



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 1356-1361

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Perumusan Visi dan Misi Jasa Pendidikan, Perencanaan Pemasaran, Serta Pemasaran Strategis Jasa Pendidikan

Sopwan Supian¹, Abdul Mu'in², Anis Zohriah³

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: sopwansupian@gmail.com¹, abdul.muin@uinbanten.ac.id², anis.zohriah@uinbanten.ac.id³

Abstrak

Setiap lembaga pendidikan harus mempunyai visi dan misi, serta harus merencanakan dan memasarkan layanan pendidikannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Visi dan misi merupakan bagian terpenting yang digunakan dalam kegiatannya untuk menggambarkan capaian dalam mencapai kondisi yang diinginkan bagi seluruh pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan pendidikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana visi dan misi dapat dikembangkan pada lembaga pendidikan formal. Penelitian ini didasarkan pada penelitian literatur dari buku dan jurnal akademis yang relevan. Kesimpulan keseluruhan dari analisis studi literatur review ini adalah bahwa penyusunan visi dan misi memerlukan penelitian yang mendalam dan penting untuk melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan keseluruhan yang diinginkan. Walaupun visi dan misi suatu sekolah mengandung sesuatu yang sangat penting yang memberikan bobot yang tepat terhadap seluruh aspek dalam mewujudkan jati diri sekolah, hal itu sudah tercakup dalam membaca visi dan misi yang ada. Pengawasan diperlukan jika terdapat kesenjangan dalam tatanan yang sebenarnya. penjabaran visi dan misi (namun dalam hal ini seluruh pemangku.

Kata Kunci: *Visi dan Misi, Perencanaan, Pemasaran Strategis Jasa Pendidikan.*

Abstract

Every educational institution must have a vision and mission, and must plan and market its educational services to achieve the desired goals. Vision and mission are the most important parts used in activities to describe achievements in achieving the desired conditions for all stakeholders to achieve educational goals. The aim of this research is to describe and analyze how vision and mission can be developed in formal educational institutions. This research is based on literature research from relevant books and academic journals. The overall conclusion from the analysis of this literature review study is that the preparation of a vision and mission requires in-depth research and it is important to involve various stakeholders to achieve the desired overall goals. Even though the vision and mission of a school contains something very important that gives appropriate weight to all aspects in realizing the school's identity, this is already covered in reading the existing vision and mission. Supervision is necessary if there are gaps in the actual order. explanation of vision and mission (but in this case all stakeholders.

Keywords: *Vision and Mission, Planning, Strategic Marketing of Education Services.*

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah proses yang terus menerus dan tidak ada akhirnya. Hal ini akan menciptakan kualitas yang berkelanjutan untuk masa depan dan didasarkan pada nilai budaya bangsa serta Pancasila. Sujana Menyatakan bahwa pendidikan harus mencakup nilai-nilai filosofis dan budaya bangsa yang lengkap dan komprehensif. Dibutuhkan penelitian yang lebih mendalam tentang Pendidikan. Di dalam undang-undang No. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional, dijelaskan mengenai arah dan cara melaksanakan pendidikan nasional, serta tujuan dan fungsi pendidikan di Indonesia. Dalam undang-undang pendidikan, tujuan pendidikan di Indonesia adalah untuk menyiapkan generasi bangsa yang lebih baik. Arah pendidikan tersebut sangat jelas. Meskipun sudah ditetapkan dalam Undang-undang Nomor. Pada tahun 2003, pendidikan dapat disesuaikan dengan visi dan misi institusi penyelenggara pendidikan melalui pendidikan berbasis otonomi daerah. Sehingga hasil dari lembaga pendidikan itu bisa dimanfaatkan dengan baik sesuai dengan kebutuhan masyarakat di sekitar lembaga pendidikan itu. Dengan demikian, masyarakat dan pemerintah dapat merasakan langsung manfaat dari fungsi dan tujuan dari pendidikan nasional. Kantabutra dan Avery (2010) menyatakan bahwa visi adalah pandangan masa depan yang ambisius yang dimiliki oleh setiap individu dalam sebuah organisasi. Irlandia menyatakan bahwa pernyataan misi yang baik harus berfokus pada kebutuhan yang dipenuhi oleh produk atau jasa organisasi. (Yunita et al., 2023)

Penting untuk memiliki arah dan tujuan yang jelas dalam meningkatkan mutu sistem pendidikan. Visi dan misi pendidikan dasar mencerminkan tujuan dan rencana strategis untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditentukan secara nasional. Menurut Kompas.com, merumuskan visi dan misi pendidikan dasar di Indonesia penting karena dapat meningkatkan kualitas pendidikan. Visi dan misi yang jelas membantu fokus pada kompetensi dan keterampilan yang relevan bagi peserta didik. Visi dan misi yang jelas akan membimbing usaha untuk mencapai tujuan tersebut.

2) Menghadapi Tantangan Global: Pendidikan adalah faktor kunci dalam persaingan di tingkat internasional pada era globalisasi. Visi dan misi yang baik dapat membantu menciptakan sistem pendidikan yang mampu menghadapi tantangan global dan mempersiapkan generasi muda untuk bersaing secara internasional.

3) Memberikan Panduan Strategis: Visi dan misi yang jelas memberikan panduan strategis bagi mereka yang terlibat dalam bidang pendidikan. Dengan panduan ini, keputusan dan kebijakan dapat disesuaikan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menyelaraskan Visi Nasional: Merumuskan visi dan misi pendidikan dasar membantu menyelaraskan tujuan pendidikan dengan visi nasional dan rencana pembangunan jangka panjang negara. Ini adalah penting agar pendidikan bisa mendukung visi keseluruhan pembangunan nasional. Meningkatkan Akses dan Kesempatan: Dengan visi dan misi yang jelas, pendidikan dasar bisa dibuat lebih inklusif dan memberi kesempatan sama untuk semua anak, tak peduli latar belakang sosial atau ekonomi. Menghadapi Perubahan Perkembangan: Dunia selalu berubah dan berkembang, sementara teknologi terus maju. Visi dan misi yang relevan dapat membantu pendidikan dasar menghadapi perubahan ini serta menyertakan teknologi dan inovasi dalam pembelajaran.

5) Menyusun visi dan misi pendidikan dasar merupakan bagian dari upaya mencapai Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.

6) Pembangunan Berkelanjutan. Pendidikan penting untuk mencapai berbagai tujuan penting seperti mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesehatan, mencapai kesetaraan gender, dan menjaga keberlanjutan lingkungan. Pemerintah, guru, orang tua, dan masyarakat seharusnya bekerja sama dalam menyusun dan melakukan visi dan misi pendidikan dasar. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan pendidikan dasar di Indonesia bisa membantu mencapai tujuan pendidikan nasional dan menyiapkan generasi muda untuk masa depan yang lebih baik.

Untuk mengelola sekolah dengan baik, perlu adanya rencana strategis dalam menetapkan visi dan misi yang jelas. Hal ini bertujuan untuk mengontrol sekolah dengan efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Perencanaan strategis merupakan dasar dari sekolah untuk kelancaran proses Pendidikan. Komponen-komponen tersebut terdiri dari visi, misi, prinsip, dan tujuan. Pengelola sekolah harus memiliki kebijakan yang mendukung tujuan yang telah ditetapkan. Dalam visi dan misi, hal itu menjadi pedoman untuk program di sekolah atau organisasi. Adanya visi

dan misi yang jelas penting untuk memandu aktivitas individu di sekolah, lembaga, dan organisasi. Fokus utamanya harus selalu pada perbaikan. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap lebih baik daripada peneliti sebelumnya. Visi dan misi harus jelas sesuai dengan tujuan Pendidikan di Indonesia. Berdasarkan pembahasan tersebut, tujuan penelitian ini adalah merumuskan visi dan misi pendidikan dasar untuk mencapai tujuan pendidikan di Indonesia. (Intan Rahmayuni Syafitri et al., 2023).

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan studi literatur dari berbagai jurnal ilmiah dan Google Scholar untuk mencari artikel jurnal yang sesuai. Literature review adalah langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk menemukan informasi yang relevan dan terbaru tentang topik atau masalah yang sedang mereka teliti. Penulisan ini menggunakan metode studi literature review atau studi kepustakaan yang meneliti hasil penulisan yang berkaitan dengan topik atau variabel penulisan. Cara menganalisis data adalah dengan mengenali, menerjemahkan, dan menafsirkan hasil penelitian secara menyeluruh untuk mengidentifikasi masalah dengan menampilkan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Visi

Kata visi berasal dari bahasa Inggris, Vision yang berarti visi, daya lihat, impian, atau bayangan. Secara etimologis, itu juga bisa menjadi penampilan dengan gagasan yang dalam dan jelas untuk mencapai masa depan yang jauh. Visi adalah kemampuan untuk melihat inti masalah. Oleh karena itu, kata visi itu sederhana, pendek, padat dan jelas, melainkan sekadar cita-cita, angan-angan, dan impian-impian ideal yang akan dicapai di masa yang akan datang, termasuk makna yang luas, jauh dan bermakna.

Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan ketika membuat atau mendefinisikan sebuah visi:

1. Menjelaskan tujuan lembaga pendidikan Islam di masa depan. Pernyataan Visi menggambarkan situasi atau tujuan yang akan diwujudkan di masa yang akan datang sehingga pemerintah menetapkan kemampuan manajer puncak yang diperlukan untuk mengantisipasi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di masa depan dan mendukung terwujudnya Visi Pendidikan Nasional.
2. Membutuhkan waktu yang lama dengan batas waktu yang jelas. Pernyataan Visi bertujuan untuk memfokuskan semua kegiatan pendidikan pada satu landasan dan tujuan, sehingga mencapai visi memerlukan kerangka waktu dan batasan waktu. Hal ini menjadi dasar untuk mengembangkan visi institusi Islam dalam beradaptasi dengan perubahan.
3. Menekankan kualitas dan kepribadian siswa. Model lembaga pendidikan Islam tidak boleh memiliki nilai komersial dan tidak boleh diarahkan pada pengejaran keuntungan atau kemaslahatan materi. Visi lembaga Islam perlu fokus pada penyesuaian antara program pendidikan dengan kebutuhan perkembangan zaman dan pengajaran dengan menggunakan nilai-nilai Islam sebagai batasan dan aturan dalam menangani segala sesuatu yang dilakukan. Sifat yang menjawab kebutuhan perkembangan zaman dan tetap bermoral yang dapat berinteraksi dengan baik dengan masyarakat dan mengatasi perubahan.
4. Melibatkan semua anggota lembaga. Membuat pernyataan visi tidak semata-mata didasarkan pada pandangan eksekutif dan manajer puncak. Visi berkualitas tinggi adalah visi yang terbentuk dari pandangan yang berbeda dari setiap elemen atau hierarki anggota, dibahas dan disepakati sebagai tujuan bersama. Dengan mengikutsertakan seluruh anggota keanggotaan, visi ini dijadikan sebagai komitmen bersama yang dilakukan bersama untuk kepentingan lembaga-lembaga Islam.
5. Pernyataan yang mudah dipahami. Sangat penting dalam membuat pernyataan misi untuk menggunakan teks yang singkat dan jelas sehingga semua anggota yang melihat dan mengamati lembaga dan masyarakat sekitar dapat dengan mudah memperoleh dan memahami informasi. (Zulfiah et al., 2023)

Pengertian Misi

Misi bertujuan untuk menyempurnakan visi dalam bentuk tugas, komitmen, dan rencana aksi yang dijadikan sebagai arah untuk terwujudnya visi. Dalam arti lain, misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dilakukan lembaga untuk mewujudkan visinya. Dalam membuat misi ada beberapa kriteria yang meliputi:

1. Deskripsi produk atau layanan yang diberikan adalah sesuatu yang sangat dibutuhkan masyarakat.
2. Target audiens yang jelas dapat dicapai.
3. Kualitas dan layanan produk yang sangat baik dengan kompetitif membujuk orang-orang.
4. Penjelasan tujuan bisnis yang ingin dicapai di masa depan nyaman dan bermanfaat untuk produk dan komunitas layanan yang tersedia. (Meningkatkan & Jual, 2017)

Konsep Strategi Pemasaran

Menurut Bittel, strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan dalam KBBI, diartikan sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut The American Marketing Association menyebutkan:

"Marketing is the planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals".

Definisi di atas mengandung arti bahwa pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Sedangkan menurut Chartered Institute of Marketing, menyebutkan bahwa pemasaran adalah:

"Management process of anticipating, identifying and satisfying customer requirements profitably"

Tersirat bahwa pemasaran adalah suatu proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengenali, mengantisipasi dan memuaskan keinginan atau kebutuhan pembeli demi meraih laba. (Manajemen Pemasaran Pendidikan, n.d.)

Pemasaran Strategis Jasa Pendidikan dikumpulkan menjadi 7P, yaitu:

1) Product (Produk)

Konsep pertama *marketing mix* adalah produk. Produk adalah inti dari marketing mix. Produk dapat berupa barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Dalam membuat produk, sangat penting untuk melakukan riset pasar agar sesuai dengan target konsumen yang dituju.

2) Price (Harga)

Harga ialah nilai tukar yang diberikan konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga harus sesuai dengan nilai produk dan mampu bersaing dengan harga produk sejenis di pasaran. Penentuan harga juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, margin keuntungan, dan strategi pemasaran.

3) Place (Lokasi/Tempat)

Tempat mengacu pada distribusi produk atau cara bagaimana produk sampai ke tangan konsumen. Hal ini meliputi strategi lokasi penjualan, kanal distribusi, kebijakan penyimpanan dan pengiriman produk. Perusahaan harus memastikan produk dapat dijangkau oleh konsumen dengan mudah dan efektif. Sama halnya jika kamu memiliki website untuk memasarkan produk. Pastikan website kamu dapat dengan mudah dinavigasikan oleh konsumen.

4) Promotion (Promosi)

Promosi adalah semua aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produknya, seperti kegiatan mengiklankan produk, promosi penjualan, *public relations*, dan pemasaran langsung. Tujuan promosi adalah untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong pembelian.

5) People (Orang)

People adalah semua orang yang terlibat dalam bisnis tersebut, termasuk di dalamnya terdapat karyawan maupun pelanggan. Perusahaan harus memastikan bahwa semua orang yang terlibat dalam bisnis seperti karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen.

6) Physical Evidence (Fasilitas/Sarana Fisik)

Physical evidence mencakup semua bukti fisik yang dapat membantu konsumen memahami produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan yang meliputi fasilitas fisik, merek, desain kemasan, dan lainnya. Perusahaan harus memastikan bahwa semua bukti fisik yang diberikan menunjukkan kualitas dan profesionalisme yang baik.

7) Process (Proses)

Dalam *marketing mix*, sistem dan proses memegang peranan penting untuk membangun dan layanan terbaik kepada konsumen. Proses mencakup semua prosedur dan kebijakan yang diterapkan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Proses yang baik dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, serta meningkatkan kepuasan konsumen. (Fadlilah, 2019)

Penerapan Pemasaran dalam Pendidikan

a. Planning (Perencanaan)

Planning meliputi pengaturan tujuan dan mencari cara bagaimana untuk mencapai tujuan tersebut. *Planning* telah dipertimbangkan sebagai fungsi utama manajemen dan meliputi segala sesuatu yang manajer kerjakan. Di dalam *planning*, manajer memperhatikan masa depan, mengatakan "Ini adalah apa yang ingin kita capai dan bagaimana kita akan melakukannya". (Munir, 2021)

Dalam perencanaan, ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan. Yaitu harus SMART :

- 1) Specific artinya perencanaan harus jelas maksud maupun ruang lingkupnya. Tidak terlalu melebar dan terlalu idealis.
- 2) Measurable artinya program kerja atau rencana harus dapat diukur tingkat keberhasilannya.
- 3) Achievable artinya dapat dicapai. Jadi bukan anggan-angan.
- 4) Realistic artinya sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang ada. Tidak terlalu mudah dan tidak terlalu sulit. Tapi tetap ada tantangan.
- 5) Time artinya ada batas waktu yang jelas. Mingguan, bulanan, triwulan, semesteran atau tahunan. Sehingga mudah dinilai dan dievaluasi. (Nursiwan & Hanri, 2023)

b. Organizing (Pengorganisasian)

Organizing adalah proses dalam memastikan kebutuhan manusia dan fisik setiap sumber daya tersedia untuk menjalankan rencana dan mencapai tujuan yang berhubungan dengan organisasi. *Organizing* juga meliputi penugasan setiap aktifitas, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas yang spesifik, dan menentukan siapa yang memiliki hak untuk mengerjakan beberapa tugas. (Masrum et al., 2023)

c. Actuating (Pelaksanaan)

Perencanaan dan pengorganisasian yang baik kurang berarti bila tidak diikuti dengan pelaksanaan kerja. Untuk itu maka dibutuhkan kerja keras, kerja cerdas dan kerjasama. Semua sumber daya manusia yang ada harus dioptimalkan untuk mencapai visi, misi dan program kerja organisasi. Pelaksanaan kerja harus sejalan dengan rencana kerja yang telah disusun. Kecuali memang ada hal-hal khusus sehingga perlu dilakukan penyesuaian. (Hanifah Salsabila et al., 2023)

d. Controlling (Pengawasan)

Agar pekerjaan berjalan sesuai dengan visi, misi, aturan dan program kerja maka dibutuhkan pengontrolan. Baik dalam bentuk supervisi, pengawasan, inspeksi hingga audit. Kata-kata tersebut memang memiliki makna yang berbeda, tapi yang terpenting adalah bagaimana sejak dini dapat diketahui penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Baik dalam tahap perencanaan, pelaksanaan maupun pengorganisasian. Sehingga dengan hal tersebut dapat segera dilakukan koreksi,antisipasi dan penyesuaian-penyesuaian sesuai dengan situasi, kondisi dan perkembangan zaman. (Marnita et al., 2023)

SIMPULAN

DAFTAR PUSTAKA

- Fadlilah, I. A. (2019). *Jurnal Diversita*. 5(2).
- Hanifah Salsabila, U., Shidqi Aghnia, M., Sholihin, A., & Pratiwi, A. (2023). Dinamika Teknologi dalam Pendidikan Agama Islam. *Al-I'tibar: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 01–05. <https://doi.org/10.30599/jpia.v10i1.1912>
- Intan Rahmayuni Syafitri, I., Halimahturrafiah, N., Sucipto, E., Nellitawati, & Ahmad Sabandi. (2023). Merumuskan Visi dan Misi pada Pendidikan Dasar dalam Mencapai Tujuan Pendidikan di Indonesia. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 6(2), 234–243. <https://doi.org/10.31004/aulad.v6i2.504>
- Manajemen Pemasaran Pendidikan. (n.d.).
- Marnita, M., Nurdin, D., & Prihatin, E. (2023). The Effectiveness of Elementary Teacher Digital Literacy Competence on Teacher Learning Management. *Journal of Innovation in Educational and Cultural Research*, 4(1), 35–43. <https://doi.org/10.46843/jiecr.v4i1.444>
- Masrum, M., Haris, J., Baharun, H., Fathorrozi, F., & Indrianti, S. (2023). Learning Design based on Educational Game Guessing Words: Increasing Concentration in Attention Deficit Hyperactivity Disorder Children. *Journal of Innovation in Educational and Cultural Research*, 4(1), 10–18. <https://doi.org/10.46843/jiecr.v4i1.379>
- Meningkatkan, D., & Jual, N. (2017). *STIT Pemalang* 261. 7, 261–283.
- Munir, M. R. M. N. (2021). Characteristics of Preserving Salafiyah Islamic Boarding School Traditions: Lessons from Indonesia and Malaysia. *Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 67–88. <https://doi.org/10.14421/jpi.2021.101.67-88>
- Nursiwan, W. A., & Hanri, C. (2023). Relationship between level of scientific creativity and scientific attitudes among prospective chemistry teachers. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 12(1), 174–179. <https://doi.org/10.11591/ijere.v12i1.22852>
- Yunita, E., Falah, S., & Latifah, M. (2023). Analisis Konsep Pemimpin Ideal Dalam Perspektif Imam Al-Ghazali (At-Tibru Masbuk Fii Nashihati Al-Muluk). *Al-Munadzomah*, 2(2), 74–88. <https://doi.org/10.51192/almunadzomah.v2i1.584>
- Zulfiah, E., Novia, N., Putri, N., & Fadhilah, M. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu. 8(3), 414–422.