

STRATEGI BERSAING JASA PENDIDIKAN DI SMK GENESIS MEDICARE SCHOOL

Windy Nur Dwi Maharani¹, Syalwa Fitri Rahmatika², Muhamad Yusuf Iskandar³,

Annisa Noer Rahma,⁴ Abdul Kholik⁵

¹Universitas Djuanda Bogor, windyndmaharani@22gmail.com

²Universitas Djuanda Bogor, syalwarahma30@gmail.com

³Universitas Djuanda Bogor, mysuf72@gmail.com

⁴Universitas Djuanda Bogor, annisanoerrahma@gmail.com

⁵Universitas Djuanda Bogor, Abdul Kholik abdul.kholik@unida.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing jasa pendidikan yang dilakukan di SMK Genesis Medicare dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan antara institusi pendidikan menengah yang menawarkan berbagai bidang keahlian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah staf bagian pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SMK Genesis Medicare menempatkan fokus utama pada peningkatan kualitas pendidikan di bidang Kesehatan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks, sekolah ini dapat bersaing melalui penerapan segmentasi, diferensiasi layanan pendidikan, diversifikasi program keahlian, inovasi berkelanjutan, serta pemanfaatan penggunaan berbasis digital. Strategi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik sekolah dengan menyesuaikan perubahan kebutuhan pasar agar memperkuat posisi SMK Genesis Medicare dalam menghadapi kompetensi di tengah persaingan pendidikan kejuruan.

Kata Kunci: Strategi bersaing, Jasa pendidikan, SMK Genesis Medicare

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia pendidikan di era globalisasi menjadi kenyataan yang tak terhindarkan. Dengan adanya persaingan tersebut, lembaga pendidikan menghadapi berbagai tantangan dan kesempatan, baik dari faktor eksternal maupun internal sehingga memberikan pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan lembaga pendidikan tersebut (Kholik & Laeli, 2020). Tujuan meningkatkan daya saing antar institusi pendidikan menengah guna memperkuat posisi serta memastikan SMK

Genesis Medicare di tengah persaingan pendidikan kejuruan yang semakin kompetitif.

Dalam institusi pendidikan seharusnya sudah menerapkan strategi bersaing untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat, baik antara lembaga pendidikan formal, informal dan non formal. Hal itu karena beberapa faktor yang mempengaruhi, khususnya di daerah terpencil yang masih menjalankan kegiatan operasional secara konvensional, tanpa adanya penyesuaian terhadap perkembangan zaman. Mereka masih keterbatasan sumber daya yang kurang kompeten di bidang pemasaran, beberapa sekolah di wilayah dengan sedikit kompetitor merasa tidak perlu bersaing atau keterbatasannya anggaran, yang menjadikan mereka tidak perlu melakukan strategi bersaing jasa pendidikan.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada strategi bersaing jasa pendidikan di SMK Genesis Medicare School. Merujuk pada penelitian Nurita (2022) memaparkan bahwa, untuk meningkatkan strategi bersaing dalam pendidikan dapat dilakukan dengan berfokus pada biaya yang terjangkau, inovasi program, dan penyaluran kerja lulusan. Penelitian terdahulu oleh Zakaria et al., (2023) mengkaji strategi membangun dan mempertahankan brand image sebagai upaya meningkatkan daya saing lembaga pendidikan dengan strategi yang mengkaji melalui teori identitas, personalitas, asosiasi, dan manfaat merek. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Prasetya (2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran belum berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih sekolah, sementara bauran pemasaran justru berpengaruh kuat. Berikutnya menurut Hartati et al., (2024) manajemen sumber daya manusia adalah kunci dalam meningkatkan kualitas dan daya saing lembaga pendidikan dengan fokus utama pada strategi pengembangan staf, budaya organisasi, inovasi layanan, dan penyesuaian terhadap perubahan. Kemudian yang terakhir menurut Kamayuda (2016) strategi yang disarankan adalah strategi diferensiasi, pembentukan klub, pelaksanaan yang melibatkan siswa, penguatan hubungan, serta adanya pelatihan guru. Penelitian ini

memiliki kebaruan yaitu dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks, SMK Genesis Medicare School dapat bersaing melalui penerapan segmentasi, diferensiasi layanan pendidikan, diversifikasi program keahlian, inovasi berkelanjutan, serta pemanfaatan penggunaan berbasis digital.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji strategi bersaing yang diterapkan oleh SMK Genesis Medicare, sekaligus menganalisis bagaimana strategi tersebut mampu memperkuat posisi lembaga di tengah persaingan jasa pendidikan yang semakin kompleks.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Handayani, 2020). Data yang dikumpulkan diperoleh melalui observasi langsung terhadap bagian pemasaran dan komunikasi di SMK Genesis Medicare School. Kegiatan observasi dilakukan langsung ke tempat sekolah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai realitas yang terjadi.

Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menggali informasi dengan lebih mendalam dan mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mencatat dan mendokumentasikan hasil observasi, yang selanjutnya dianalisis secara sistematis untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi bersaing saja pendidikan yang dibuat oleh sekolah dan diimplementasikan sebagai bagian dari rencana strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SMK Genesis Medicare berfokus pada peningkatan kualitas pendidikan di bidang kesehatan yang mengedepankan kualitas. Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks, sekolah ini

menawarkan beberapa jurusan seperti Farmasi, Analis Kesehatan, dan Analis Kimia. Sekolah ini dapat bersaing melalui beberapa penerapan, yaitu:

Segmentasi Pasar

Di SMK Genesis Medicare, penentuan sasaran pasar disesuaikan dengan kebutuhan dan perilaku masyarakat di sekitar lokasi sekolah. Awalnya, sekolah menargetkan kalangan menengah ke atas sebagai sasaran utama. Namun, dalam praktiknya, mayoritas peserta didik yang mendaftar berasal dari kalangan menengah. Meskipun mayoritas peserta didik berasal dari kalangan menengah, kualitas SMK Genesis Medicare tetap sangat baik. Hal ini terlihat dari pembelajaran yang didominasi oleh kegiatan praktik, didukung dengan ketersediaan berbagai alat dan fasilitas penunjang yang dinilai berkualitas.

Penyesuaian layanan pendidikan ini tidak lepas dari strategi segmentasi pasar, yaitu proses membagi pasar ke dalam beberapa kelompok konsumen yang memiliki perbedaan dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku, sehingga memungkinkan setiap kelompok tersebut membutuhkan jenis produk yang berbeda (Sholeh, 2020).

Diferensiasi layanan Pendidikan

Dalam konteks ini, penerapan strategi diferensiasi di SMK Genesis Medicare menjadi salah satu contoh konkret yang menarik untuk dicermati. Sekolah ini menekankan pada peningkatan kualitas pembelajaran dengan pendekatan yang terstruktur, berbasis praktik, dan disesuaikan dengan kebutuhan industri di bidang kesehatan. Fokus utama mereka terletak pada penguatan program keahlian spesifik, seperti Farmasi, Analis Kesehatan, dan Analis Kimia. Jurusan-jurusan tersebut menjadi identitas khas yang membedakan SMK Genesis Medicare dari sekolah lain yang bersifat umum atau tidak memiliki spesialisasi.

Selain itu, keunggulan lainnya terletak pada integrasi antara kurikulum pendidikan nasional dengan kebutuhan dunia kerja di sektor medis. Keunggulan diferensiasi layanan pendidikan di SMK Genesis Medicare yaitu: (1). Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Industri (PKL), SMK Genesis Medicare memberikan fleksibilitas kepada peserta didik. Jika siswa dibutuhkan oleh dunia kerja meskipun belum lulus, sekolah tidak melarang mereka untuk langsung bekerja, selama mereka mampu mengatur waktu dengan baik antara pekerjaan dan kewajiban belajar di sekolah, (2). Guru-guru yang berkompeten dan sudah bersertifikat sesuai dengan keahlian yang dibutuhkan di SMK Genesis Medicare, (3). Adanya kerjasama dengan politeknik.

Strategi diferensiasi yang diterapkan oleh SMK Genesis Medicare menekankan bahwa diferensiasi yang berhasil adalah yang mampu memberi manfaat nyata bagi peserta didik, dan tidak mudah ditiru oleh lembaga lain. Dalam penelitian yang dilakukan AB. Musyafa' Fathoni, konsep diferensiasi layanan pendidikan dijelaskan sebagai adaptasi dari teori pemasaran yang intinya adalah menciptakan dan menawarkan sesuatu yang berbeda dan bermakna bagi konsumen (Dewi, 2021).

Menurut definisi dari (Kotler dan Armstrong), diferensiasi adalah upaya untuk merancang perbedaan yang berarti agar lembaga dapat tampil beda dibanding pesaing. Jika dalam konteks sekolah, diferensiasi berarti menciptakan layanan pendidikan yang berbeda dari sekolah lain dan memberikan nilai tambah yang jelas dan relevan untuk stakeholder pendidikan. Hal ini mencakup hal-hal seperti kualitas pengajaran, pendekatan kurikulum, budaya sekolah, dan interaksi dengan orangtua murid.

Diversifikasi Program Keahlian

Salah satu strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan ini adalah strategi diversifikasi dalam pengembangan layanan dan pemanfaatan sumber daya. Diversifikasi dilakukan dengan membuka layanan pendidikan pada berbagai jenjang,

yaitu SMP, SMA, dan SMK. Langkah ini menunjukkan adanya perluasan segmen layanan yang masih berada dalam lingkup yang saling terkait, yakni sektor pendidikan.

Selain itu, strategi diversifikasi juga tampak dalam pemanfaatan fasilitas gedung secara efisien melalui kerja sama dengan institusi pendidikan lain, seperti Politeknik. Dalam skema ini, gedung sekolah digunakan bersama, di mana kelas Politeknik berlangsung pada sore hari. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas penggunaan aset, tetapi juga membuka peluang kolaborasi lintas jenjang pendidikan yang saling menguntungkan.

Dengan begitu, Strategi diversifikasi dapat dimaknai sebagai upaya yang dilakukan oleh sebuah lembaga untuk memperluas jenis produk, layanan, atau pasar, yang tujuannya untuk meningkatkan daya saing, mengurangi resiko, memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mendorong keberagaman secara terus menerus tanpa melupakan tujuan pendidikan nasional (Sutjipto, 2015).

Inovasi Berkelanjutan

Inovasi berkelanjutan di SMK Genesis Medicare secara aktif mendorong inovasi berkelanjutan dalam berbagai aspek, seperti pengembangan kurikulum, pemanfaatan teknologi pembelajaran, peningkatan kualitas layanan siswa, serta kerja sama dengan dunia usaha dan industri. Inovasi ini menjadi penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan SMK dari lembaga pendidikan lainnya. Dengan demikian, strategi bersaing tidak hanya ditentukan oleh kualitas akademik semata, tetapi juga oleh kemampuan sekolah untuk terus beradaptasi, memperbarui sistem, dan menciptakan nilai tambah yang relevan dengan kebutuhan zaman.

Dengan demikian inovasi Berkelanjutan merupakan kemampuan suatu inovasi untuk terus memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dari waktu ke

waktu tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain, inovasi berkelanjutan tidak hanya fokus pada manfaat jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang secara sosial, ekonomi, dan lingkungan (Rusliani et al., 2023)

Pemanfaatan Penggunaan Berbasis Digital

SMK Genesis Medicare sudah secara aktif memanfaatkan berbagai platform digital untuk menyebarkan informasi seputar kegiatan sekolah, prestasi siswa, serta program-program keahlian yang ditawarkan melalui akun Youtube resmi sekolah, salah satunya aktif mempublikasikan dokumentasi kegiatan siswa, informasi pendaftaran. Selain itu, media sosial yang digunakan oleh SMK Genesis Medicare juga menjadi sarana komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat. Masyarakat dapat memberikan komentar, bertanya, atau bahkan menyampaikan kritik dan saran secara langsung. Hal ini membuktikan bahwa pemanfaatan media digital tidak hanya meningkatkan citra sekolah, tapi juga memperkuat kepercayaan Masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan.

Pemanfaatan teknologi digital seperti ini bukan hanya menjadi alat promosi, tetapi juga strategi bersaing yang efektif di tengah persaingan antar lembaga pendidikan. Sekolah yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan memaksimalkan platform digital akan memiliki daya saing yang lebih kuat. Maka dari itu, strategi pemasaran berbasis digital seperti yang diterapkan oleh SMK Genesis Medicare bukan lagi sekadar pelengkap, tetapi sudah menjadi kebutuhan utama dalam menjaga eksistensi dan keunggulan lembaga pendidikan di tengah masyarakat.

Di era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi telah menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran lembaga pendidikan. Melalui media digital seperti situs web resmi, media sosial (Instagram, WhatsApp, Facebook, YouTube), serta platform digital lainnya, lembaga pendidikan dapat memperkenalkan program-

program unggulan mereka secara lebih luas dan cepat kepada Masyarakat. Hal ini menjadi strategi penting dalam membangun citra positif dan menarik minat calon peserta didik (Prastowo et al., 2022)

KESIMPULAN

SMK Genesis Medicare menerapkan strategi bersaing yang terintegrasi dan mampu menyesuaikan perubahan untuk meningkatkan daya saingnya, antara lain melalui segmentasi pasar yang sesuai dengan karakteristik masyarakat, diferensiasi layanan pendidikan yang relevan dengan dunia kerja, serta diversifikasi program keahlian dan kerja sama pemanfaatan fasilitas. Sekolah juga terus berinovasi dalam pengembangan layanan dan pemanfaatan teknologi digital guna membangun citra serta komunikasi yang efektif. Strategi-strategi ini memperkuat posisi sekolah di tengah persaingan dan meningkatkan kualitas serta relevansi lulusan di dunia kerja.

REFERENSI

Armstrong, K. (n.d.). *MARKETING*.

Dewi, S. N. (2021). *Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Kompetitif Layanan Pendidikan*. 147–179. https://deswati094748.gurusiana.id/article/2021/02/strategi-diferensiasi-produk-4056720?bima_access_status=not-logged

Handayani, R. (2020). Metode Penelitian Sosial. In *Bandung* (Issue September).

Hartati, L., Nurhayati, N., & Hidayat, N. (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada lembaga Pendidikan. *Journal of Education Research*, 5(2), 1980–1987. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1080>

Kamayuda, D. M. D. (2016). Perencanaan Strategi Bersaing Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Salah Satu Sekolah Swasta Salatiga 1. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2016.v3.i1.p15-29>

- Kholik, A., & Laeli, S. (2020). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Sekolah Alam Berbasis Model Resource-Based View. *Tadbir Muwahhid*, 4(1), 73. <https://doi.org/10.30997/jtm.v4i1.2540>
- Ningrum, N. (2022). Strategi Keunggulan Bersaing pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember. *LAN TABUR : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 180–191. <https://doi.org/10.53515/lantabur.2022.3.2.180-191>
- Prasetia, A. D. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Bersekolah di SMK Kesehatan Bakti Indonesia Medika Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 8–12.
- Prastowo, S. L., Manunggal, B., Islam, U., Yusuf, S., & Tangerang, K. (2022). *Manajemen marketing jasa pendidikan di era digital*. 13(2), 45–57.
- Rusliani, H., Kurniyati, & Widia. (2023). Analisis Strategi Inovasi Berkelanjutan Pada Umkm Di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 114–128. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i2.700>
- Sholeh, M. I. (2020). Menghadapi Persaingan Sengit Lembaga Pendidikan: Strategi Diferensiasi dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(3), 192–222.
- Sutjipto. (2015). Diversifikasi Kurikulum dalam Kerangka Desentralisasi Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 21(3), 317–338. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v21i3.193>
- Zakaria, W., Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2023). Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Strategy To Build Brand Image In Increasing The Competitiveness of Educational Institutions. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(2), 64–75. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR/article/download/5545/1981>