

ABSTRAK

Bumble Bee *pre-school* adalah salah satu pra-sekolah yang ada di Surabaya. Bumble Bee *pre-school* terletak di Jl. Galaxy Bumi Permai blok E7/6A yang didirikan oleh Ibu Hanny Thiorisa pada tahun 2000. Bumble Bee memiliki 3 tingkatan kelas yaitu Baby Class, Pre K-1 dan Pre K-2. *Baby Class* itu anak-anak yang berusia 1,5 - 2 tahun. Pre K-1 adalah kelas *play group A* yang anak-anaknya berusia 2 - 3 tahun. Pre K-2 adalah kelas *play group B* yang anak-anaknya berusia 3 - 4 tahun. Pada tahun 2011 ini, Bumble Bee membuka kelas baru yang bernama *Kindergarten* (TK). Setiap konsumen memiliki keinginan dan persyaratan yang berbeda. Selain dari segi kualitas layanan, strategi pemasaran juga mempunyai peran penting untuk mengetahui keadaan internal dan external dari suatu pra-sekolah. Selama ini pihak *pre-school* belum pernah mengklasifikasikan persyaratan konsumennya dan strategi pemasaran yang digunakan hanya sederhana, sehingga dibutuhkan metode yang tepat sehingga dapat menentukan prioritas perbaikan di Bumble Bee *pre-school*.

Penelitian ini akan membahas tentang cara untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan variabel-variabel kualitas layanan di Bumble Bee *pre-school* menjadi persyaratan konsumen yang akan dikategorikan menjadi tiga kategori klasifikasi Kano yaitu *Attractive*, *One dimensional* dan *Must be*. Dalam menentukan variabel kualitas layanan yang cocok bagi pra-sekolah maka variabel kualitas layanan tersebut diadopsi dari tiga metode kualitas layanan untuk pra-sekolah, tiga metode tersebut adalah metode HEdPERF, metode *quality education*, metode *high-quality pre-school*. Setelah itu, menyebarkan kuesioner Kano, tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Hasil yang diperoleh dari analisis Kano adalah yang masuk dalam kategori *attractive* ada 7 variabel kualitas layanan (variabel 1, 4, 8, 9, 11, 14, dan 25), kategori *one-dimensional* ada 5 variabel kualitas layanan (variabel 6, 10, 16, 20, dan 23), kategori *must-be* ada 11 variabel kualitas layanan (variabel 2, 3, 5, 7, 12, 13, 15, 17, 21, dan 22) dan kategori *indifferent* ada 2 variabel kualitas layanan (variabel 18 dan 19). Variabel kualitas layanan yang masuk dalam kategori *indifferent* dihilangkan/tidak diikuti dari analisis berikutnya.

Setelah mendapatkan hasil dari analisis Kano, langkah berikutnya adalah membuat analisis kuadran. Dari hasil analisis kuadran didapatkan kekuatan (kuadran I) dan kelemahan (kuadran IV). Kelemahan yang ada di kuadran IV akan dilakukan perbaikan menggunakan QFD. Kelemahan (kuadran IV) dijadikan sebagai *what* dan nilai dari *importance of what* didapatkan dari nilai tingkat kepentingan variabel dikali dengan bobot Kano. Setelah mendapatkan *what*, maka dicari alternatif perbaikannya yang dijadikan sebagai *how* dalam QFD. Setelah selesai membuat QFD maka langkah selanjutnya adalah merancang strategi pemasaran yaitu dengan membuat SWOT (*strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*), STPD (*segmentation*, *targetting*, *positioning*, dan *differentiation*) dan bauran pemasaran jasa (7P).

Adapun nilai *grand mean* tertinggi dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan Bumble Bee *pre-school* adalah 4,530 dan 4,436. Dari 25 variabel, ada 7 variabel yang masuk dalam kategori *Attractive*, ada 5 variabel yang masuk dalam kategori *One dimensional* dan ada 11 yang masuk dalam kategori *Must be*. Yang masuk dalam kuadran IV ada 6 variabel, yaitu variabel 6, 12, 16, 21, 23 dan 24. Sehingga ada 6 elemen *what* dengan 13 macam alternatif perbaikan. Elemen *what* terdiri atas ada kamar mandi khusus anak-anak; pengajarnya (guru) adalah pengajar berpengalaman dan kompeten; keterjangkauan biaya sekolah (uang gedung dan uang sekolah bulanan); ada pemeriksaan kehadiran anak setiap harinya; ada keterbukaan hasil karya anak yang bisa dilihat orang tua; dan ada pembagian rapor sisipan maupun rapor kenaikan kelas.

Dari hasil analisis kuadran maka didapatkan strategi SWOT, dimana *Strength* dan *Weakness* didapatkan dari kuadran I dan kuadran IV. Setelah mendapatkan strategi SWOT maka langkah selanjutnya adalah merancang strategi pemasaran yaitu STPD (awal dan usulan) dan bauran pemasaran jasa (awal dan usulan).

Keyword: Bumble Bee *pre-school*, Analisis Kano, QFD, Strategi pemasaran