pendidik sehingga dapat menjadi nilai jual untuk SPS Mutiara Hati.

2. Peran pengelola, pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Dalam melakukan pemasaran SPS Mutiara Hati tidak dapat berjalan sendiri, ikut campur orang lain juga sangat dibutuhkan selain dari pengelola dan tenaga pendidik, namun orang tua dan tokoh masyarakat juga ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati dengan *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut diantaranya adalah :

a. Peran pengelola dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Pengelola merupakan orang yang sangat berpengaruh dalam kemajuan suatu lembaga pendidikan begitu halnya seperti di SPS Mutiara Hati pengelola memegang andil yang cukup banyak untuk dapat memajukan SPS Mutiara Hati. Peran pengelola sangat penting untuk kemajuan SPS Mutiara Hati. Berbagai upaya dilakukan untuk memasarkan hasil produk dari lembaganya demi mendapatkan simpatik dari konsumen sehingga nantinya dapat menarik peserta didik baru.

Sebelum melakukan pemasaran pengelola terlebih dahulu melakukan identifikasi pasar sehingga strategi pemasaran yang nantinya diterapkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Identifikasi pasar dilakukan oleh pengelola agar nantinya pengelola jelas kebutuhan apa yang sedang diinginkan konsumen. Selain itu pengelola juga melakukan segmentasi pasar, diferensiasi produk contohnya dengan meningkatkan kualitas pendidik SPS Mutiara Hati melalui kegiatan pelatihan atau workshop dengan kualitas tenaga pendidik yang mumpuni akan menjadi daya tarik tersendiri sehingga konsumen dalam hal ini adalah ibu-ibu

berminat memasukkan anaknya ke SPS Mutiara Hati, komunikasi pemasaran contohnya pengelola menggunakan komunikasi pemasaran dengan cara bercerita dari mulut ke mulut atau direct promotion dan menentukan layanan sekolah atau lembaga kegiatan ini dilakukan oleh pengelola untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diinginkan lembaga.

b. Peran pendidik dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Pendidik menjadi tolak ukur suatu lembaga pendidikan dimana sekolah atau lembaga pendidikan dikatakan berkualitas jika pendidiknya berkualitas. Pendidik tidak hanya bertugas untuk mendidik pendidik juga harus ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati.

Peran tenaga pendidik dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati mulai dari identifikasi pasar, penentuan segmentasi pasar, diferensiasi produk contohnya meningkatkan kualitas mengajar mereka melalui pelatihan atau *workshop* yang mereka ikuti, hal ini diharapkan akan menjadi daya tarik SPS Mutiara Hati sehingga orang tua ingin memasukkan anaknya ke SPS Mutiara Hati, strategi lainnya adalah menjalin hubungan yang baik dengan orangtua murid sehingga mereka merasa nyaman menyekolahkan anaknya di SPS Mutiara Hati serta mau mendengarkan keluhan keluhan dari orangtua baik mulai dari pelajaran yang diberikan sampai sarana dan prasarana yang dirasa kurang hal ini dilakukan untuk memberi pembeda antara layanan pendidikan di SPS Mutiara Hati dengan pendidikan anak usia dini lainnya, komunikasi pemasaran contohnya dengan cara direct promotion atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut dan yang terakhir dalam aktivitas pelayanan sekolah.

c. Peran orang tua dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Peran orang tua dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati dirasa perlu. Tidak sedikit dari mereka ikut dalam komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati dengan cara bercerita dari mulut ke mulut atau *direct promotion* para orang tua bercerita kepada ibu-ibu disekitar tempat tinggal mereka khususnya mereka yang mempunyai anak usia dini.

Peran orang tua dalam aktivitas pemasaran sebatas pada komunikasi pemasaran SPS Mutiara Hati yaitu dengan *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut kepada ibu-ibu disekitar tempat tinggal mereka khususnya mereka yang mempunyai anak usai dini.

d. Peran tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati

Peran atau dukungan yang diberikan untuk SPS Mutiara Hati tidak hanya berasal dari pengelola, tenaga pendidik dan orang tua murid. Dukungan juga diberikan dari tokoh masyarakat Padukuhan Karangmalang.

Peran tokoh masyarakat dalam hal ini khususnya yang dilakukan oleh kepala Padukuhan Karangmalang sekaligus sebagai pelindung SPS Mutiara Hati, beliau mempunyai peran dalam aktivitas pemasaran diantaranya adalah ikut menentukan identifikasi pasar dan ikut dalam komunikasi pemasaran berupa *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut kepada khayalak ramai.

3. Dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati

Dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik adalah semakin dikenalnya SPS Mutiara Hati sehingga banyak

peserta didik yang datang dari luar Karangmalang dengan kenyataan ini membuat meningkatnya jumlah peserta didik dari tahun ke tahun yang rata-rata mencapai 50% pada setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa SPS Mutiara Hati dapat bersaing dengan PAUD lainnya , dan SPS Mutiara Hati dengan mempunyai patokan segmentasi pasar yang jelas SPS Mutiara Hati hanya menerima rentang usia calon peserta didik dua sampai lima tahun dan SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik tidak membedakan latar belakang calon orang tua murid.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak selamanya dapat berjalan dengan lancar banyak keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti dalam mengumpulkan data yang diinginkan. Keterbatasan peneliti dalam mengumpulkan data dapat dilihat dari segi waktu, dana dan tenaga. Dari segi waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan januari sampai bulan juni dan setiap satu bulan hanya bisa mengambil data selama empat kali dan terkadang terhalang oleh hari libur sehingga pengambilan data harus di lakukan pada minggu berikutnya. Dilihat dari segi dana sebenarnya tidak terlalu memakan biaya yang banyak dalam penelitian ini, karena peneliti ikut membaur dalam proses pembelajaran sehingga kebutuhan untuk kegiatan belajar mengajar sudah disiapkan oleh pihak SPS Mutiara Hati. Sedangkan dilihat dari segi tenaga, hal ini tidak begitu berpengaruh karena pengambilan data dilakukan setiap dua kali dalam seminggu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- 1) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati dimulai dari identifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran dan layanan sekolah yang dilakukan oleh pengelola, tenaga pendidik, orangtua dan tokoh masyarakat.
- 2) Peran yang dilakukan oleh pengelola berupa melakukan identifikasi pasar, penentuan segmentasi pasar, meningkatkan kualitas tenaga pendidik dengan diikutkannya dalam kegiatan pelatihan atau *workshop* merupakan strategi diferensiasi agar SPS Mutiara Hati berbeda dengan layanan pendidikan anak usia dini lainnya, melakukan komunikasi pemasaran dengan cara *direct promotion*, brosur, pemanfaatan internet dan meningkatkan layanan sekolah dengan produk yang dihasilkan, peran tenaga pendidik ikut melakukan identifikasi pasar, penentuan segmentasi pasar, menjalin hubungan baik dengan orang tua murid dan meningkatkan kualitas mengajar sehingga dapat menarik orang tua untuk memasukkan anaknya ke SPS Mutiara Hati hal ini adalah strategi diferensiasi, serta melakukan komunikasi pemasaran dengan pemanfaatan internet dengan mengunggah kegiatan unggulan seperti ekstra menari dan manasik haji ke *youtube*, peran orang tua murid ikut dalam komunikasi pemasaran dengan cara "*direct promotion*" atau pemasaran langsung mereka menceritakan pengalaman dan informasi yang mereka

dapatkan di SPS Mutiara Hati kepada ibu-ibu di sekitar tempat tinggal mereka dan peran tokoh masyarakat setempat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ikut dalam identifikasi pasar dan komunikasi pemasaran berupa “*direct promotion*” atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut kepada masyarakat luas.

- 3) Dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik adalah semakin dikenalnya SPS Mutiara Hati sehingga banyak peserta didik yang datang dari luar Karangmalang dengan kenyataan ini membuat meningkatnya jumlah peserta didik dari tahun ke tahun yang rata-rata mencapai 50% pada setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa SPS Mutiara Hati dapat bersaing dengan PAUD lainnya , dan SPS Mutiara Hati dengan mempunyai patokan segmentasi pasar yang jelas sehingga SPS Mutiara Hati hanya menerima rentang usia calon peserta didik dua sampai lima tahun dan SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik tidak membedakan latar belakang calon orang tua murid.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang strategi pemasaran di SPS Mutiara Hati , maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1). Memperkuat pengelolaan SPS Mutiara Hati guna meningkatkan kinerja dari semua komponen yang ada, sehingga SPS Mutiara Hati dapat lebih di kenal lagi dan tentunya dapat bersaing dengan lembaga pendidikan anak usia dini lainnya.

- 2). Lebih meningkatkan hubungan kerjasama dengan pihak di luar SPS Mutiara Hati yang paham tentang pemasaran lembaga pendidikan sehingga dapat membantu SPS Mutiara Hati dalam pemasaran lembaganya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Imron.(2011). *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Burhan Bungin. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Djohar. (2003). *Pendidikan Strategik Alternatif untuk Pendidikan Masa Depan*. Yogyakarta : LESFI.
- Hasibuan. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ihsan Fuad. (2001). *Dasar-dasar Kependidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Kotler. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Maimunah Hasan. (2011). *Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta : DIVA Press.
- Martuti. (2009). *Mendirikan dan Mengelola Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Persada Rosda Karya.
- Muhaimin. (2010). *Manajemen Pendidikan, Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Seefeldt, C. (2008). *Pendidikan anak usia dini*. Jakarta : Indeks.
- Slamet Suyanto. (2005). *Dasar-Dasar Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta : Hikayat Publishing.
- Stanton, William J. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Sugiono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sutoyo. (2010). *Pemasaran Lembaga Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Theo Riyanto. (2004). *Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003. *Tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas)*. Bandung : Citra Umbara.
- Wina Sanjaya. (2006). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta : Prenada Media.
- Yayat. (2006). *Manajemen Pendidikan*. Jakarta : Indeks.
- Yusrina. (2006). *Pengelolaan Peserta Didik*. Jakarta : Rineka Cipta.

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Tabel Teknik Pengumpulan Data

No	Variabel	Instrumen	Subjek
1.	Kelembagaan :		
	a. Profil Lembaga	Dokumentasi	Pengelola Lembaga
	b. Struktur Lembaga	Dokumentasi	Pengelola Lembaga
	c. Visi dan Misi	Dokumentasi	Pengelola dan Pendidik
	d. Sarana dan Prasarana	Observasi dan Wawancara	Pengelola dan Pendidik
	e. Daftar Pendidik:		
	1. Tingkat pendidikan pendidik	Wawancara dan Dokumentasi	Pengelola dan Pendidik
	2. Jumlah tenaga pendidik	Dokumentasi	Pengelola
	f. Daftar peserta didik:		
	1. Jumlah peserta didik	Dokumentasi dan Wawancara	Pengelola dan Pendidik
	2. Latar belakang peserta didik	Wawancara	Pengelola dan Pendidik
	g. Strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati	Observasi dan Wawancara	Pengelola dan Pendidik

Lampiran 2.

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Data tentang letak/keberadaan SPS Mutiara Hati
 - a. Letak/lokasi/alama
 - b. Jumlah Bangunan
 - c. Fungsi Ruangan
2. Sejarah Pendirian
 - a. Latar Belakang Pendirian
 - b. Tujuan Pendirian
3. Struktur organisasi
 - a. Data Kepengurusan SPS Mutiara Hati
 - b. Pembagian Tugas masing-masing pengurus SPS Mutiara Hati
 - c. Kedudukan SPS Mutiara Hati
4. Data pengelola dan pendidik, meliputi :
 - a. Jumlah Pengelola dan Pendidik
 - b. Tingkat Pendidikan Terakhir untuk Tenaga Pendidik
 - c. Syarat-syarat / Kualifikasi
5. Data tentang peserta didik, meliputi:
 - a. Jumlah Peserta Didik
 - b. Umur Peserta Didik
 - c. Latar Belakang Orang Tua
6. Sarana prasarana penunjang, meliputi:
 - a. APE
 - b. Fasilitas

Lampiran 3.

PEDOMAN OBSERVASI

Observasi yang dilakukan mengamati tentang :

1. Kegiatan di SPS Mutiara Hati secara keseluruhan.
2. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati.
3. Bagaimana peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati.
4. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran SPS Mutiara Hati
5. Dampak dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati

Lampiran 4.

PEDOMAN WAWANCARA
Untuk Pengelola SPS Mutiara Hati

I. Identitas Diri

1. Nama : (L/P)
2. Usia :
3. Alamat :
4. Pendidikan Terakhir :

II. Pertanyaan Seputar SPS Mutiara Hati

1. Bagaimana awal sejarah berdirinya SPS Mutiara Hati di Padukuhan Karang Malang ini?
2. Siapa saja yang terlibat dalam pengembangan / kemajuan SPS Mutiara Hati?
3. Ada berapa jumlah pengelola SPS Mutiara Hati ?
4. Adakah strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati untuk menarik minat peserta didik ?
5. Bagaimana penerapan strategi pemasaran tersebut?
6. Adakah kendala yang dihadapi dari strategi pemasaran SPS Mutiara Hati ?
7. Bagaiman peran pengelola dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati?
8. Bagaimana dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati?

PEDOMAN WAWANCARA
Untuk Pendidik SPS Mutiara Hati

I. Identitas Diri

1. Nama : (L/P)
2. Usia :
3. Alamat :
4. Pendidikan Terakhir :

II. Pertanyaan Tentang strategi pemasaran SPS Mutiara Hati

1. Sudah berapa tahun anda menjadi pendidik anak usia dini?
2. Adakah kualifikasi khusus bagi tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati?
3. Bagaiman hubungan yang terjalin antara pendidik dan orang tua murid?
4. Adakah strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati?
5. Bagaimana peran tenaga pendidik dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ?
6. Adakah dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati?

Pedoman Wawancara Untuk
Orang Tua Peserta Didik

I. Identitas Diri

- | | | |
|------------------------|---|-----|
| 1. Nama | : | L/P |
| 2. Umur | : | |
| 3. Agama | : | |
| 4. Alamat Asal | : | |
| 5. Pendidikan Terakhir | : | |

II. Pertanyaan seputar alasan mengapa orang tua menyekolahkan anaknya di SPS

Mutiara Hati

1. Darimana anda tahu SPS Mutiara Hati ini?
2. Bagaimana hubungan yang terjalin antara pendidik, pengelola dan orang tua murid di SPS Mutiara Hati?
3. Apakah anda ikut dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati kepada masyarakat disekitar anda?

Pedoman Wawancara Untuk
Tokoh Masyarakat di Pakuduhan Karangmalang

I. Identitas Diri

1. Nama : L/P
2. Umur :
3. Agama :
4. Alamat Asal :
5. Pendidikan Terakhir :

II. Pertanyaan seputar peran tokoh masyarakat dalam membantu pemasaran SPS Mutiara Hati

1. Apakah anda tahu tentang SPS Mutiara Hati ?
2. Bagaimana hubungan yang terjalin antara tokoh masyarakat, pengelola dan pendidik SPS Mutiara Hati ?
3. Bagaimana peran tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ?
4. Adakah bantuan yang diberikan Desa dalam meningkatkan kualitas SPS Mutiara Hati ?

Yogyakarta, April 2013

Telah Divalidasi Oleh

Dosen Pembimbing 1

Widyaningsih. M.Si

NIP.19520528198601 2001

Lampiran 5

Catatan Lapangan I

Tanggal : 23 Februari 2013

Waktu : 09.00 – 10-30

Tempat : SPS Mutiara Hati

Tema/Kegiatan : Observasi awal

Deskripsi

Pada hari Sabtu tanggal 23 Februari 2013 peneliti datang ke SPS Mutiara Hati untuk mengadakan observasi awal. Ketika sampai disana peneliti bertemu dengan Ibu “RH” selaku pendidik di SPS Mutiara Hati setelah Ibu “RH” selesai mengajar beliau menyempatkan waktunya untuk menemui saya, dan tanpa membuang-buang waktu saya langsung mengutarakan maksud kedatangan saya di SPS Mutiara Hati ini. Kedatangan saya di SPS Mutiara Hati ini yaitu saya ingin melakukan observasi terhadap SPS Mutiara Hati terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati dalam penerimaan peserta didik. Ibu “RH” pun merespon maksud kedatangan saya dengan baik, beliau mengatakan silahkan melihat-lihat dulu keadaan SPS Mutiara Hati ini. Ibu “RH” menyarankan saya untuk datang kembali minggu depan karena hari itu beliau ada kepentingan mendadak. Setelah itu peneliti pamit.

Catatan Lapangan II

Tanggal : 2 Maret 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Share Rencana Penelitian
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang ke SPS Mutiara Hati . Adapun tujuannya adalah untuk share mengenai rencana penelitian. Kedatangan peneliti disambut baik oleh Ibu “RH” dan “S” yang merupakan pendidik dan pengelola SPS Mutiara Hati. Kemudian Ibu “RH” menanyakan kabar dan juga asal peneliti. Peneliti pun menjawab pertanyaan dari Ibu “RH”. Lalu peneliti menjelaskan maksud ke SPS Mutiara Hati bahwa akan melaksanakan penelitian sebagai tugas akhir dari kampus. Ibu “RH” menanggapi maksud peneliti dan menyarankan untuk mengurus surat-surat terlebih dahulu. Ibu”S” juga menawarkan kepada peneliti untuk ikut membantu proses pembelajaran jika tidak keberatan, peneliti pun menjawab permintaan Ibu “S”.

Kemudian Ibu “RH” menanyakan kapan kira-kira akan pengambilan data. Peneliti menjelaskan bahwa rencana pengambilan data pada bulan April. Setelah selesai mengutarakan maksud dan tujuannya, peneliti mohon pamit kepada Ibu “RH” dan “S. . Peneliti mengatakan bahwa akan datang kembali untuk melaksanakan observasi.

Catatan Lapangan III

Tanggal : 9 Maret 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Observasi Lokasi Penelitian
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang ke lokasi penelitian untuk melihat berbagai kegiatan yang ada di sana. Kedatangan peneliti disambut oleh Ibu “RH”, “S” dan Ibu “EM” selaku pendidik dan pengelola dengan baik. Setelah saling menanyakan kabar kemudian peneliti duduk sambil melihat proses pembelajaran di SPS Mutiara Hati , tidak jarang dari anak-anak yang ada di SPS Mutiara Hati mengajak peneliti bermain bersama. Peneliti pun, menjalin kedekatan dengan orang tua murid agar nantinya mendapatkan informasi tentang SPS Mutiara Hati.

Peneliti melihat-lihat Alat Peraga Educatif (APE) yang ada di SPS Mutiara Hati dan melihat runagan yang dipakai untuk pembinaan Bina Keluarga Balita (BKB). Setelah dirasa cukup maka peneliti mohon untuk pamit dan akan kembali lagi pada lain kesempatan untuk melaksanakan observasi lagi.

Catatan Lapangan IV

Tanggal : 16 Maret 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Observasi Lokasi Penelitian

Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang ke SPS Mutiara Hati untuk melihat proses pembelajaran yang ada di Pos Paud Mutiara Hati, sesampainya disana peneliti di sambut oleh Ibu “RH” dan “S” dan “EM” . Peneliti duduk sebentar sambil melihat proses pembelajaran yang akan dimulai lalu ibu “RH” mengajak peneliti untuk ikut dalam proses pembelajaran dan penelitipun menanggapi ajakan tersebut. Sambil bermain dengan anak-anak peneliti mengamati bagaimana guru menyampaikan materi pelajaran dan media pembelajaran yang dipakai. Pada saat itu tema pembelajaran adalah mengenal angka. Proses pembelajaran dibagi sesuai dengan usia anak, penelitipun ikut bermain didalamnya menang banyak anak yang merasa tidak nyaman dengan kehadiran peneliti mungkin karena masih baru dan belum mengenal lebih dekat. Setelah pelajaran selesai peneliti ikut membantu membereskan tempat bermain, dan sebelum pamit peneliti sempat berbincang-bincang dengan Ibu “RH” dan “S” mengenai SPS Mutiara Hati. Setelah dirasa cukup peneliti pamit dan akan datang lagi.

Catatan Lapangan V

Tanggal : 22 April 2013
Waktu : 08.00 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Pemberian Surat Ijin Penelitian

Deskripsi

Pada hari itu peneliti untuk menyerahkan surat ijin penelitian sesampainya di SPS Mutiara Hati peneliti disambut oleh Ibu “RH” , “EM” dan “S” . Ibu “RH” bertanya tentang kabar peneliti kenapa lama tidak datang peneliti menjawab kemarin-kemarin sibuk mengurus surat ijin penelitian. Ibu “RH” memberikan ijin kepada peneliti untuk mengambil data di SPS Mutiara Hati dan bertanya siapa saja dan bagaimana cara pengambilan datanya, peneliti menjawab pertanyaan Ibu “RH” dengan cara bertanya jawab dengan orang tua murid, pendidik, pengelola dan tokoh masyarakat di Pakuduhan Karangmalang ditambah dengan foto-foto dan dokumentasi yang dimiliki oleh SPS Mutiara Hati. Ibu “RH” pamit untuk mengajar dan peneliti tetap disitu untuk melihat proses pembelajaran dan mengamati sarana dan prasarana yang dimiliki SPS Mutiara Hati. Setelah pembelajaran selesai peneliti meminta ijin pamit kepada Ibu “RH”, “S”, “EM”, “S”, “H”, “S” dan akan datang lagi minggu depan.

Catatan Lapangan VI

Tanggal : 27 April 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Wawancara dengan OrangTua Murid
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang ke SPS Mutiara Hati untuk pertama kalinya untuk mengambil data. Kedatangan peneliti disambut oleh Ibu “RH” dan “EM”. Peneliti ditanya bagaimana untuk pengambilan datanya, peneliti menjawab untuk hari ini saya ingin melakukan wawancara dengan orangtua murid SPS Mutiara Hati, Ibu “RH” mempersilahkan peneliti untuk melakukan wawancara. Tanpa membuang-buang waktu peneliti langsung duduk bersama orangtua murid tanggapan dari orangtua muridpun ramah menerima keberadaan peneliti disitu.

Peneliti akhirnya melakukan wawancara untuk pertama kalinya dengan Ibu “M” sebelum melakukan wawancara peneliti memperkenalkan diri dan maksud keberadaannya di SPS Mutiara Hati. Peneliti bertanya tentang dari mana anda mengetahui SPS Mutiara Hati, bagaimana hubungan yang terjalin antara pendidik pengelola dan orang tua murid, apakah anda ikut mensosialisasikan SPS Mutiara Hati kepada orana lain, apa harapan anda kedepan untuk SPS Mutiara Hati. Setelah merasa sudah cukup mendapatkan informasi dari Ibu “M”, peneliti mengucapkan terimakasih. Peneliti melihat waktu yang masih memungkinkan untuk melakukan wawancara lagi, lalu pneliti melakukan wawancara untuk kedua

kalinya dengan Ibu “SH” peneliti menanyakan apa yang ditanyakan kepada Ibu “M” . Setelah merasa cukup dan waktu pembelajaran juga sudah habis peneliti pamit dan akan datang minggu depan untuk mengambil data yang lainnya.

Catatan Lapangan VII

Tanggal : 30 April 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Wawancara dengan Orang tua Murid
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang untuk melanjutkan penelitian. Pada kesempatan kali ini peneliti langsung membaur dengan orangtua murid untuk melakukan wawancara, tanggapan dari orangtua muridpun baik. Peneliti bertanya dengan Ibu “TM” terkait tentang dari mana anda mengetahui SPS Mutiara Hati , bagaimana tanggapan anda tentang pelaksanaan pembelajaran di SPS Mutiara Hati dan apakah anda ikut membantu dalam pemasaran SPS Mutiara Hati kepada orang lain. Melihat waktu yang masih banyak peneliti melakukan wawancara dengan orangtua murid lainnya , peneliti melakukan wawancara dengan Ibu “E” dengan pertanyaan yang sama ditanyakan kepada Ibu “TM”. Merasa sudah cukup dan waktu pembelajaran juga sudah selesai peneliti meminta ijin pamit kepada pengelola dan pendidik di SPS Mutiara Hati dan meminta ijin untuk melakukan wawancara dengan pengelola di minggu depannya.

Catatan Lapangan VIII

Tanggal : 4 Mei 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Wawancara dengan Pengelola SPS Mutiara Hati
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang kembali ke SPS Mutiara Hati untuk melakukan pengambilan data yang lain. Peneliti menemui Ibu “S” dan “H” selaku pengelola SPS Mutiara Hati. Ibu “H” menanyakan kabar peneliti serta bertanya dengan pengambilan datanya apa kendala yang dihadapi, peneliti menjawab pertanyaan Ibu “H” . Tanpa membuang-buang waktu peneliti langsung melakukan wawancara dengan pengelola karena minggu kemarin sudah mengadakan janji. Peneliti bertanya terkait dengan sejarah berdirinya SPS Mutiara Hati, strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati, bagaimana peran pengelola, tenaga pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran serta adakah dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati, serta peneliti meminta data tentang profil lembaga, jumlah peserta didik, struktur organisasi dan jumlah tenaga pendidik yang ada di SPS Mutiara Hati. Ibu “S” dan “RH” menjanjikan minggu depan baru bisa membawakan data yang peneliti minta karena datanya berada di rumah Ibu “RH” dan saat itu tidak dibawa. Setelah merasa cukup penelitipun meminta ijin pamit dan akan datang kembali minggu depan untuk mengambil data yang lain.

Catatan Lapangan IX

Tanggal : 11 Mei 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Wawancara dengan Pendidik SPS Mutiara Hati
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang kembali ke SPS Mutiara Hati untuk melakukan penelitian kembali. Peneliti menemui Ibu “RH” dan “EM” peneliti mengutarakan maksud untuk melakukan wawancara dengan pendidik SPS Mutiara Hati. Ibu “RH” menjanjikan wawancara bisa dilakukan setelah pembelajaran selesai penelitipun mengiyakan dan sembari menunggu pembelajaran selesai peneliti berfikir untuk melakukan wawancara dengan orang tua murid lagi agar data yang didapatkan lebih variatif dan mendukung hasil penelitian. Akhirnya peneliti melakukan wawancara dengan Ibu “Y” peneliti bertanya tentang dari mana anda tahu SPS Mutiara Hati, daya tarik apa yang mendorong anda memasukan anak anda ke SPS Mutiara Hati, apakah anda ikut membantu dalam pemasaran SPS Mutiara Hati kepada orang lain.

Peneliti menunggu pembelajaran selesai, setelah selesai Ibu “RH”, “EM” dan “S” bertanya kepada peneliti mau bertanya apa saja. Peneliti menanyakan sudah berapa lama mengajar sebagai guru PAUD, adakah kreteria khusus untuk menjadi pendidik di SPS Mutiara Hati, kendala-kendala yang dihadapi selama mengajar dan bagaimana cara mengatasinya, bagaimana dengan model

pembelajaran yang diajarkan di SPS Mutiara Hati, bagaimana hubungan yang terjalin antara orangtua murid dan pendidik SPS Mutiara Hati, daya tarik apa yang dimiliki oleh SPS Mutiara Hati yang membedakan dari SPS lainnya, bagaimana dengan gaji yang diterima selama mengajar di SPS Mutiara Hati, serta bertanya tentang harapan kedepan untuk kemajuan SPS Mutiara Hati. Peneliti merasa data yang didapatkan sudah cukup, lalu peneliti meminta ijin pamit dan akan datang kembali untuk mengambil pengambilan data lainnya.

Catatan Lapangan X

Tanggal : 18 Mei 2013
Waktu : 08.30 – 10-30
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Pengambilan Dokumentasi
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang kembali ke SPS Mutiara Hati untuk melakukan penelitian kembali, namun peneliti mengkhususkan hari ini untuk pengambilan dokumentasi seperti proses pembelajaran, sarana dan prasarana yang dimiliki SPS Mutiara Hati. Sampai di SPS Mutiara Hati peneliti disambut ramah oleh Ibu “RH”, “S”, “EM”, dan para orangtua karena mereka sudah tidak canggung lagi dengan keberadaan peneliti dan penelitipun berusaha untuk membaur bersama mereka belajar bersama anak-anak mereka. Tepat pukul 08.30 proses pembelajaran dimulai pada waktu itu pula peneliti langsung mengambil dokumentasi seperti foto-foto selama proses pembelajaran berlangsung dan foto-foto sarana dan prasarana yang dimiliki SPS Mutiara Hati. Setelah dirasa cukup peneliti meminta izin kepada pengelola dan pendidik di SPS Mutiara Hati sebelum pamit peneliti bertanya ingin melakukan wawancara dengan ketua Dukuh Karangmalang sebaiknya pukul berapa, dan Ibu “S” yang ternyata istri dari Bapak “S” selaku ketua Dukuh Karangmalang menyarankan peneliti untuk datang setelah mahrib karena jika siang sampai sore biasanya Bapak “S” sibuk diluar, dan peneliti mengiyakan saran dari Ibu “S”. Kemudian peneliti meminta izin pamit.

Catatan Lapangan XI

Tanggal : 19 Mei 2013
Waktu : 18.30 – 20.00
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Wawancara dengan Ketua Dukuh Karangmalang
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang kerumah Bapak “S” selaku Ketua Dukuh Karangmalang serta membawa surat ijin penelitian. Sampai dirumah Bapak “S” peneliti disambut oleh Ibu “S” selaku Istri dan tenaga pendidik di SPS Mutiara Hati , Ibu “S” mengatakan kepada saya jika Bapak “S” sedang shalat dan peneliti menunggu sampai Bapak “S” selesai shalat. Setelah menunggu beberapa menit Bapak “S” keluar dan menemui peneliti sambutan hangat yang diberikan Bapak “S” sangat dirasakan oleh peneliti. Peneliti mengutarakan kedatangannya kerumah Bapak “S” setelah mengutarakan maksud kedatangannya, peneliti langsung melakukan wawancara terkait dengan sejauh mana Bapak “S” mengetahui keberadaan SPS Mutiara Hati, apa saja peran nyata yang diberikan oleh desa terhadap kemajuan SPS Mutiara Hati, bagaimana hubungan yang terjalin antara tokoh masyarakat dengan pengelola dan tenaga pendidik SPS Mutiara Hati, apakah anda ikut dalam aktivitas pemasaran Mutiara Hati, serta apa harapan kedepan untuk SPS Mutiara Hati. Setelah merasa data yang didapatkan cukup dan waktu sudah menjelang larut peneliti meminta ijin dan berterimakasih kepada Bapak “S” sudah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dengan peneliti.

Catatan Lapangan XII

Tanggal : 21 Mei 2013
Waktu : 16.00 – 17.00
Tempat : SPS Mutiara Hati
Tema/Kegiatan : Pengambilan Dokumentasi
Deskripsi

Pada hari ini peneliti datang kembali untuk mengambil data tentang profil lembaga, struktur organisasi, daftar peserta didik yang dijanjikan Ibu “S” beberapa hari yang lalu. Setibannya di rumah Ibu “RH”. Ibu “RH” bertanya tentang kabar peneliti dan bertanya bagaimana dengan pengambilan datanya, peneliti menjawab pertanyaan Ibu “RH”. Peneliti mengutarakan maksudnya untuk mengambil data yang dijanjikan kemarin, ternyata oleh Ibu “RH” datanya sudah disiapkan. Ibu “RH” kembali bertanya apakah ada yang ditanyakan lagi peneliti menjawab sekiranya data yang didapatkan sudah cukup, jika dirasa masih kurang peneliti akan kembali datang ke SPS Mutiara Hati dan Ibu “RH” mempersilahkan dengan senang hati untuk kembali datang ke SPS Mutiara Hati untuk pengambilan data lagi. Merasa cukup peneliti meminta izin pamit.

Lampiran 6.

Display, Reduksi dan Kesimpulan Hasil Wawancara
Strategi Pemasaran Pos PAUD Mutiara Hati dalam Penerimaan Peserta
Didik di Padukuhan Karang Malang Catur Tunggal Depok Sleman
Yogyakarta

1. Bagaimana sejarah berdirinya SPS Mutiara Hati di Padukuhan

Karangmalang ?

S : Sejarah berdirinya SPS Mutiara Hati ini berawal dari kebutuhan akan pendidikan anak usia dini di Padukuhan Karangmalang, serta melihat banyaknya anak yang berusia dini disekitar Karangmalang dan Kuningan. Awalnya pada tahun 2009 sudah berdiri namun karena lebih mengedepankan kepentingan masing-masing sehingga kurang terjalin kekompakan diantara pendidik dan pengelola SPS Mutiara Hati. Pada 4 Mei 2010 SPS Mutiara Hati mulai dirintis kembali dengan kepengurusan yang berbeda.

RH : Awal berdirinya SPS Mutiara Hati di Padukuhan Karangmalang adalah adanya permintaan dari orangtua akan kebutuhan pendidikan anak usia dini, serta Padukuhan Karangmalang yang dekat dengan kampus UNY masa iya tidak memiliki Lembaga pendidikan khususnya Pendidikan Anak Usia Dini, serta dukungan dari Ibu-Ibu PKK dan tokoh masyarakat di Karangmalang dan Kuningan. Awalnya 2009 sudah sempat berdiri namun peserta didik hanya sekitar 15anak dan tidak adanya kekompakan antar pengelola dan tenaga pendidik sehingga SPS Mutiara Hati kurang begitu maju, setelah ganti kepengurusan pada tanggal 4 Mei 2010 berusaha bangkit untuk mengembangkan SPS Mutiara Hati ,

SPS Mutiara Hati ini dibawah naungan Posyandu Balita PKK Karangmalang, dimana biaya pendidikan yang terjangkau tanpa mengurangi kualitas pendidikan yang diberikan di oleh Pos PAUD Mutiara Hati.

Kesimpulan : Awal berdirinya SPS Mutiara Hati adalah akan kebutuhan Pendidikan Anak Usia Dini di Padukuhan Karangmalang, dorongan yang kuat dari para tokoh masyarakat Karangmalang dan Kuningan, serta dibawah naungan Posyandu Karangmalang dan biaya pendidikan yang terjangkau namun tidak mengurangi kualitas pendidikan yang diberikan di SPS Mutiara Hati.

2. Strategi pemasaran apa yang dilakukan SPS Mutiara Hati ?

S : Di SPS Mutiara Hati tidak ada strategi khusus untuk menarik minat peserta didik sebenarnya tidak ada. Peserta didik datang dengan sendiri, kami dari pengelola dan pendidik juga bertanya mengapa bisa sebanyak ini dari hari kehari selalu bertambah jumlah peserta didiknya. Kemarin sempat menempel brosur di kereta-keretaan yang setiap 2hari sekali berputar di kompleks karangmalan dan kuningan yang rata-rata yang naik kereta tersebut adalah ibu-ibu dan anaknya, siapa tahu dengan cara seperti itu dapat menambah jumlah peserta didik dan sebagai sarana pemasaran SPS Mutiara Hati.

RH : Di SPS Mutiara Hati ini, sebenarnya tidak pernah melakukan strategi pemasaran khusus untuk menarik minat peserta didik. Hanya dengan “*direct promotion*” atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pengelola, tenaga pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat.

H : selain penempelan brosur dan getok tular , salah satu cara pemasaran kami adalah mengunggah kegiatan seperti ekstra menari ke *youtube*, karena kami merasa internet salah satu media sosial yang mudah dan murah sehingga hal ini dirasa bisa membantu proses pemasaran SPS Mutiara Hati.

Kesimpulan : Pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati berupa brosur, *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut serta pemanfaatan internet.

3. Bagaimana peran pengelola, pendidik, orang tua dan tokoh masyarakat dalam aktivitas pemasaran SPS Mutiara Hati ?

S : Peran pengelola dalam aktivitas pemasaran berupa *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut kepada ibu-ibu disekitar mereka

SH : Peran tenaga pendidik dalam aktivitas pemasaran adalah selali bercerita dari mulut ke mulut dengan meningkatkan kualitas tenaga pendidik sehingga dapat menjadi nilai jual SPS Mutiara Hati.

TM : Peran orangtua dalam membantu pemasaran SPS Mutiara Hati dengan cara “Getok Tular” atau dari mulut ke mulut. Ibu “TM” mengatakan bahwa dirinya sering membantu pemasaran SPS Mutiara Hati kepada tetangga-tetangganya agar anaknya disekolahkan di SPS Mutiara Hati.

S : SPS Mutiara Hati sebenarnya tanpa di pasarkan sudah mempunyai jumlah peserta didik yang banyak. Namun kepedulian tokoh

masyarakat terhadap kemajuan SPS Mutiara Hati sangat besar. Setiap ada perkumpulan di desa tidak lepas diberi tahu akan keberadaan SPS Mutiara Hati dengan biaya pendidikan yang terjangkau namun tidak mengurangi kualitas pendidikan.

Kesimpulan : Peran dari pengelola, tenaga pendidik, orang tua murid dan tokoh masyarakat rata-rata hampir sama yaitu dengan *direct promotion* atau pemasaran langsung berupa bercerita dari mulut ke mulut.

4. Bagaimana dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan SPS Mutiara Hati ?

RH : Setelah melihat untuk satu tahun ajaran ini, saya melihat ada perbedaan yang terjadi di SPS Mutiara Hati hal ini terlihat dari sudah mulai banyaknya orang tua murid yang mendaftarkan anaknya untuk bersekolah di SPS Mutiara Hati.

S : Strategi pemasaran yang kami lakukan belum optimal, namun kami melihat ada hal yang menarik jika melihat satu tahun terakhir. Belum juga di buka pendaftaran murid baru sudah mulai berdatangan orang tua murid untuk mendaftarkan anaknya ke SPS Mutiara Hati , walau tidak sedikit dari murid kami yang melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya dan mereka melanjutkan ke TK dan KB yang memiliki kualitas yang baik.

Kesimpulan : Dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh SPS Mutiara Hati , terlihat dari mulai banyaknya orang tua murid yang mendaftarkan

anaknya untuk bersekolah di SPS Mutiara Hati dan SPS Mutiara Hati mempunyai keluaran yang baik hal ini terlihat dari banyaknya peserta didik yang melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya yang mempunyai kualitas baik.

Lampiran 7.

Tabel. 3 Data Peserta Didik di SPS Mutiara Hati pada tahun ajaran 2010 / 2011

No	Nama Anak	Tanggal Lahir	Nama Orangtua	Alamat
1.	Nasir Kamaludin	31/07/2009	Abdul Halim	Kuningan
2.	Falih Attirami	32/08/2009	Rahmat S.	Karangmalang
3.	Nizar Wafi A.	24/08/2009	Zulhan Apri	Kuningan
4.	Melati Winita R.	16/09/2009	Dwi Apriyanto	Mrican
5.	Fahriza Dewi F.	20/09/2009	Marwanto	Klitren
6.	Satria Kristian I.	30/09/2009	Soni	Karangasem
7.	Rizky Ahmad J.	23/09/2009	Sutrisno	Karangmalang
8.	Alvin Aditya G.	03/10/2009	Erwin Susanto	Deresan
9.	Raissa Maulani	18/08/2009	Bondan	Karangmalang
10.	Gatri Ayunda Y.	26/10/2009	Sulistyo	Papringan
11.	Alvinur Indra P.	27/10/2009	Beni	Gandok
12.	Nikhesa Kinan	26/10/2009	Nuryanto	Karangmalang
13.	Novbri Harini N.	06/11/2009	Panut	Mrican
14.	Vania Bela Q.	22/11/2009	Sarjono	Gandok
15.	Carissa Atha Z.	24/11/2009	Irvan Rivai	Gandok
16.	Abdurrahma F.	12/12/2009	Wationo	Kuningan
17.	Destiana W.	13/12/2009	Amir	Klebengan
18.	Naswa Buana T.	26/12/2009	Nasir	Gowok
19.	Natalia Desti A.	26/12/2009	Dewanto	Kuningan
20.	Nazriel Saputra	25/12/2009	Ihsan	Karangmalang
21.	M.Reza	07/12/2009	Sugiyanto	Karangmalang
22.	Daffa Arianto	28/09/2009	Sriyanto	Karangmalang
23.	Abraham Esa	07/12/2009	Rumekti	Karangmalang

Tabel. 4 Data Peserta Didik di SPS Mutiara Hati tahun ajaran 2011 / 2012

No	Nama Anak	Tanggal Lahir	Nama Orangtua	Alamat
1.	Nasir Kamaludin	31/07/2009	Abdul Halim	Kuningan
2.	Falih Attirami	32/08/2009	Rahmat S.	Karangmalang
3.	Nizar Wafi A.	24/08/2009	Zulhan Apri	Kuningan
4.	Melati Winita R.	16/09/2009	Dwi Apriyanto	Mrican
5.	Fahriza Dewi F.	20/09/2009	Marwanto	Klitren
6.	Satria Kristian I.	30/09/2009	Soni	Karangasem
7.	Rizky Ahmad J.	23/09/2009	Sutrisno	Karangmalang
8.	Alvin Aditya G.	03/10/2009	Erwin Susanto	Deresan
9.	Raissa Maulani	18/08/2009	Bondan	Karangmalang
10.	Gatri Ayunda Y.	26/10/2009	Sulistyo	Papringan
11.	Alvinur Indra P.	27/10/2009	Beni	Gandok
12.	Nikhesa Kinan	26/10/2009	Nuryanto	Karangmalang
13.	Novbri Harini N.	06/11/2009	Panut	Mrican
14.	Vania Bela Q.	22/11/2009	Sarjono	Gandok
15.	Carissa Atha Z.	24/11/2009	Irvan Rivai	Gandok
16.	Abdurrahma F.	12/12/2009	Wationo	Kuningan
17.	Destiana W.	13/12/2009	Amir	Klebengan
18.	Naswa Buana T.	26/12/2009	Nasir	Gowok
19.	Natalia Desti A.	26/12/2009	Dewanto	Kuningan
20.	Nazriel Saputra	25/12/2009	Ihsan	Karangmalang
21.	M.Reza	07/12/2009	Sugiyanto	Karangmalang
22.	Daffa Arianto	28/09/2009	Sriyanto	Karangmalang
23.	Abraham Esa	07/12/2009	Rumekti	Karangmalang
24.	Asfa Zidan	09/06/2010	Adil Sulistyo	Mrican
25.	Nunu A.	23/06/2010	Mulyadi	Klebengan
26.	Daffa Asadulloh	13/07/2010	Agus	Karangmalang
27.	Afhaya Hufard	20/07/2010	Joko	Karangmalang
28.	Gladis Yuniar	23/07/2010	Triyanto	Karangmalang
29.	Angelina Kiana	26/07/2010	Budi	Kuningan
30.	Akbar Wiradana	28/07/2010	Parwanto	Karangasem
31.	Hasbi Dhai'ul	04/08/2010	Sardi	Deresan
32.	Azhar	14/08/2010	Marjuki	Klebengan
33.	Laiqa Sharliz	28/08/2010	San Aniya	Klebengan
34.	Aira Parashayu	04/09/2010	Heru	Karangmalang
35.	Fathia Ranjang	11/09/2010	Dedhi Perdana	Klebengan
36.	Nirwasitha R	11/09/2010	Dedhi Perdana	Kelebengan
37.	Ardana Wildan	15/09/2010	Indra	Mrican
38.	Laqhessa Birru	24/09/2010	Teguh	Pandean
39.	Nafisha Farah	11/10/2010	Lasto Lesmono	Karangmalang
40.	Kayne Tiara R.	24/10/2010	Adil Suroso	Karangmalang

Tabel. 5 Data Peserta Didik di SPS Mutiara Hati pada tahun ajaran 2012/2013

Data jumlah peserta didik usia 2 – 3 Tahun

No.	Nama Anak	Tanggal Lahir	Nama OrangTua	Alamat
1.	Choirul Hanafi	17/04/2011	Surasnan	Kuningan
2.	Dafin Rizqi A.	27/06/2011	Wahyudiyanto	Karangmalang
3.	Alvino Julian A.	06/07/2011	Gino Arsyadi	Kuningan
4.	Tray Alfa R.	15/10/2011	Tri Suharno	Karangmalang
5.	Azzahra K.	19/10/2011	Supandiyo	Karangmalang
6.	Felindra Angga	23/10/2011	Indrayati	Karangasem
7.	Yusuf Muzaki	07/10/2011	Tri Martini	Gandok
8.	Amelia Safitri	10/10/2011	Armada	Papringan
9.	Ananda Putri	05/06/2011	Jumarti	Karangasem
10.	Dimas	09/03/2011	Yahya	Gandok
11.	Aura F.	04/11/2011	Supardi	Gandok
12.	Karly	21/11/2011	Yunus	Gandok
14.	Zakira Putri L.	08/06/2011	Muryanto	Karangmalang
15.	Naila Adelia P.	22/06/2011	Agus P.	Deresan
16.	Asmira C.	15/08/2011	Fajar Kurniadi	Deresan
17.	Keisha Naira	11/11/2011	Arianto	Pelem Kecut
18.	Charissa A.	29/11/2011	Hari Wijanarko	Deresan
19.	Dimas Arya T.	02/04/2011	Caca Cahyana	Karangmalang
20.	Alifa Widdad	28/02/2011	Heri	Karangmalang
21.	Anjelika Kinar	02/04/2011	Angling Satria	Gandok
22.	Asfa Zidan	09/06/2010	Edy Sulistyo	Mrican
23.	Nunu A.	23/06/2010	Mulyadi	Klebengan
24.	Daffa Asadulloh	13/07/2010	Agus	Karangmalang
25.	Afhaya Hufard	20/07/2010	Joko	Karangmalang
26.	Gladis Yuniar	23/07/2010	Triyanto	Karangmalang
27.	Angelina Kiana	26/07/2010	Budi	Kuningan
28.	Akbar Wiradana	28/07/2010	Parwanto	Karangasem
29.	Hasbi Dhai'ul	04/08/2010	Sardi	Karangmalang
30.	Azhar	14/08/2010	Marjuki	Deresan
31.	Laiqa Sharliz	28/08/2010	San Aniya	Klebengan
32.	Aira Parashayu	04/09/2010	Heru	Karangmalang
33.	Fathia Ranjang	11/09/2010	Dedhi Perdana	Klebengan
34.	Nirwasitha R	11/09/2010	Dedhi Perdana	Klebengan
35.	Ardana Wildan	15/09/2010	Indra	Klebengan
36.	Laqhessa Birru	24/09/2010	Teguh	Mrican
37.	Nafisha Farah	11/10/2010	Lasto Lesmono	Pandean
38.	Kayne Tiara R.	24/10/2010	Adil Suroso	Karangmalang

39.	Bilal Hasbi A.	29/10/2010	Amin	Mican
40.	Dian Arziviani	30/10/2010	Arya Perkasa	Karangmalang
41.	Bayu K.	05/11/2010	Eko Setiawan	Deresan
42.	Carisa Putri K.	08/11/2010	Jumadi	Klebengan
43.	Novita Adelia	24/11/2010	Priyanto	Cepit Baru
44.	Ainiya Faida A.	11/01/2010	Hendry	Santren
45.	Zanuar Akmal	21/01/2010	Sujanarko	Karangmalang
46.	Kalia Divana K.	24/01/2010	Suradi	Gandok
47.	Nanum Aura B.	25/01/2010	Abdullah	Karangmalang
48.	Chelsea S.	01/02/2010	Yanti	Karangmalang
49.	Fedelya Ameera	10/02/2010	Harnoko	Karangmalang
50.	Ghina K.	20/02/2010	Muslim	Kuningan
51.	Hafis Asdian	10/02/2010	Budhi	Karangmalang
52.	Nasyaman Putri	03/03/2010	Iqbal	Karangmalang
53.	Azam K.	03/03/2010	Taufik Hidayat	Karangmalang
54.	Zaki Nabullah	07/03/2010	Bagus Pambudi	Gandok
55.	Satria K.	10/03/2010	Yekti	Karangbendo
56.	Anindita M.	11/03/2010	Gayuh	Karangmalang
57.	Ayaumi Ariesta	29/02/2010	Yunanto	Karangmalang
58.	Kayla Nurul W.	01/04/2010	Supriyanto	Karangmalang
59.	Jeeva Abraham	02/04/2010	Arif Novrizal	Santren
60.	Aliya Faiza K.	10/04/2010	Sartono	Gandok
61.	Acy Kapila P.	14/04/2010	Yeyen	Karangmalang
62.	Brian Tirta L.	23/04/2010	Aris Febrianto	Kuningan
63.	Jessica Ditya N.	02/05/2010	Imron	Deresan
64.	Agastya B.	11/05/2010	Safrizal	Karangasem
65.	Azka Nazhifa	18/05/2010	Handoko	Santren
66.	Azizah Meitsani	18/05/2010	Meinarto	Pelem Kecut
67.	Brian Y.	20/05/2012	Triharyanto	Kuningan
68.	Rahma Aulia A.	03/06/2010	Sudarto	Karangmalang
69.	Lana Zaqi Islah	09/06/2010	Pandu Dhana	Mrican

Sumber : Data Primer Pos PAUD Mutiara Hati Tahun 2012/2013

Tabel. 6 Data Peserta Didik di SPS Mutiara Hati tahun ajaran 2012 / 2013

Data jumlah peserta didik Usia 4 – 5 Tahun

No.	Nama Anak	Tanggal Lahir	Nama OrangTua	Alamat
1.	Wiwid Riska W.	28/02/2008	Amir Suryono	Gandok
2.	Airlangga	25/03/2008	Armada	Ngawen
3.	Sa'apy Latifa S.	01/04/2008	Sadino	Karanggayam
4.	Erlangga Dhawi	13/05/2008	Ady Rinenggo	Karangmalang
5.	Prina K.	09/06/2008	Primanto	BulakSumur
6.	Ardhana Reswari	11/07/2008	Krismanto	Karangasem
7.	Yeshita Alya H.	23/07/2008	Toni Suryono	Karanggayam
8.	Rizki Setiana R.	20/09/2008	Suhadi	Ngaglik
9.	Rossi Adnan S.	23/09/2008	Romli Siregar	Karangmalang
10.	Nindya Shakila	06/10/2008	Purwanto	Karangasem
11.	Davin Zaky P.	15/10/2008	Sabarudin	Kuningan
12.	M. Fahri Argian	31/10/2008	Giyanto	Gandok
13.	Aleena Ririn A.	11/11/2008	Ari Subardi	Deresan
13.	Nurrafa Azzakia	30/10/2008	Sunarto	Cepit Baru
13.	Nurrafa Azzakia	30/10/2008	Sunarto	Cepit Baru
14.	Zhafira Nurlaila	29/11/2008	Fajar D.	Deresan
15.	Habib Rafly A.	04/12/2008	Warsito	Karangasem
16.	Mageda Majidan	09/12/2008	Fajar Setyawan	Deresan
17.	Syifa Amewiya	07/12/2008	Sugi Wiyono	Papringan
18.	Rizky Nur H.	11/12/2008	Sumardi	Klebengan
19.	Bunga Athifa K.	05/01/2009	Sulaiman	Pandean
20.	Fauzan	08/01/2009	Sholeh	Karanggayam
21.	Faiz Nur H.	09/01/2009	Kadiran	Sanggrahan
22.	Nadya Marella P.	15/01/2009	Droi Purnomo	Pringgolayan
23.	Naufal Febrian	11/02/2009	Amsori	Karangasem
24.	Nisrina Aufa F.	26/02/2009	Bejo Basuki	Kuningan
25.	Rahma Azizah K.	26/02/2009	Ratno Sapriadi	Kuningan
26.	Shelvyana A.	03/03/2009	Sugeng	Gandok
27.	Martsanto Fajar	03/03/2009	Triwanto	Karanggayam
28.	Dahlan Alwani	08/03/2009	Arini Ulfah	Karangmalang
29.	Zaki Arya Putra	19/03/2009	Mulat Prabowo	Pandean
30.	Kevin Rajaswa S.	22/03/2009	Bayu Setianto	Kledokan
31.	Naufal Galang I.	30/03/2009	Imawan Yusuf	Soropadan
32.	Abdurrohman N.	11/04/2009	Warji Artiono	Pohruboh
33.	Fikri Alfiandi	24/04/2009	Sumito	Bulak Sumur
34.	Humaira Zora K.	19/05/2009	Fajariyanto	Kuningan
35.	Wizar Pangestu	21/05/2009	Diyan Priyadi	Karangmalang
36.	Decca Andi P.	19/06/2009	Eko Supriyanto	Gandok

37.	Bening Hati Aufa	07/05/2009	Alvin	Karangmalang
38.	Adya Lintang	04/04/2009	Fatmawati	Kuningan
39.	Rafif Agra B.	01/06/2009	Wationo	Kuningan
40.	Nasir Kamaludin	31/07/2009	Abdul Halim	Kuningan
41.	Falih Attirami	32/08/2009	Rahmat S.	Karangmalang
42.	Nizar Wafi A.	24/08/2009	Zulhan Apri	Kuningan
43.	Melati Winita R.	16/09/2009	Dwi Apriyanto	Mrican
44.	Fahriza Dewi F.	20/09/2009	Marwanto	Klitren
45.	Satria Kristian I.	30/09/2009	Soni	Karangasem
46.	Rizky Ahmad J.	23/09/2009	Sutrisno	Karangmalang
47.	Alvin Aditya G.	03/10/2009	Erwin Susanto	Deresan
48.	Raissa Maulani	18/08/2009	Bondan	Karangmalang
49.	Gatri Ayunda Y.	26/10/2009	Sulistyo	Papringan
50.	Alvinur Indra P.	27/10/2009	Beni	Gandok
51.	Nikhesa Kinan	26/10/2009	Nuryanto	Karangmalang
52.	Novbri Harini N.	06/11/2009	Panut	Mrican
53.	Vania Bela Q.	22/11/2009	Sarjono	Gandok
54.	Carissa Atha Z.	24/11/2009	Irvan Rivai	Gandok
55.	Abdurrahma F.	12/12/2009	Wationo	Kuningan
56.	Destiana W.	13/12/2009	Amir	Klebengan
57.	Naswa Buana T.	26/12/2009	Nasir	Gowok
58.	Natalia Desti A.	26/12/2009	Dewanto	Kuningan
59.	Nazriel Saputra	25/12/2009	Ihsan	Karangmalang
60.	M.Reza	07/12/2009	Sugiyanto	Karangmalang
61.	Daffa Arianto	28/09/2009	Sriyanto	Karangmalang
62.	Abraham Esa	07/12/2009	Rumekti	Karangmalang

Sumber : Data Primer SPS Mutiara Hati tahun 2012/2013

Lampiran 8. Foto di SPS Mutiara Hati



Gambar 3. Kegiatan Pembelajaran Di SPS Mutiara Hat



Gambar 4. Kegiatan Lomba Mewarnai di SPS Mutiara Hati



Gambar 5. APE Indoor yang ada di SPS Mutiara Hati



Gambar 6. Wawancara dengan pengelola terkait dengan uang infak yang ada di SPS Mutiara Hati



Gambar 7. Kegiatan ekstra Menari di SPS Mutiara Hati



Gambar 8. Wawancara dengan Orang Tua Murid



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Karangmalang, Yogyakarta 55281
Telp.(0274) 586168 Hunting, Fax.(0274) 540611; Dekan Telp. (0274) 520094
Telp.(0274) 586168 Psw. (221, 223, 224, 295,344, 345, 366, 368,369, 401, 402, 403, 417)



Certificate No. QSC 00687

No. : 2458 /UN34.11/PL/2013
Lamp. : 1 (satu) Bendel Proposal
Hal : Permohonan izin Penelitian

18 April 2013

Yth. Gubernur Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
Cq. Kepala Biro Administrasi Pembangunan
Setda Provinsi DIY
Kepatihan Danurejan
Yogyakarta

Diberitahukan dengan hormat, bahwa untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik yang ditetapkan oleh Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, mahasiswa berikut ini diwajibkan melaksanakan penelitian:

Nama : Meitha Purvitasari
NIM : 09102244013
Prodi/Jurusan : PLS/PLS
Alamat : Jalan Raya Somagede, Rt .03 / Rw.IX , Kecamatan Somagede, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Sehubungan dengan hal itu, perkenankanlah kami memintakan izin mahasiswa tersebut melaksanakan kegiatan penelitian dengan ketentuan sebagai berikut:

Tujuan : Memperoleh data penelitian tugas akhir skripsi
Lokasi : Pos Paud Mutiara Hati Karang Malang, Catur Tunggal, Depok, Sleman
Subyek : Orang Tua Murid/ Wali Murid dan Tokoh Masyarakat
Obyek : Pengelola dan Pendidikan Pos Paud Mutiara Hati
Waktu : April-Juni 2013
Judul : Strategi Pemasaran PAUD Mutiara Hati dalam Penerimaan Peserta Didik , di Padukuhan Karang Malang Desa Catur Tunggal Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta

Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami mengucapkan terima kasih.

Dekan,



Dr. Haryanto, M.Pd.

NIP 19600902 198702 1 001/

Tembusan Yth:

- 1.Rektor (sebagai laporan)
 - 2.Wakil Dekan I FIP
 - 3.Ketua Jurusan PLS FIP
 - 4.Kabag TU
 - 5.Kasubbag Pendidikan FIP
 - 6.Mahasiswa yang bersangkutan
- Universitas Negeri Yogyakarta



**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SEKRETARIAT DAERAH**

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)
YOGYAKARTA 55213

SURAT KETERANGAN / IJIN

070/3399/I/4/2013

Membaca Surat : Dekan Fak. Ilmu Pendidikan UNY Nomor : 2450/UN34.11/ PL/2013
Tanggal : 18 April 2013 Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2007, tentang Pedoman penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIIJINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : MEITHA PURVITASARI NIP/NIM : 09102244013
Alamat : KARANGMALANG, YOGYAKARTA
Judul : STRATEGI PEMASARAN PAUD MUTIARA HATI DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK, DI PADUKUHAN KARANG MALANG DESA CATUR TUNGGAH KECAMATAN DEPOK KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA
Lokasi : PADUKUHAN KARANG MALANG Kel. CATURTUNGGAH, Kec. DEPOK, Kota/Kab. SLEMAN
Waktu : 19 April 2013 s/d 19 Juli 2013

Dengan Ketentuan

1. Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan *) dari Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
2. Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website adbang.jogjaprov.go.id dan menunjukkan cetakan asli yang sudah disahkan dan dibubuhi cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website adbang.jogjaprov.go.id;
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta

Pada tanggal 19 April 2013

A.n Sekretaris Daerah

Asisten Perekonomian dan Pembangunan
Ub.

Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Tembusan :

1. Yth. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (sebagai laporan);
2. Bupati Sleman c/q Ka. Bappeda
3. Ka. Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga DIY
4. Dekan Fak. Ilmu Pendidikan UNY
5. Yang Bersangkutan

Penyerah Susilowati, SH

Mr. 5950/20 198503 2 003



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jalan Parasamya Nomor 1 Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta 55511
Telepon (0274) 868800, Faksimilie (0274) 868800
Website: slebankab.go.id, E-mail : bappeda@slebankab.go.id

SURAT IZIN

Nomor : 070 / Bappeda / 1383 / 2013

**TENTANG
PENELITIAN**

KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Dasar : Keputusan Bupati Sleman Nomor : 55/Kep.KDH/A/2003 tentang Izin Kuliah Kerja Nyata, Praktek Kerja Lapangan, dan Penelitian.
Menunjuk : Surat dari Sekretariat Daerah Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta
Nomor : 070/3399/V/4/2013
Hal : Izin Penelitian
Tanggal : 19 April 2013

MENGIZINKAN :

Kepada :
Nama : MEITHA PURVITASARI
No.Mhs/NIM/NIP/NIK : 09102244013
Program/Tingkat : S1
Instansi/Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat instansi/Perguruan Tinggi : Kampus Karangmalang Yogyakarta
Alamat Rumah : Jl. Raya Somogede RT 3/9 Banyumas Jateng
No. Telp / HP : 085799193752
Untuk : Mengadakan Penelitian / Pra Survey / Uji Validitas / PKL dengan judul
STRATEGI PEMASARAN PAUD MUTIARA HATI DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK, DI PADUKUHAN KARANG MALANG DESA CATURTUNGAL KECAMATAN DEPOK KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA
Lokasi : Karangmalang, Caturtunggal, Depok
Waktu : Selama 3 bulan mulai tanggal: 19 April 2013 s/d 19 Juli 2013

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. *Wajib melapor diri kepada Pejabat Pemerintah setempat (Camat/ Kepala Desa) atau Kepala Instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.*
2. *Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.*
3. *Izin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.*
4. *Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian berupa 1 (satu) CD format PDF kepada Bupati diserahkan melalui Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.*
5. *Izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.*

Demikian ijin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di Sleman

Pada Tanggal : 19 April 2013

a.n. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

Sekretaris
u.b.

Kepala Bidang Pengendalian dan Evaluasi

Dra. SUCI IRIANI SINURAYA. M.Si, M.M

Pembina, IV/a

NIP 19630112 198903 2 003

Tembusan :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan)
2. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kab. Sleman
3. Kepala Dinas Dikpora Kab. Sleman
4. Kabid. Sosial Budaya Bappeda Kab. Sleman
5. Camat Depok
6. Kepala Desa Caturtunggal, Depok
7. Dukuh Karangmalang, CT Depok
8. Pengelola PAUD Mutiara Hati, Karangmalang, CT Depo
9. Dekan FIP-UNY
10. Yang Bersangkutan

SPS MUTIARA HATI
KARANGMALANG CATURTUNGGAL DEPOK SLEMAN
Jln. Amarta A17 Kode Pos 55281 Telp. : 085643406731

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN
PENELITIAN/PRASURVAI

Nomor : 005/VII/SPMH/2013

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua SPS Mutiara Hati Karangmalang Desa Caturtunggal Kecamatan Depok Kabupaten Sleman.

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa Mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : MEITHA PURVITASARI
Instansi : FIP-Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat : Jl. Raya Somogede RT 3/9 Banyumas Jateng

Telah Melakukan Penelitian/Prasurvai di SPS Mutiara Hati Karangmalang Desa Caturtunggal Kecamatan Depok Kabupaten Sleman dengan judul :

STRATEGI PEMASARAN PAUD MUTIARA HATI DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK, DI PADUKUHAN KARANGMALANG DESA CATURTUNGGAL KECAMATAN DEPOK KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA

Demikian surat keterangan ini dibuat guna untuk memenuhi penyusunan tugas akhir skripsi di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

Caturtunggal, 18 Juli 2013

Ketua SPS Mutiara Hati



(Riyani Hadiningsih, S.Pd.)