

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani, *strategia*, yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Dari arti tersebut, strategi merupakan suatu seni merancang operasi di dalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat berperang, angkatan darat atau laut. *Strategia* juga dapat diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur kejadian atau sebuah peristiwa.¹

Strategi dalam KBBI berarti ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan suatu rencana tertentu dalam perang dan damai. Ilmu dan seni memimpin ketua untuk menghadapi para musuh dalam perang sehingga pemimpin tersebut bisa mencapai tujuan dengan baik.² Seiring berjalannya waktu strategi dalam dunia militer di gunakan dalam dunia pendidikan. Dalam dunia pendidikan strategi memiliki kegunaan untuk mengatur cara sehingga bisa mencapai tujuan dengan baik.

Strategi didefinisikan oleh Ansoff yaitu sebagai “*a set of decision making rules for guidance of organizayional behafior*”, ketika

¹ Isriani Hardini dan Dewi Puspitasari, *Strategi Pembelajaran Terpadu*, (Yogyakarta: Familia, 2012), hal.11

² <https://kbbi.web.id/strategi.html>, diakses pada tanggal 18 Januari 2023, 22.32

dikaitkan dengan pemasaran, maka strategi merupakan pengambilan keputusan mengenai pemakaian faktor-faktor pemasaran yang dapat mengarah ke tujuan yang telah ditentukan.³ Artinya strategi digunakan sebagai cara untuk memilih sebuah keputusan terhadap faktor yang akan kita tentukan sehingga, dalam memilih keputusan akan sesuai dengan yang di rencanakan. Hal ini maka hasil yang di dapat akan menjadi lebih baik lagi dan terarah.

Stephanie K Marrus mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁴ Adapun Mintzberg berpendapat bahwa strategi memiliki lima konsep yang saling berkaitan, dimana strategi itu sendiri adalah :

- a. Perencanaan yang digunakan untuk memperjelas arah yang akan ditempuh sehingga dapat mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjang.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan dalam organisasi.
- c. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.

³ <https://kbbi.web.id/strategi.html>, diakses pada tanggal 18 Januari 2023, 22.32

⁴ Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar:Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hal.4

- d. Suatu prespektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungan yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.⁵

Dari beberapa pengertian diatas strategi dibentuk untuk mengelola sebuah rancangan pada langkah-langkah yang akan dilakukan sehingga bisa mencapai tujuan yang ingin dicapai. Strategi ini sangat diperlukan terutama dalam sebuah organisasi/lembaga pendidikan. Strategi dapat menjadikan rencana yang sudah di buat menjadi lebih terarah dan mampu mengarahkan kemana organisasi/lembaga akan dibawa. Hal ini bisa menjadi tau bagaimana cara yang digunakan untuk mencapai target dengan baik.

Strategi dalam lembaga pendidikan sangatlah penting karena melihat persaingan yang semakin ketat, lembaga pendidikan dituntut untuk membuat strategi demi mencapai tujuan lembaga pendidikan dengan maksimal. Kepala sekolah memiliki peran penting dalam mengatasi persaingan dan perkembangan sekolah, sehingga perlu memiliki keahlian khusus dalam membuat strategi untuk tercapainya tujuan lembaga pendidikan yang diharapkan.

⁵ Abdillah Mundir (2016), *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah*, vol 7 (1), hal 30

2. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa dapat dibedakan menjadi dua bagian diantaranya pemasaran jasa secara sosial dan pemasaran jasa secara manajerial. Pemasaran jasa sosial merupakan proses sosial dengan proses individu maupun kelompok yang cara mendapatkannya dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan suatu produk jasa yang memiliki nilai dengan pihak lainnya. Sedangkan berdasarkan manajerial pemasaran jasa merupakan suatu proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi dan penyaluran terkait produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang bisa memenuhi sasaran baik secara individu maupun organisasi.⁶

Menurut Daryanto pemasaran jasa adalah terkait janji-janji. Janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Kerangka kerja strategis diketahui sebagai *service triangle* yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun *customer relationship*.⁷

Menurut Zeithaml dan Bitner pemasaran pendidikan adalah terkait janji. Janji tersebut merupakan janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Jadi dalam sebuah organisasi harus bisa menjaga janji tersebut sehingga bisa membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Pemasaran jasa merupakan konsep yang memiliki arti

⁶ Didin Fatihudin Dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta:CV Budi Utama, 2019), hal.2

⁷ Didin Fatihudin Dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta:CV Budi Utama, 2019), hal.2

bahwa organisasi harus memiliki tanggung jawab lebih terhadap apa yang diinginkan oleh para konsumen. Dalam pemasaran kita perlu mengetahui bagaimana cara menawarkan barang atau jasa bukan apa yang ditawarkan. Dengan itu maka pemasaran jasa memiliki tujuan untuk menciptakan pengalaman yang tidak dilupakan oleh para konsumen.⁸

Dari beberapa pengertian di atas pemasaran jasa memiliki peran yang sangat penting karena dengan adanya pemasaran jasa maka bisa memahami unsur yang ada di dalam pemasaran jasa seperti keinginan, kebutuhan, dan kepuasan para pelanggan. Dengan adanya unsur tersebut maka bisa mewujudkan kepuasan terhadap konsumen sehingga, harapan para konsumen bisa puas terhadap jasa yang kita berikan.

Pemasaran jasa pendidikan merupakan cara untuk melakukan sesuatu terhadap siswa, orang tua, karyawan sekolah, dan masyarakat menganggap bahwa sekolah dijadikan sebagai lembaga yang mendukung untuk melayani kebutuhan para pelanggan jasa pendidikan. Dalam dunia pendidikan para peserta didik menjadi konsumen untuk mendapatkan layanan jasa pendidikan secara baik, dengan memberikan layanan yang baik maka akan menghasilkan lulusan yang baik dan berkualitas.

Tujuan adanya pemasaran jasa dibagi menjadi dua kelompok yaitu:

⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2016), hal.17

a. *Commercial Services*

Commercial Service jasa memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Dalam hal ini jasa juga memberikan sebuah keuntungan terhadap konsumen. Contohnya seperti jasa desain grafis atau jasa penulisan.

b. *Non Profit Services*

Non Profit Services jasa memiliki tujuan untuk kepentingan sosial bukan untuk meraih keuntungan. Contohnya adanya museum yang memiliki tujuan untuk memberikan edukasi bagi para konsumen.⁹

Fungsi pemasaran dalam lembaga pendidikan adalah membentuk citra baik terhadap lembaga untuk menarik para calon peserta didik, maka lembaga pendidikan yang menggunakan atau mengembangkan upaya strategi dengan cara bauran pemasaran jasa. Selain itu pemasaran dalam lembaga pendidikan juga memiliki fungsi sebagai informasi kepada masyarakat terkait produk yang ada dalam lembaga pendidikan serta meningkatkan minat serta ketertarikan masyarakat terhadap lembaga pendidikan, membedakan produk yang ada dalam lembaga pendidikan tersebut dengan lembaga pendidikan yang lainnya, memberika penilaian lebih terhadap lembaga pendidikan itu

⁹ <https://entrepreneurcamp.id/pemasaran-jasa/>, diakses pada tanggal 15 mei 2023, 09.29

terhadap masyarakat lainnya, serta menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.¹⁰

3. Pendidikan

Pendidikan berasal dari kata didik yang mendapatkan awalan pen- dan akhiran -an, yang berarti hal atau cara mendidik. Pendidikan dalam bahasa Inggris berasal dari kata *education*, yang memiliki arti mengasuh, mendidik.¹¹

Prof. Herman H. Hom, menjelaskan bahwa pendidikan merupakan proses abadi dari penyesuaian lebih tinggi bagi makhluk yang telah berkembang secara fisik dan mental yang bebas dan sadar kepada Tuhan seperti termanifestasikan dalam alam sekitar, intelektual, emosional serta kemauan dari manusia.¹²

Menurut Ki Hajar Dewantara (Bapak Pendidikan Nasional Indonesia) pendidikan merupakan tuntutan didalam hidup tumbuhnya anak, dalam hal ini pendidikan berarti menuntun kekuatan yang dimiliki pada anak agar mereka bisa mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang tinggi.

Dari beberapa pengertian di atas pendidikan memiliki arti proses yang dilakukan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki baik secara spiritual, pengetahuan, kepribadian serta kecerdasan sehingga

¹⁰ Opan Arifudin, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Bandung:Widina Bhakti Persada Bandung, 2020)

¹¹ Hasan Basri, *Landasan Pendidikan*, (Bandung:CV Pustaka Setia,2013), hal.13

¹² Harlen Simanjutak, *Modul Pengantar Ilmu Pendidikan*, Medan, 2021, hal.12

bisa mencapai kebahagiaan dan memiliki arah serta tujuan sebagai target yang akan di capai.

Fungsi utama pendidikan yaitu untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk kepribadian serta peradaban yang bermartabat dalam hidup dan kehidupan dalam arti lain pendidikan memiliki fungsi untuk memanusiakan manusia agar menjadi manusia yang benar sesuai dengan norma yang dijadikan sebagai landasan.¹³ Berdasarkan fungsi tersebut pendidikan merupakan proses penting dan tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Karena, tanpa adanya pendidikan maka tidak ada transformasi pengetahuan serta nilai-nilai dan norma sosial dari generasi ke generasi.

Tujuan pendidikan secara umum merupakan sebuah proses pencapaian akhir agar tercapainya kedewasaan jasmani dan rohani bagi para peserta didik. Dalam hal ini kedewasaan jasmani merupakan pertumbuhan jasmani yang sudah mencapai pada batas pertumbuhan maksimal. Sedangkan kedewasaan rohani, peserta didik sudah bisa menolong dirinya sendiri, bisa berdiri sendiri, serta memiliki tanggung jawab terhadap apa yang di perbuat. Tujuan khusus pendidikan adalah tujuan tertentu yang akan dicapai berdasar usia, jenis kelamin, bakat, sifat, lingkungan sosial budaya, dan sebagainya. Tujuan merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia pendidikan. Dengan adanya

¹³ Abdul Kadir, *Dasar-dasar Pendidikan*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2012), hal.81

tujuan tersebut maka akan semakin jelas dan mudah dipahami sehingga akan menjadi terarah serta mudah dicapai.

4. Teknik Kendaraan Ringan (TKR)

Teknik Kendaraan Ringan yaitu ilmu yang mempelajari tentang alat transportasi darat yang menggunakan mesin, seperti mobil yang sekarang ini mulai berkembang sebagai cabang ilmu dengan diciptakannya mesin mobil. Dalam perkembangannya, mobil menjadi alat transportasi yang kompleks yang terdiri dari ribuan komponen yang tergolong dalam puluhan sistem dan subsistem.¹⁴

Teknik Kendaraan Ringan juga bisa memiliki arti sebagai kompetensi keahlian dibidang Teknik Otomotif yang menekankan keahlian pada bidang penguasaan jasa perbaikan kendaraan ringan. Kompetensi keahlian teknik kendaraan ringan menyiapkan peserta didik untuk bekerja pada pekerjaan jasa perawatan dan perbaikan didunia usaha / industri.

Dengan adanya kompetensi teknik kendaraan ringan tersebut maka para siswa diharapkan bisa memahami dasar-dasar mesin terutama dalam sebuah kendaraan, memperbaiki kendaraan ringan, serta memiliki keahlian dalam pemeliharaan jasa terhadap mesin. Oleh karena itu teknik kendaraan ringan berkembang untuk mempelajari ilmu yang luas dan mencakup semua sistem serta subsistem tersebut.

¹⁴ <https://teknik-kendaraan-ringan-otomotif-tkro/>, diakses pada 24 Januari 2023, 14:23

Tujuan ilmu Teknik Kendaraan Ringan secara umum terdapat dalam Undang Undang Sistem Pendidikan Nasional (UU SPN) Pasal 3 tentang Tujuan Pendidikan Nasional dan penjelasan Pasal 15 yang menyebutkan bahwa pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu.¹⁵

Kemampuan yang dimiliki ketika mempelajari jurusan Teknik Kendaraan Ringan ini diantaranya adalah :

- a) Memperbaiki sistem hidrolik dan kompresor udara.
- b) Melaksanakan prosedur pengelasan, pematrian, pemotongan dengan panas dan pemanasan.
- c) Melakukan overhaul sistem serta komponennya.
- d) Memelihara engine serta komponennya.
- e) Memperbaiki unit kopling dan komponen sistem pengoprasiaannya.
- f) Memperbaiki kerusakan ringan pada rangkaian kelistrikan, pengaman, dan kelengkapan tambahan.
- g) Memelihara sistem bahan bakar bensin.
- h) Memelihara transmisi.
- i) Memperbaiki roda dan ban.
- j) Memperbaiki sistem kemudi.
- k) Servis sistem AC (*Air Conditioner*)

¹⁵ <https://www.smkmaarif1kebumen.sch.id/service/view/1>, diakses pada tanggal 15 mei 2023, 14:12

Dari beberapa kompetensi yang dipelajari dalam jurusan Teknik Kendaraan Ringan peserta didik mampu mengetahui dan mempelajari ilmu yang telah diberikan sehingga bisa menyelesaikan suatu permasalahan terkait di atas dengan baik.¹⁶

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti telah menemukan beberapa yang hampir memiliki kesamaan dengan tema yang akan diteliti yaitu:

1. Skripsi karya Muhammad Ulin Nuha dengan judul “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Kesugihan Cilacap*, tahun 2017”.¹⁷

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh peneliti dengan cara segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. Madrasah juga melakukan segmentasi, dengan melakukan pendekatan demografi, psikografi, geografi dan manfaat. Selain itu untuk memaksimalkan pemasaran maka madrasah juga menjadikan brosur serta media elektronik seperti *facebook*, *instagram*, *youtube*, dan *website* sebagai media pemasaran yang dilakukan di sekolah tersebut.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah: pembahasan yang dibahas terkait dengan pemasaran jasa pendidikan, serta metode yang dilakukan menggunakan metode kualitatif.

¹⁶ ibid hal 27

¹⁷ <https://repository.unugha.ac.id> diakses pada 26 Januari 2023, pukul 13:34

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah lokasi yang dijadikan penelitian berbeda, lembaga pendidikan yang sebelumnya berada dibawah yayasan bakii dan pondok pesantren Al Iha ‘Ulumaddin sedangkan penelitian ini lembaga pendidikan di bawah naungan PC.Lembaga Pendidikan Ma’arif Nahdlatul Ulama.

2. Skripsi karya Ayu Siti Khotijah dengan judul “*Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Cipta Karya Prembun Kebumen, tahun 2019*”.¹⁸

Hasil penelitian ini adalah manajemen yang digunakan untuk memasarkan jasa pendidikan di sekolah tersebut adalah *stable growth managementh* yang memiliki arti persaingan antar lembaga pendidikan menggunakan strategi pertumbuhan peran yang dilakukan sesuai dengan prioritas.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membahas tentang pemasaran jasa pendidikan serta metode yang digunakan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ayu Siti Khotijah untuk mengetahui manajemen yang dilakukan pihak sekolah untuk memasarkan jasa pendidikannya. Pada penelitian yang saya lakukan mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan terhadap jurusan teknik kendaraan ringan.

¹⁸ Ayu Siti Khotijah, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Cipta Karya Prembun Kebumen*, (Kebumen, IAINU:2019)

3. Jurnal Cakrawala IAINU Kebumen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) yang ditulis oleh Mustolih dan Tri Murni Tahun 2018 yang berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MIN 1 Kebumen”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di MIN 1 Kebumen dikonsep dan dirumuskan dalam bentuk *Planning*, *Positioning*, dan *Targeting*. Implementasi yang digunakan melalui peningkatan kualitas kegiatan dan SDM, peningkatan mutu, perolehan prestasi, pembentukan panitia penerimaan siswa baru, publikasi melalui (website, banner, dan brosur), mengadakan kegiatan kesiswaan, serta kerjasama dengan TK maupun RA di Kabupaten Kebumen.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membahas tentang strategi pemasaran jasa dalam lembaga pendidikan, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, media yang digunakan dalam promosi lembaga pendidikan tersebut menggunakan media yang sama seperti media cetak, website, dan media penunjang lainnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah lokasi yang dijadikan penelitian berbeda, lembaga pendidikan sebelumnya masih sekolah tingkat dasar sedangkan penelitian ini sekolah menengah keatas.¹⁹

¹⁹ Mustolih dan Tri Murni(2018), *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MIN 1 Kebumen*, Vol 2(1)

4. Tesis Pardiyo (2016), Pascasarjana IAINU Kebumen dengan judul “Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Aliyah AN-NAWAWI Berjan Purworejo”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran jasa pendidikan MA An-Nawawi Berjan Purworejo sangat baik, karena dalam pelaksanaan implementasinya sesuai dengan teori-teori pemasaran jasa, namun perlu dioptimalkan kembali supaya lebih baik dan sesuai dengan rencana serta tujuan pengembangan madrasah pada jamannya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membahas terkait dengan pemasaran jasa di lembaga pendidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang cara mendapatkannya berdasarkan data, wawancara, observasi, dokumentasi serta pengamatan langsung. Perbedaan penelitian ini adalah lokasi yang digunakan untuk penelitian berbeda.²⁰

5. Tesis Siti Fatimah (2015), Pascasarjana IAINU Kebumen yang berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah (Studi Peningkatan Animo Peserta Didik di MTs Plus Nururrohman Pondok Pesantren Al-Kamal)”.

Hasil penelitian ini membahas tentang perencanaan strategi pemasaran pendidikan madrasah, baik dari tujuan perencanaan ataupun evaluasinya. Faktor pendukung adanya strategi pemasaran jasa pendidikan ini diantaranya adanya donatur dari yayasan, pemerintah,

²⁰ Pardiyo, *Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Aliyah An-Nawawi Berjan Purworejo*, (Kebumen, IAINU:2016)

lingkungan kondusif, terdapat asrama serta faktor pendukung lainnya yang membuat lembaga tersebut semakin berkembang. Faktor penghambat dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan antara lain banyaknya sekolah di satu jalur, merekrut pegawai yang belum sesuai dengan kebutuhannya, menerima peserta didik pindahan dari sekolah lain.

Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang pemasaran jasa di lembaga pendidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah lembaga yang dilakukan dalam penelitian ini berbeda, penelitian sebelumnya terkait dengan seluruh peserta didik sedangkan penelitian ini ruang lingkupnya hanya di jurusan teknik kendaraan ringan saja.²¹

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penulis memfokuskan penelitian tentang strategi pemasaran jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen.

Adapun fokus penelitian yang akan peneliti lakukan adalah mengenai :

1. Strategi pemasaran jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen.

²¹ Siti Fatimah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah (Studi Peningkatan Animo Peserta Didik di MTs Plus Nururrohman Pondok Pesantren Al-Kamal)*, (Kebumen, IAINU:2015)

2. Faktor yang menjadi penghambat dan pendukung pemasaran jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen.