

Strategi Program Pemasaran Jasa (Pada TPA Al Hikmah Kampung Gunung Leutik Ciparay Kabupaten Bandung)

Aggi Panigoro Sarifiyono¹⁾, Elan Rusnendar²⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: aggipanigoro@unibi.ac.id; elanrusnendar@unibi.ac.id.

Abstrak

Penelitian ini dilaterbelakangi untuk membantu membuat strategi program pemasaran jasa pada TPA Al Hikmah Kampung Gunung Leutik Ciparay Kabupaten Bandung agar lebih dikenal oleh masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan ialah dengan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara yang dilakukan dalam mengumpulkan data penelitian dilakukan dengan wawancara terstruktur. Hasil dari penelitian ini dapat disampaikan bahwa dengan adanya blueprint pelayanan Jasa, maka TPA Al Hikmah menjadi memahami proses bisnis dari kegiatan Jasanya, sehingga TPA AL Hikmah menjadi satu langkah lebih maju untuk mencapai servie excelent. Selain itu pengoptimalan sosial mediapun menjadi bagian dari proses bisnis.

Kata Kunci: Strategi, Strategi Pemasaran, Pemasaran Jasa.

Abstract

The background to this research is to help develop a service marketing program strategy at the Al Hikmah TPA, Kampung Gunung Leutik Ciparay, Bandung Regency, so that it is better known to the public. The method used in this research is a qualitative descriptive method. Data collection techniques were carried out using interview techniques, observation and documentation studies. Interviews conducted to collect research data were carried out using structured interviews. The results of this research can be conveyed that with the existence of a service blueprint, TPA Al Hikmah understands the business processes of its service activities, so that TPA AL Hikmah becomes one step further in achieving excellent service. Apart from that, optimizing social media is also part of the business process.

Keywords: Strategy, Marketing Strategy, Services Marketing.

1 PENDAHULUAN

Untuk menjadi bangsa yang maju harus memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, teknologi, bahkan agama. Salah satu cara yang seharusnya ditempuh untuk menjadi SDM unggul adalah dengan pendidikan. Karena pendidikan merupakan bekal awal yang harus dimiliki setiap orang supaya dapat berkompetisi satu sama lain serta berkontribusi dalam membangun negeri. “Daoed Joesoef

mengatakan bahwa pendidikan merupakan alat yang menentukan sekali untuk mencapai kemajuan dalam segala bidang penghidupan, dalam memilih dan membina hidup yang baik, yang sesuai dengan martabat manusia.” (Mundiri, 2016:59).

Taman Pendidikan Al-quran (TPA) Al Hikmah ikut berperan aktif dalam mengembangkan kualitas SDM dalam bidang agama. Dengan impian bahwa para peserta didik TPA Al Hikmah memiliki nilai keimanan, moral, spiritual yang tinggi di samping bidang lain yang didapat dari jalur

pendidikan formal. Pasalnya pendidikan formal tanpa nilai-nilai moral dan spiritual hanya akan mencetak manusia yang unggul secara intelektual. Padahal yang dibutuhkan tidak hanya itu, melainkan juga moral dan spiritual. Apalagi di Indonesia memiliki falsafah negara berupa Pancasila yang menjadi pandangan hidup bangsa. Di mana nilai moral dan spiritual sangat dibutuhkan untuk mewujudkan sila ketuhanan yang maha esa, kemanusiaan yang adil dan beradab, keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Di sinilah TPA Al Hikmah mengambil peluang untuk berkontribusi dalam pembangunan negara Indonesia. Mengingat di Indonesia sangat marak terjadi krisis moral. Korupsi merajalela, nepotisme di mana-mana, dalam berbisnis penuh kecurangan, ketidakadilan semakin marak. Masalah-masalah tersebut terjadi karena kurangnya nilai moral dan spiritual dalam diri manusia sehingga manusia tidak peduli lagi mana yang benar dan mana yang salah.

Harapannya peran dan kiprah TPA Al Hikmah bisa membawa manfaat bagi Indonesia. Yaitu mewujudkan pembangunan sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas dari aspek moral dan spiritual. Hal ini dapat terwujud apabila penelolaan dan gebrakan yang efektif di TPA Al Hikmah.

Salah satu yang masih menjadi kendala dalam menjalankan kegiatannya yaitu bagaimana masyarakat wilayah Kec. Ciparay Kab. Bandung dan khususnya warga Kampung Gunung Leutik Kec. Ciparay Kab. Bandung dapat lebih mengenal TPA Al Hikmah, melihat kondisi ini sepertinya perlu membuat strategi pemasaran yang efektif agar TPA Al Hikmah dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

2 KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran Jasa adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan dan menjual produk yang tidak berwujud, seperti layanan, pengalaman, atau keahlian. Berbeda dengan produk fisik yang bisa dilihat dan diraba, jasa lebih bersifat intangible atau tidak berwujud.

Definisi pemasaran jasa dapat di bedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses Perencanaan, Pelaksanaan Pemikiran, Penetapan Harga, Promosi, dan Penyaluran Gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019).

Pemasaran jasa adalah jantung dari setiap bisnis yang menawarkan layanan. Baik itu jasa konsultasi, perawatan kesehatan, pendidikan, atau bahkan layanan pelanggan, pemasaran yang efektif adalah kunci untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia. Pemasaran jasa memiliki peranan penting dalam keberlangsungan usaha diantaranya : Kompetisi yang Tinggi: Banyak bisnis menawarkan jasa yang serupa, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang kuat untuk menonjol. Karakteristik Unik: Jasa memiliki sifat yang berbeda dari produk fisik, seperti tidak dapat disimpan, diproduksi massal, atau diuji coba sebelum dibeli. Kepuasan Pelanggan: Pemasaran jasa bertujuan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berkesan, sehingga pelanggan akan kembali menggunakan jasa tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Pemasaran jasa memang memiliki tantangan tersendiri dibandingkan produk fisik. Namun, dengan strategi yang tepat, Anda bisa membuat layanan Anda menonjol dan menarik minat pelanggan. Adapun strategi pemasaran jasa sebagai berikut :

- a. Membangun Citra Merek yang Kuat: Ciptakan merek yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen.
- b. Fokus pada Kualitas Pelayanan: Pastikan kualitas pelayanan yang diberikan selalu konsisten dan memuaskan pelanggan.

- c. Memanfaatkan Testimoni Pelanggan: Testimoni dari pelanggan yang puas dapat menjadi bukti nyata kualitas jasa yang ditawarkan.
- d. Membangun Hubungan yang Kuat dengan Pelanggan: Jalin hubungan yang baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang efektif dan personalisasi.
- e. Menggunakan Pemasaran Digital: Manfaatkan berbagai platform digital untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

3 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan ialah dengan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara yang dilakukan dalam mengumpulkan data penelitian dilakukan dengan wawancara terstruktur, yaitu pihak peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang diarahkan untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran jasa TPA Al Hikmah Kampung Gunung Leutik Ciparay Kabupaten Bandung.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan ini adalah adanya paradigma baru bagi Mitra bahwa perlu dilakukannya pengelolaan secara serius, mengingat potensi besar yang dimiliki TPA Al Hikmah untuk dapat berkembang dengan baik. Maka melalui luaran kegiatan yang kami hasilkan Kini TPA Al Hikmah memiliki Alur pengelolaan yang lebih terarah menuju service excellent. selain dari itu pemanfaatan Sosial media menjadi wajib saat ini, maka diperlukan juga pengelolaan social media yang berkala dan terprogram, tentunya konten social media ini bias menjadi daya tarik untuk pengembangan TPA Al Hikmah.

Sejalan dengan luaran yang kami cantumkan maka dalam bab pembahasan ini

kami akan menguraikan apa saja yang telah dibuat dalam project ini:

- a. *Serviceblueprint* alur tataraca pendaftaran sampe pembelajaran

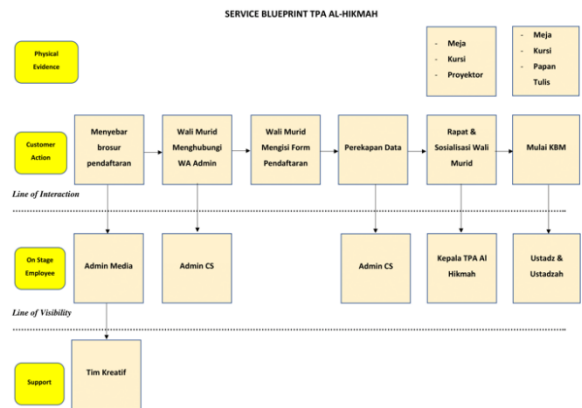


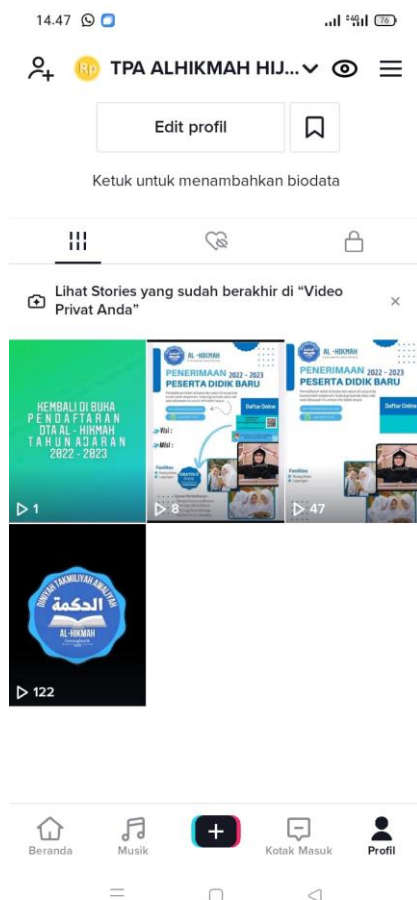
Diagram 1. Service Blueprint TPA Al-Hikmah

- b. Konten Sosial Media

Untuk menuju service excelln tentunya TPA Al Hikmah juga perlu melakukan Optimalisasi Konten social Media. Social media yang digunakan antara lain Instagram dan Tiktok. Mengingan 2 sosial media ini cukup banyak digunakan oleh masyarakat, maka TPA Al Hikmahpun perlu untuk mengoptimalkan Sosial medianya, yang harapannya dapat berdampak pada kegiatan pemasatran. Berikut ini beberapa konten yang sudah kami coba buat sebagai contoh bagi TPA Al Hikmah.



Gambar 1. Flyer Penerimaan Peserta didik baru



Gambar 2. Media Tiktok TPA Al Hikmah

- c. Link Sosial Media TPA Al Hikmah
Social media yang digunakan dalam pemasaran Jasa TPA AL Hikmah adalah Instagram dan Tiktok. Adapun link Instagram TPA Al Hikmah adalah https://instagram.com/hikmahhijrah_hh?igshid=YmMyMTA2M2Y= Untuk link Tiktok TPA Al Hikmah <https://vt.tiktok.com/ZSdoL9Pmx/?k=1>
- d. *Stategi service excellent.*
 - 1) Organisasi
 - i. Menyusun struktur organisasi yang ideal lengkap dengan job deskripsionnya
 - ii. Membuat proses bisnis dengan mengacu kepada blue prin pelayanan jasa yang sudah di buat
 - iii. Merekrut SDM yang memiliki Basic manajemen pendidikan
 - 2) Pembelajaran
 - i. Menyusun profil Lulusan
 - ii. Menyusun kurikulum
 - iii. Membuat rencana pembelajaran beserta metode unik dalam pelaksanaan pembelajaran

5 SIMPULAN

Pemasaran jasa memiliki peranan yang penting dalam keberlangsungan kegiatan usaha diantaranya Persaingan yang ketat: Banyak bisnis menawarkan jasa serupa, sehingga pemasaran yang efektif akan membedakan Anda dari pesaing. Sifat jasa yang tidak berwujud: Jasa tidak bisa dilihat atau diraba sebelum dibeli, sehingga pemasaran harus fokus pada manfaat yang akan diperoleh pelanggan. Kepuasan pelanggan: Pemasaran jasa bukan hanya tentang menjual, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Membangun citra merek: Merek yang kuat akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen.

Pelayanan Jasa, dalam hal ini jasa pendidikan, memerlukan kejelasan dalam pengelolaannya. Dengan adanya blueprint pelayanan Jasa, maka TPA Al Hikmah menjadi memahami proses bisnis dari kegiatan Jasanya, sehingga TPA AL Hikmah menjadi satu langkah lebih maju untuk mencapai service excellent. Selain itu pengoptimalan sosial media pun menjadi bagian dari proses bisnis.

Pemasaran jasa adalah investasi yang penting untuk keberhasilan bisnis. Dengan strategi pemasaran yang tepat, Anda dapat mencapai tujuan bisnis Anda dan membangun bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

Mundiri, A. 2016. *Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image*. Pedagogik: Jurnal Pendidikan, Vol. 3, No. 2, Hal. 58-72