

Analisis Penerapan Strategi Harga Dan Diferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta

Rahma Ngaisah¹, Rina Nurhayati², Ayi Nurbaeti³

¹Sekolah Alam Purwakarta

^{2,3}STIE Syariah Indonesia Purwakarta

Jalan Veteran No 150-152 Purwakarta 41118 Jawa Barat

¹rahmangaisah14@gmail.com

²inamaza212@gmail.com

³ayi12nurbaeti@gmail.com

Abstrak - Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi harga dalam keunggulan bersaing yang diterapkan di Sekolah Alam Purwakarta dan mengetahui cara Sekolah Alam Purwakarta menghadirkan diferensiasi produk dalam menyajikan pendidikan yang berkonsep islami sesuai dengan kebutuhan siswa. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan riset bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Strategi keunggulan bersaing yang diterapkan untuk lembaga pendidikan melalui strategi harga Sekolah Alam Purwakarta melibatkan berbagai pihak dari Yayasan, Sekolah, dan Orangtua, serta memiliki kebijakan penetapan harga yang sesuai dengan kebijakan pemerintah, alur penetapan harga yang melibatkan komite sebagai perwakilan orangtua, faktor yang jelas sehingga dalam perubahan harga bisa dipertanggung jawabkan, serta hambatan yang ada solusinya. Keunggulan yang kedua menghadirkan diferensiasi produk berupa program-program khas meliputi morning activity, outbond, home visit, bussiness day, fun advanture (camping/ tracking), farming, cooking, spesial events, eksperimen, aquaplay, kunjungan edukatif, makan siang, sholat dzuhur berjama'ah, antar-jemput menggunakan guru pendamping, Nabung Sampah (Bank Sampah), magang, dan backpacker.

Kata Kunci: Strategi Harga, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing

Abstract - The purpose of this research are to know the price strategies of competitive advantaes that is adopted at the Sekolah Alam Purwakarta and how Sekolah Alam Purwakarta presents products differentiation in provding education that is conceptualized according to student needs. The approach of this research uses a qualitative approach. Which is a descriptive study and tends to use analysis with an inductive approach. The competitive advantage strategies applied for educational institutions through the Sekolah Alam Purwakarta pricing strategy involves various parties from Yayasan, Schools, and Parents, and has a pricing policy that is in accordance with government policy, a pricing channel that involves committees as parents' representatives , a clear factor so that price changes can be accounted for, as well as obstacles that have a solution. The second advantage are presenting product differentiation in the form of typical programs. That are morning activity, outbond, home visit, bussines day, fun advanture (camping/ tracking), farming, cooking spesial events, experiments, aquaplays, educational visits, lunches, midday prayers, suttle using companion teacher, trash bank, interships, and backpackers.

Keyword: Price Strategy, Product Differentiation and Competitive Advantage

I. PENDAHULUAN

Sekolah sebagai lembaga penyelenggara pendidikan pada hakikatnya adalah lembaga yang memiliki tanggung jawab untuk turut serta mencapai tujuan pendidikan nasional. Bahkan dapat dikatakan bahwa sekolah adalah ujung tombak ketercapaian tujuan pendidikan nasional, mengingat strategisnya keberadaan sekolah, maka kualitas sekolah akan sangat mempengaruhi kualitas pendidikan Indonesia. (Fakhrudin Agus, 2014)

Perkembangan lembaga pendidikan di Indonesia mengalami kemajuan pesat, apalagi semenjak diberlakukannya UU No, 20 Tahun 2003 tentang system pendidikan nasional yang merupakan landasan yuridis bagi pengelolaan pendidikan di Indonesia. Semakin banyak lembaga pendidikan yang menjalankan bisnis jasa pendidikan dan pelatihan dengan berbagai program pendidikan yang ditawarkan. Lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan dahulu hanya dipandang sebagai seller's market, calon peserta didik berlomba mendaftar ke sekolah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain. (Maskub, 2015) Dengan banyak lembaga pendidikan, maka semakin banyak pilihan bagi calon peserta didik untuk memilih dan menentukan lembaga pendidikan yang sesuai dan memberikan kualitas yang baik. Hal tersebut menuntut lembaga pendidikan untuk semakin menonjolkan keunggulan masing-masing dan digunakan sebagai persaingan dalam industri lembaga pendidikan.

Kemampuan berkompetisi menentukan lembaga itu mampu bertahan atau tidak. Lembaga pendidikan yang tidak mempunyai daya saing ditinggalkan oleh pelanggannya. Daya saing ditentukan oleh pembelajaran yang berkualitas. (Iwan Abdi, 2011) Dengan begitu sekolah atau lembaga pendidikan menyediakan suatu sarana pembelajaran yang bagus dan menunjang segala aspek. Sehingga bisa meningkatkan kepercayaan wali murid terhadap sekolah.

Masyarakat Indonesia khususnya Purwakarta masih awam dengan adanya sekolah alam. Dengan konsepnya yang berbeda dengan sekolah formal menjadi daya tarik tersendiri untuk

Sekolah Alam Purwakarta, akan tetapi bagi masyarakat yang belum paham mengenai konsep pendidikannya akan menganggap suatu hal yang tidak biasa untuk suatu lembaga pendidikan. Dan menganggap bahwa Sekolah Alam Purwakarta itu merupakan sekolah mahal (Tika Rostika, 2019). Maka dari itu diperlukan suatu system pemasaran atau *marketing* yang bisa masuk dalam segala lapisan masyarakat. Pemasaran sebagai salah satu aspek yang penting dalam dunia usaha. Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka yang melayani konsumennya, menangani pesaing, dan mengeluarkan produk (Nurul Huda, 2017).

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi harga dalam keunggulan bersaing yang diterapkan di Sekolah Alam Purwakarta dan cara Sekolah Alam Purwakarta menghadirkan diferensiasi produk dalam menyajikan pendidikan yang berkonsep islami sesuai dengan kebutuhan siswa.

A. Pengertian Keunggulan Bersaing

Istilah "keunggulan daya saing" (competitive advantage) masuk dalam seni strategi bisnis. Agar keunggulan dapat dipertahankan, pesaing harus tidak mampu menirunya. Atau lebih tepatnya, pesaing tidak mampu meniru sumber daya yang mendasarinya. Banyak ahli strategi telah menyamakan keunggulan daya saing dengan profitabilitas tinggi. Peningkatan nilai memerlukan strategi untuk kemajuan dalam satu dari empat bidang yang berbeda, antara lain: memperdalam keunggulan:

1. Memperluas jangkauan keunggulan,
2. Menciptakan permintaan yang lebih tinggi untuk produk/ layanan yang lebih unggul,
3. Memperkuat mekanisme pengisolasi yang menghalangi replika dan imitasi mudah oleh pesaing (Rumelt, 2012).

Keunggulan bersaing adalah hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik ialah kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam

mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan unggul dalam penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia dan sulit untuk diiru oleh pesaingnya.

Asset atau sumber daya unik adalah sumber daya nyata diperlukan perusahaan guna menjalankan strategi bersaingnya. Kedua sumber daya tersebut diarahkan untuk mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memiliki perbedaan dengan perusahaan lain. Keunggulan bersaing merupakan jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing pada prinsipnya tumbuh dari nilai – nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diharapkannya. Akan tetapi nilai tersebut akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk apabila pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu badan usaha memberikan nilai lebih pada produknya dibandingkan pesaingnya dan nilai tersebut dapat mendatangkan manfaat bagi pelanggan.

B. Dimensi Keunggulan Bersaing

Terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk menentukan keunggulan bersaing sebuah perusahaan. Kelima dimensi tersebut adalah harga, kualitas, pengiriman yang dapat diandalkan, inovasi produk, dan time to market. Harga yang dibebankan pada pelanggan merupakan atribut yang paling memengaruhi keunggulan bersaing. Kualitas dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing dan merupakan elemen penting dalam penentuan nilai bagi pelanggan. Pengiriman yang dapat diandalkan adalah kemampuan perusahaan untuk mengirimkan atau menyediakan produk/jasa tepat waktu, dalam tipe dan volume yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Inovasi merupakan konsep lebih luas yang meliputi penerapan dari ide, produk, atau proses yang baru. Luasnya lini produk yang dimiliki sebuah perusahaan memengaruhi nilai dan pangsa pasar yang dapat diperoleh. Semakin tepat sebuah

produk/jasa dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka semakin besar nilai yang akan diberikan oleh pelanggan untuk produk/jasa tersebut.

Dengan bertambah luasnya lini produk, maka akan semakin banyak pelanggan yang dapat menemukan produk/jasa yang memenuhi kebutuhan mereka. Time to market merupakan dimensi yang penting dari keunggulan bersaing. Time to market adalah sejauh mana sebuah perusahaan mampu untuk meluncurkan produk baru lebih cepat dari pesaingnya. (Sunyoto Danang, 2015)

C. Indikator Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan posisi unik yang dikembangkan perusahaan dalam menghadapi para pesaing, dan mungkin perusahaan dapat mengungguli mereka secara konsisten. Dengan demikian, keunggulan bersaing hanya dicapai dengan mengembangkan produk dengan sangat spesial dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan para pesaing. Konsep keunggulan yang digambarkan oleh Porter sebagai inti sari dari strategi bersaing. Menurut Porter ada strategi bersaing yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing ada tiga, (Sunyoto Danang, 2015) yaitu :

1. Strategi inovasi, yaitu digunakan untuk mengembangkan produk atau jasa yang berbeda dari para pesaing.
2. Strategi penurunan biaya, yaitu menekankan pada usaha perusahaan untuk menjadi produsen dengan penawaran harga produk yang rendah.
3. Strategi peningkatan mutu, yaitu lebih mengutamakan pada penawaran produk atau jasa yang berkualitas, meskipun prosesnya sama dengan pesaingnya.

Menurut Porter bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Dan terdapat tiga pendekatan strategi generik dalam menanggulangi kekuatan persaingan yang secara potensial akan berhasil mengungguli perusahaan lain dalam suatu industri, yaitu :

1. Keunggulan biaya menyeluruh. Keunggulan biaya yang menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah dapat menguntungkan untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga.
2. Diferensiasi (dengan cara mengkoncentrasikan diri pada pangsa pasar yang lebih kecil dengan prinsip biaya lebih rendah (low cost) atau diferensiasi (differentiation) yang lebih baik daripada pesaing. Selain itu, diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan ke konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga.
3. Fokus. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

D. Ruang Lingkup Keunggulan Bersaing dalam Lembaga Pendidikan

Pendidikan berfungsi untuk mempersiapkan manusia menghadapi masa depan agar hidup sejahtera, baik sebagai individu maupun secara kolektif sebagai warga masyarakat, bangsa maupun antarbangsa. Bagi pemeluk agama, masa depan mencakup kehidupan di dunia dan pandangan tentang kehidupan hari kemudian yang bahagia. Dengan demikian, berbagai macam model pendidikan sangat tergantung dari rumusan wujud atau jbaran manusia yang sejahtera dengan berbagai dimendinya.

Fungsi pendidikan lainnya adalah peradaban, hasil karya manusia yang semula dimaksudkan untuk mendukung kesejahteraan manusia. Mengingat peradaban bersifat evolusioner dan dinamis, berkermbang dan berubah maka fungsi pendidikan pun terus terus berubah dalam upaya terus mencapai kemajuan sesuai peradaban baru yang ingin diraih suatu bangsa. Model pendidikan yang sesuai dengan tuntutan zaman disebut pendidikan yang relevan pada zamannya.(Umaedi, Hadiyanto, 2011).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan salah satu hal yang penting dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan pendidikan, sekaligus sebagai bagian yang penting dalam perkembangan peradaban manusia.(Wiratna, 2015) Metode ilmiah pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.(Sugiyono,

2017) Penelitian ada dua jenis, untuk penelitian ini menggunakan penelitian jenis kualitatif. Dan dalam penelitian ini saya memilih penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain..

Untuk tercapainya suatu penelitian, maka diperlukan data yang mempunyai validitas tinggi. Adapun yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

A. Metode Wawancara (Interview)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden dan mencatat atau merekam jawaban-jawaban responden. Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data. Wawancara langsung diadakan dengan orang yang menjadi sumber data dan dilakukan tanpa perantara, baik tentang dirinya maupun tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dirinya untuk mengumpulkan data yang diperlukan.(Mahmud, 2011) Wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara secara terstruktur Penggunaan metode dimaksudkan untuk mengumpulkan data strategi keunggulan bersaing Sekolah Alam Purwakarta dalam segi harga, kualitas dan produk. Data-data ini akan diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Kepala Sekolah, Guru dan Staff, sebagian orangtua siswa, pihak dari sekolah lain, pengawas, dan pihak luar yang berperan di pendidikan yang telah mengetahui Sekolah Alam Purwakarta.

B. Metode Observasi

Metode observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.(Sutrisno Hadi, 2001) Jenis observasi pada penelitian ini adalah observasi non partisipan observation. Dalam penelitian ini, peneliti datang ke tempat

penelitian tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan di tempat penelitian. Metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran umum situasi dan kondisi Sekolah Alam Purwakarta. Serta untuk mengetahui biaya, Sumber Daya Manusia, dan program dari Sekolah Alam Purwakarta.

C. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealamiah yang sukar diperoleh, sukar ditemukan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki. (Mahmud, 2011) Metode dokumentasi ini peneliti gunakan untuk memperoleh data yang berupa struktur organisasi sekolah, tugas-tugas organisasi, keadaan guru dan siswa, prestasi akademik dan non akademik, alat dan sarana prasarana yang tersedia di Sekolah Alam Purwakarta.

Dalam setiap pelaksanaan penelitian, data yang terkumpul tentunya tidak semuanya valid dan kredibel. Untuk itu dalam menguji tingkat kredibilitas dan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan cara mengecek data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. (Sugiyono, 2017)

A. Triangulasi Sumber, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan kemudian dimintakan kesepakatan dengan sumber data

B. Triangulasi Teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk memastikan kebenaran data, bila data yang dihasilkan berbeda, peneliti kemudian melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data.

C. Triangulasi Waktu, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara melakukan teknik wawancara, observasi atau teknik lain kepada sumber data dalam situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Dalam hal analisis data kualitatif, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan tujuannya dapat diformasikan dengan oranglain. Berikut ini adalah langkah-langkah dan prosedur analisis data,

Analisis data berlangsung bersama-sama dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan sebagai berikut : (Wiratna, 2015)

A. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh reduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, dan data difokuskan pada hal-hal yang penting. Data dari hasil mengikhtikan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema, dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.

B. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga mempermudah peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya.

C. Kesimpulan dan Vertifikasi

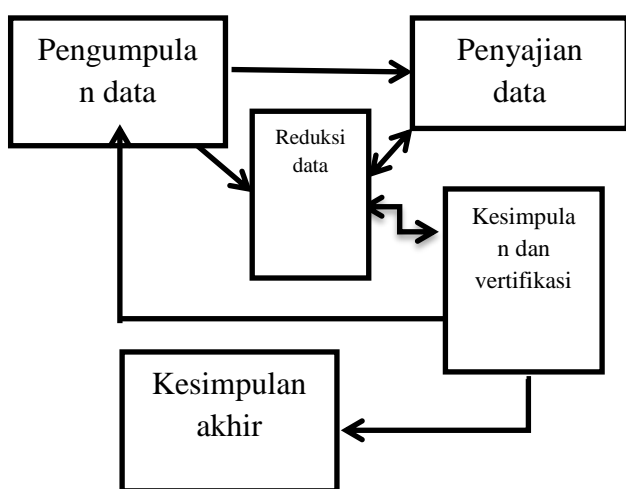
Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas

dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan sementara perlu divertifikasi. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi data dan metode, diskusi teman sejawat, dan pengecekan anggota.

D. Kesimpulan akhir

Kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah divertifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

Skema 2.1
Proses Penelitian



Menurut Miles (1994) dan Faisal (2003)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Harga dalam Keunggulan Bersaing yang Diterapkan Di Sekolah Alam Purwakarta

1. Kebijakan Penetapan Harga

Sekolah Alam Purwakarta merupakan sekolah yang swasta dalam arti pendidikan yang diselenggarakan/ didirikan oleh masyarakat. Sumber dana yang diterima bisa dari berbagai pihak meliputi(2008):

- a. Penyelenggara atau satuan pendidikan yang didirikan masyarakat,
- b. Orangtua atau wali peserta didik,
- c. Masyarakat diluar orangtua atau wali peserta didik
- d. Pemerintah
- e. Pemerintah daerah,
- f. Pihak asing yang tidak mengikat, dan/ atau
- g. Sumber lain yang sah.

Kebijakan mengenai penetapan biaya sekolah untuk SD Swasta berasal dari

yayasan. Yayasan yang menaungi sekolah memegang sepenuhnya keputusan penetapan biaya meskipun sekolah tersebut sudah menerima Bantuan Operasional Sekolah (BOS). Sekolah swasta yang mengajukan dana BOS dan sesuai dengan kualifikasi dari pemerintah, akan mendapatkan dana BOS dari pemerintahan dengan akad hibah jadi segala asset yang diperbelanjakan dari dana BOS untuk sekolah menjadi milik sekolah. Pemerintah hanya meminta surat pertanggung jawaban, selain dari BOS juga ada iuran dari orang tua siswa yang laporannya dipertanggungjawabkan kepada yayasan (Ayuni, 2019).

Sumber dana yang diterima Sekolah Alam Purwakarta lebih banyak dari penyelenggara dan orang tua atau wali peserta didik. Sehingga seluruh kebijakan penetapan biaya itu kebijakan yayasan. Sumber lain selain itu juga ada dari pemerintah daerah berupa Bantuan Operasional Sekolah (BOS). Dana BOS merupakan dana hibah yang diberikan ke setiap sekolah baik itu swasta ataupun negeri yang menerimanya dengan berbagai ketentuan. Untuk pembelanjaan dana BOS itu diserahkan langsung ke pihak sekolah. Dan segala aset yang dibeli menggunakan dana BOS itu milik sekolah pemerintah hanya meminta Surat Pertanggung Jawaban (SPJ) dari sekolah diberikan ke pemerintah.

2. Alur Penetapan Harga

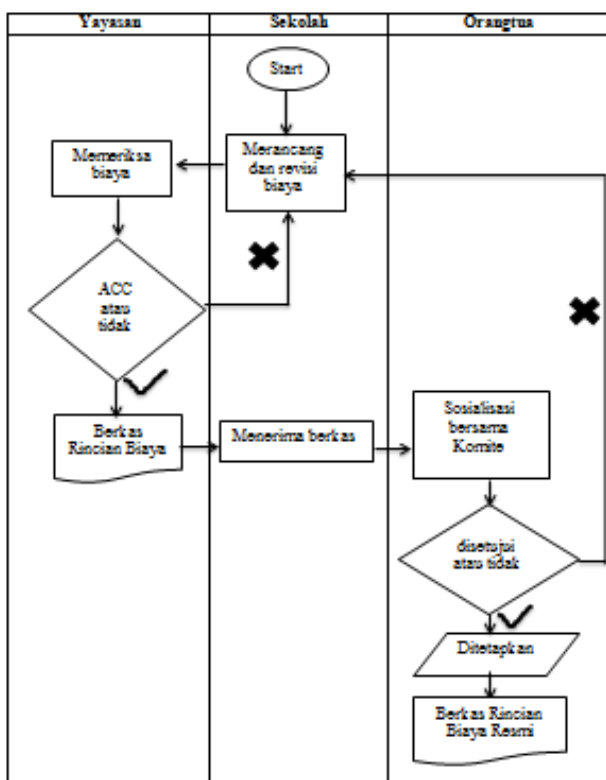
Awal proses penetapan biaya yang dilakukan yaitu mengacu pada pembiayaan Sekolah Alam Bogor, merumuskan biaya selama satu tahun disesuaikan dengan kegiatan di Sekolah Alam Purwakarta, lalu survey biaya sekolah swasta di wilayah Purwakarta, menyesuaikan biaya rata-rata di wilayah Purwakarta, dan menetapkan biaya sekolah. Dalam penetapan harga melibatkan beberapa pihak yaitu Yayasan, Sekolah, dan Orangtua terutama komite. Pihak yayasan yang terlibat yaitu Ketua Yayasan dan Sekretaris, untuk pihak sekolah yaitu Direktur, Kepala Sekolah, dan Tim Keuangan. Sedangkan pihak orangtua yaitu Komite Sekolah.

Setelah beberapa tahun ini Sekolah Alam Purwakarta menetapkan biaya sekolah dengan beberapa tahap yaitu (Meilisa, 2019),

1) Perancangan Harga

- 2) Pengajuan Biaya
- 3) Sosialisasi Biaya

Flowchart 3.1
Alur Penetapan Biaya Sekolah Alam Purwakarta



Sumber diolah peneliti dan wawancara

3. Faktor Penetapan Harga

Menurut Ida Ayuni dan Runni Nurul Inayah penetapan biaya di Sekolah Alam Purwakarta mempunyai beberapa faktor yaitu,

- a. Jumlah Kegiatan
- b. Biaya Operasional
- c. Kemampuan Orangtua
- d. Upah Minimum Region (UMR) daerah Purwakarta

4. Hambatan dalam Penetapan Harga

Hambatan dalam penetapan biaya adalah Sekolah Alam Purwakarta selalu mempertahankan kualitas tetapi menyesuaikan pangsa pasar didaerah Purwakarta. Karena disaat kebutuhan tinggi dengan adanya banyaknya ragam keegiatan, range atau kategori sekolah swasta tidak lebih besar dibandingkan dengan sekolah lain. Dan paradigma masyarakat terhadap pendidikan itu, sehingga Sekolah Alam Purwakarta dianggap mahal.

Setelah dipaparkan hambatan diatas maka dari itu, Sekolah Alam Purwakarta mengadakan sosialisasi terhadap orangtua terkait perubahan biaya dan memberika jalan bagi yang tidak mampu dengan adanya beasiswa.

5. Pembahasan Strategi Harga

Melihat dari sub bab diatas bahwa strategi harga yang diterakan Sekolah Alam Purwakarta dalam keunggulan bersaing adalah meliputi kebijakan penetapan harga yang sesuai dengan kebijakan pemerintah, alur penetapan harga yang melibatkan komite sebagai perwakilan orangtua, faktor yang jelas sehingga dalam perubahan harga bisa dipertanggung jawabkan, serta hambatan yang ada solusinya.

Oleh karena itu, peneliti akan melakukan validitas dengan beberapa pihak yaitu pihak orangtua sebagai konsumen dan pihak kedinasan sebagai mitra. Dan berikut ini tabel tanggapan orangtua siswa terhadap strategi harga Sekolah Alam Purwakarta,

Tabel 3.1

Tanggapan Orangtua Siswa tentang Strategi Harga Sekolah Alam Purwakarta

Pertanyaan: Bagaimana tanggapan ayah bunda mengenai Sekolah Alam Purwakarta adalah sekolah mahal, jika dilihat strategi harga yang diterapkan SAP?	
Informan 1	Awal pertama masuk sekolah alam melihat dengan kondisi awal belum <i>wort it</i> sempat mikir bahaya juga, semakin kesini mulai berkembang dan yakin sihh, dengan ada program-program khas yang ada wajar sih sekolah alam dengan harga segitu.
Informan 2	Mahal itu relatif dengan program yang banyak anak-anak terawasi karena didalam kelas terdapat dua guru debgan kuota yang tidak begtu banyak. Sekolah Alam Purwakarta memang mahal kalau dibandingkan dengan

Pertanyaan: Bagaimana tanggapan ayah bunda mengenai Sekolah Alam Purwakarta adalah sekolah mahal, jika dilihat strategi harga yang diterapkan SAP?	
	sekolah biasa tetapi murah apabila dibandingkan dengan sekolah alam lain.
Informan 3	Mahal itu relatif yah, mungkin kalau dibandingkan sekolah biasa lain mahal tapi kalau dibandingkan sekolah alam lainnya masih murah. Tapi bagi saya selagi anak bahagia itu sudah terbayarkan
Informan 4	Kalau dibilang mahal mungkin iya tapi mahal kan ada alasannya, kalau dibandingan sekolah biasa bisa jadi lebih mahal. Tapi kalau dibandingkan Sekolah Alam lain termasuk murah. Dan dari segi kegiatan juga banyak disini jadi wajar kalau mahal
Informan 6	Apabila ada yang bilang mahal itu belum paham aktivitas di sekolah ini, membandingkan sekolah lain yang investasinya gak ditanggung orang tua pasti akan bilang mahal. Jadi mahal karena dengan berbagai aktivitas dan setiap pembelajaran harus dipertanggung jawabka
Informan 7	Kalau bicara harga saya ini seorang pedagang, dimana ada harga ada kualitas. Dan yang saya lihat di Sekolah Alam Purwakarta seperti itu.

Sumber dari wawancara yang diolah peneliti

Dari tabel diatas didapatkan tanggapan orang tua siswa terhadap strategi harga Sekolah Alam Purwakarta. Dan semua informan menjawab bahwa biaya Sekolah Alam Purwakarta masih terjangkau dan sesuai dengan program-program yang dihadirkan.

Tabel 4.2
Tanggapan Pihak Kedinasan tentang Strategi Harga Sekolah Alam Purwakarta

Pertanyaan: Bagaimana tanggapan bapak/ ibu mengenai Sekolah Alam Purwakarta adalah sekolah mahal, jika dilihat strategi harga yang diterapkan SAP?	
Informan 1	Harga kalau dibandingkan dengan sekolah lain memang terlalu mahal. Tapi tidak masalah buat yang menengah keatas, untuk yang menengah kebawah bisa diberikan beasiswa. Dengan ijin dari lurah dan RT RW setempat.
Informan 2	Mahal itu relatif, dan belum pernah mendengar ada yang mengatakan seperti itu. Mahal atau murah nya sekolah seimbang dengan nilai jualnya, pelayanan prima, dan hasil yang diperoleh. Masalah tarif mahal terbukti dengan output yang berkualitas. Pendidikan tak lepas dari uang. Dan di era sekarang itu penting karena untuk kegiatan operasional sekolah itu memerlukan anggaran.

Sumber dari wawancara yang diolah peneliti

Dari tabel diatas didapatkan tanggapan pihak terhadap strategi harga Sekolah Alam Purwakarta. Satu informan menjawab bahwa biaya Sekolah Alam Purwakarta masih terjangkau. Dan satu informan belum terjangkau untuk menengah kebawah sehingga disarankan ada program beasiswa.

B. Sekolah Alam Purwakarta Menghadirkan Diferensiasi Produk Pendidikan yang Berkonsep Islami Sesuai dengan Kebutuhan Siswa

1. Strategi Diferensiasi Produk

Strategi diferensiasi produk Sekolah Alam Purwakarta yaitu dengan cara berinovasi. Membahas mengenai inovasi itu masalah

berlari, dari yang dipaparkan sebelumnya sekolah alam sudah melakukan beberapa inovasi dengan terus belajar itu inovasi, kurikulum yang direvisi, dengan adanya program-program yang berbeda dengan sekolah lain seperti, *Lived in* yang mengajarkan anak untuk pantang menyerah, dan *Jungle survival* atau *City survival* yang mengajarkan anak-anak menderita bukan berarti menderita yang bagaimana akan tetapi mengajarkan supaya anak bisa mempertahankan hidup (Sosihsih, 2019). Cara Sekolah Alam Purwakarta menerapkan strategi *diferensiasi* produk di Sekolah Alam Purwakarta untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah adanya program khas (termasuk program keagamaan), adanya program pembinaan sumber daya manusia, menggunakan konsep Belajar Bersama Alam (BBA) untuk menggali pilar iman, ilmu dan leadership, serta menggunakan metode pembelajaran Bahasa Bunda Bahasa Cinta (BBBC) (Meilisa, 2019). Dan keempat pilar tersebut dituangkan dalam kegiatan sesuai dengan indikator masing-masing level. Kegiatan yang dilaksanakan anak SAP itu mengandung 3B yaitu beragam aktivitas, banyak bertemu orang, dan berulang-ulang.

2. Sumber Diferensiasi Produk

Sumber strategi diferensiasi produk di Sekolah Alam Purwakarta adalah Alqur'an dan hadits. Sumber tersebut dipadukan dengan berbagai cara antara lain,

- a. Mengintegrasikan dua kurikulum yaitu kurikulum K13 dan kurikulum Sekolah Alam Purwakarta,
- b. Melakukan upgrade pada sumber daya manusia, adanya inovasi yang dapat dikembangkan.

Dalam sumber diferensiasi tersebut disalurkan dalam bentuk kegiatan siswa sehingga strategi difensiasi tersebut memiliki beberapa manfaat meliputi:

- a. Pembelajaran menarik, berkesan dan kontekstual
- b. Anak mendapatkan kenyamanan dan ekplorasi
- c. Kepercayaan orangtua

- d. Keterlibatan orangtua
- e. Program kemanusiaan
- f. Produk yang holistik/ paripurna/ manusia yang seutuhnya (fisik, otak, dan emosional)
- g. Lebih terasah minat dan bakat anak
- h. Menyediakan kegiatan yang sesuai kebutuhan/ fitrahnya
- i. Lifeskill anak meningkat
- j. Anak-anak bisa belajar dari Ayah Bunda, Guru, dan Lingkungan.

3. Program Khas Sekolah Alam Purwakarta

Program khas yang dijalankan tidak sekedar unik tapi memanfaatkan sesuatu yang ada dan sesuai misi (Inayah, 2019). Standar pendidikan Sekolah Alam Purwakarta mengacu pada khalifahtullah fil ardh. Diantaranya mencakup Ahlakul Karimah (cara tunduk manusia kepada sang pencipta), Logika Ilmiah (cara tunduk alam semesta kepada sang pencipta), Kepemimpinan (cara manusia menjadi khalifatullah dimuka bumi) dan Kewirausahaan (cara mencari rizki yang halal).

Dengan pemahaman yang tinggi terhadap proses penciptaan alam semesta (science & technology) dan cara mencari rizki secara halal, maka manusia diyakini mampu menjadi khalifahtullah fil ardh. Hanya media alam semesta & kegiatan berbisnis yang mampu mengajarkan ilmu pengetahuan secara integral (holistic / mutakaamilan) & aplikatif (tathbiqiyyan) hingga mencapai posisi rahmatan lil alamin.

Adapun program khas dari Sekolah Alam Purwakarta yaitu:

- a. *Morning Activities*
- b. *Outbound*
- c. *Home Visit*
- d. *Business Day*
- e. *Fun Adventure (Camping/Tracking)*
- f. *Farming*
- g. *Cooking*
- h. *Special Events*
- i. Eksperimen
- j. Kunjungan Edukatif
- k. *Aquaplay*
- l. Makan Siang

- m. Sholat Dzuhur
- n. Antar-jemput
- o. Bank sampah
- p. Magang
- q. Eskpedisi
- r. *Backpaker*

4. Pembahasan Diferensiasi Produk

Melihat sub bab diatas Sekolah Alam Purwakarta menghadirkan diferensiasi produk yang berkonsep islami melalui pendidikan karakter atau berakhlak dengan berbagai program khas. Oleh karena itu peneliti melakukan validasi apakah kegiatan yang telah diuraikan diatas sesuai dengan apa yang orangtua ketahui dan juga dilihat dari kacamata pihak luar yaitu pihak Dinas Pendidikan. Pihak tersebut yaitu dari pihak orangtua sebagai konsumen dan pihak kedinasan sebagai mitra. Dan berikut tabel dari tanggapan orang tua siswa dan pihak kedinasan,

Tabel 3.3

Tanggapan orangtua siswa tentang Diferensiasi Produk Sekolah Alam Purwakarta

Pertanyaan: Apa hal yang membedakan Sekolah Alam Purwakarta dengan sekolah lainnya?	
Informan 1	- Jam masuk dan Pembiasaan yang diterapkan di sekolah - Memberikan kegiatan yang 70% praktek dan 30% teori
Informan 2	Program-program yang berbeda dengan sekolah lain
Informan 3	Tidak mengedepankan akademik tetapi akhlak terlebih dahulu dan Pendidikan sesuai fitrah
Informan 4	- Tidak terikat aturan dari jam 8-13 duduk manis mendengarkan dan pegang buku - Tujuan sama, tapi kalau sekolah alam yang dibangun adalah minat membaca bukan sekedar bisa membaca

Pertanyaan: Apa hal yang membedakan Sekolah Alam Purwakarta dengan sekolah lainnya?	
Informan 5	- Aktivitas yang berbeda-beda dengan berinovasi menyediakan program-program khas - Anak-anak tidak dipaksakan belajar sesuai dengan kemampuan dan setiap pembelajaran harus dipertanggung jawabkan
Informan 6	Tidak terpaku dibangku dan ruangan

Sumber dari wawancara yang diolah peneliti

Dari tabel diatas didapatkan *diferensiasi* produk pendidikan Sekolah Alam Purwakarta. Dan semua informan menjawab hal yang membedakan Sekolah Alam Purwakarta dan sekolah lain terletak pada *Content* (Kepuasan).

Tabel 3.4

Tanggapan Pihak Kedinasan tentang Diferensiasi Produk Sekolah Alam Purwakarta

Pertanyaan: Apa hal yang membedakan Sekolah Alam Purwakarta dengan sekolah lainnya?	
Informan 1	- Visi misi yang berbeda konsep dengan sekolah lain - Kurikulum yang dibuat sendiri
Informan 2	Kekhasan yang dimiliki berbeda pada umumnya terutama di Purwakarta meliputi, - Penekanan terhadap pembentukan karakter lebih dominan - Penerapan kurikulum 2013 sudah dilaksanakan termatik terintegrasi Penguatan pendidikan lingkungan hidup, contohnya ampah sudah ada pemanfaatannya

Sumber dari wawancara yang diolah peneliti

Dari tabel diatas didapatkan *diferensiasi* produk pendidikan Sekolah Alam Purwakarta.

Dua informan menjawab hal yang membedakan Sekolah Alam Purwakarta dan sekolah lain terletak pada Content (Kepuasan).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Analisis Penerapan Strategi Keunggulan Bersaing di Sekolah Alam Purwakarta” maka peneliti dapat mengambil kesimpulan yaitu, Strategi harga yang diterapkan Sekolah Alam Purwakarta dalam keunggulan bersaing adalah dalam strategi harga Sekolah Alam Purwakarta melibatkan berbagai pihak dari Yayasan, Sekolah, dan Orangtua, serta memiliki kebijakan penetapan harga yang sesuai dengan kebijakan pemerintah, alur penetapan harga yang melibatkan komite sebagai perwakilan orangtua, faktor yang jelas sehingga dalam perubahan harga bisa dipertanggung jawabkan, serta hambatan yang ada solusinya

Sekolah Alam Purwakarta juga menghadirkan diferensiasi produk yang berkonsep islami melalui pendidikan karakter atau berakhlak dengan berinovasi dengan tetap berpegang teguh pada Alqur’an dan hadist sehingga dapat menghadirkan berbagai program khas meliputi, morning activity, outbond, home visit, bussiness day, fun advanture (camping/tracking), farming, cooking, spesial events, eksperimen, aquaplay, kunjungan edukatif, makan siang, sholat dzuhur berjama’ah, antar-jemput menggunakan guru pendamping, Nabung Sampah (Bank Sampah), magang, dan backpacker.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni, I. (2019). *Penerapan Strategi Harga Dan Diferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta*.
- Fakhrudin Agus. (2014). Urgensi Pendidikan Nilai Untuk Memecahkan Problematika Nilai dalam Konteks Pendidikan Persekolahan. *Jurnal Pendidikan Agama Islam-Ta’lim*, 12(1), 79.
- Inayah, R. N. (2019). *Penerapan Strategi Harga Dan Deferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta*.
- Iwan Abdi. (2011). *Contextual Teaching and Learning (CTL) dalam Pembelajaran PAI*. Dinamika Ilmu.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. CV Pustaka Setia.
- Maskub, A. (2015). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di PG/TK Samarinda. *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)*, 3(2), 228.
- Meilisa, V. (2019). *Penerapan Strategi Harga Dan Diferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta*.
- Nurul Huda, dkk. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *Peraturan Pemerintah Nomor 48 tahun 2008 tentang Pendanaan Pendidikan*.
- Rumelt, R. P. (2012). *Good strategy/bad strategy: The difference and why it matters*. *Strategic Direction*,. Rand Corporation.
- Sosialsih, L. (2019). *Penerapan Strategi Harga Dan Deferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto Danang. (2015). *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*. Center for Academic Publishing Service.
- Sutrisno Hadi. (2001). *Metodologi Rasearch, Jilid II*. Andi.
- Tika Rostika. (2019). *Wawancara*.
- Umaedi, Hadiyanto, S. (2011). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Universitas Terbuka.
- Wiratna, S. V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka baru Press.