

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan penyertaan yang telah diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Organisasi Pendidikan (Studi Kasus di SMA Bogor Raya)” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Pendidikan Universitas Pelita Harapan, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Connie Rasilim, S.S., B.Ed., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan.
2. Bapak Dr. Niko Sudibjo, S.Psi., M.A. selaku Ketua Program Studi Teknologi Pendidikan.
3. Bapak Dr. Ir. Rudy Pramono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan semangat, dan banyak memberikan inspirasi dan masukan kepada penulis.
4. Seluruh dosen yang telah mengajar, membimbing, dan memberikan inspirasi kepada penulis selama kuliah di Universitas Pelita Harapan.
5. Ibu Andri Nurcahyani, S.Pd., M.S. selaku Kepala SMA Bogor Raya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ini.

6. Ibu Arning Rani Wulandari, M.Pd. selaku Wakil Kepala SMA Bogor Raya bagian Akademik, yang telah bersedia berbagi pengetahuan dan pengalaman kepada penulis.
7. Bapak Susandi Wu, selaku Wakil Kepala SMA Bogor Raya bagian Kesiswaan
8. Ibu Fransiska Susilawati, S.Hut., M.Pd. selaku Manajer SDM SBR.
9. Ibu Myte Lyndar, selaku Manajer Pemasaran Sekolah Bogor Raya.
10. Ibu Elsa Sasmitha, selaku Staf Pemasaran Sekolah Bogor Raya.
11. Ayahanda Ading Abdurahman, ibunda Ukah Solihah, kakak-kakak dan adik penulis serta keluarga besar Abdurahman yang telah memberikan doa dan semangat selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Teman-teman berbagi ide: Mario, Indra, Darwin, Addel, Putri, Erchia, Hetty, Katrin, dan Merry yang telah memberikan semangat serta bantuan kepada penulis.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 8 Desember 2018

Adi Abdurahman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Hasil Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Strategi	12
2.1.1. Pengertian Strategi.....	12
2.1.2. Manajemen Strategi	13
2.2. Pemasaran.....	16
2.2.1. Pengertian Pemasaran	16
2.2.2. Konsep Pemasaran.....	17
2.2.3. Manajemen Pemasaran.....	18
2.3. Strategi Pemasaran	19
2.4. Bauran Pemasaran	21

2.4.1. <i>Product</i> (Produk)	21
2.4.2. <i>Price</i> (Harga)	22
2.4.3. <i>Place</i> (Tempat/ Lokasi Pelayanan)	23
2.4.4. <i>Promotion</i> (Promosi)	24
2.4.5. <i>People</i> (Sumber Daya Manusia)	25
2.4.6. <i>Process</i> (Proses)	25
2.4.7. <i>Physical evidence</i> (Lingkungan fisik)	26
2.5. Pendidikan Berkualitas	26
2.5.1. Pengertian Pendidikan	26
2.5.2. Tujuan Pendidikan	28
2.5.3. Pendidikan Berkualitas	30
2.6. Manajemen Pemasaran Pendidikan	31
2.6.1 Manajemen Pendidikan	31
2.6.2. Pemasaran Pendidikan	32
2.7. Hasil Penelitian Terdahulu	34
2.8. Kerangka Berpikir	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
3.2. Tempat, Waktu dan Subjek (narasumber) Penelitian	41
3.3. Latar (Setting) Penelitian	46
3.4. Prosedur Pengumpulan Data	47
3.5. Analisis Data	49
3.6. Pemeriksaan atau Pengecekan Keabsahan Data (Triangulasi)	49

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian SMA Bogor Raya	52
4.1.2. Visi, Misi, dan Nilai-nilai di SMA Bogor Raya	53
4.2. Bauran Pemasaran	56
4.4.1. <i>Product</i> (Produk)	56
4.2.2. <i>Price</i> (Harga)	67

4.4.3. <i>Place</i> (Tempat/ Lokasi Pelayanan)	70
4.4.4. <i>Promotion</i> (Promosi)	73
4.4.5. <i>People</i> (Sumber Daya Manusia)	80
4.4.6. <i>Physical evidence</i> (Lingkungan fisik)	91
4.4.7. <i>Process</i> (Proses)	96
4.3. Hambatan dan Solusi	100
4.3.1. Hambatan	100
4.3.2. Solusi	101
4.4. Rujukan	102
4.5. Profil Lulusan.....	103
4.6. Kesenjangan antara <i>Input</i> dan <i>Ouput</i>	108
4.6.1. <i>Input</i> (Penawaran Awal Masuk Sekolah)	108
4.6.2. <i>Ouput</i> (Lulusan SMA Bogor Raya).....	110
4.7. Perbedaan antara Produk Jasa dan Barang	111
4.7.1. Produk Jasa	111
4.7.2. Produk Barang	112
4.8. <i>Feedback</i> Orang Tua.....	113
4.8.1. Kepuasan Siswa dan Orang Tua	113
4.8.2. Loyalitas Sekolah	114
4.8.3. Kritisi Proses	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1. Kesimpulan	116
5.2. Saran	118
DAFTAR REFERENSI	121
LAMPIRAN-LAMPIRAN	124
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1. Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif	39
Tabel 3 2. Waktu Pelaksanaan Penelitian	41
Tabel 4.1. <i>Curriculum Transition Plan</i>	101
Tabel 4.2 <i>Current Programs</i>	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Struktur Manajemen Strategi	14
Gambar 2. 2. Elemen Bauran Pemasaran dalam mix-7P	21
Gambar 2. 2. Alur Berpikir.....	37
Gambar 4.8. <i>Grade 7-12 Academic Program(1)</i>	109
Gambar 4.9. <i>Grade 7-12 Academic Program (2)</i>	110

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Jumlah Penerimaan Siswa Baru Kelas 10 SMA Bogor Raya	6
Grafik 4.3. <i>Number of Graduates from 2012-1018</i>	104
Grafik 4.4. Alumni SMA Bogor Raya	104
Grafik 4.5. Alumni SBR di Universitas-universitas Negeri di Indonesia	105
Grafik 4.6. Alumni SBR di Universitas-universitas Swasta di Indonesia	106
Grafik 4.7. Alumni SBR di Universitas-universitas di Luar Negeri	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkripsi Wawancara	A-1
Lampiran 2 <i>Customer Satisfaction Surveys 2018</i>	B-1
Lampiran 3 Data Penerimaan Siswa Baru 2009-2018	C-1
Lampiran 4 <i>Power Point Presentation: Marketing Strategies 2017-2018</i>	D-1
Lampiran 5 <i>Power Point Presentation: Bogor Raya Secondary School 2018...</i>	E-1