

Eny Rachmayani. (5010085). Faktor – faktor Bauran Pemasaran yang Melatarbelakangi Pengambilan Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Baru. Skripsi. Sarjana Strata 1. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Industri dan Organisasi (2007).

INTISARI

Kesadaran akan pentingnya pendidikan prasekolah atau pendidikan anak usia dini sudah mulai merebak di kalangan masyarakat. Dengan makin banyaknya lembaga-lembaga pendidikan prasekolah yang ada, orang tua mempunyai peran yang penting dalam memilih lembaga pendidikan yang berkualitas. Tetapi hal ini akan sangat berbeda bila orang tua memilih sekolah yang baru saja berdiri, karena sekolah baru belum bisa menunjukkan kualitas / lulusan sekolah dan masih berusaha untuk menarik para orang tua agar memilih sekolah tersebut. Taman Kanak-kanak (TK) “A” yang memulai tahun pertamanya pada tahun ajaran 2005-2006, tidak mempunyai cabang sebelumnya dan bukan merupakan *franchise* suatu lembaga, sudah mempunyai banyak peminat. Di tahun pertama saja, TK “A” mempunyai murid sebanyak 87 siswa dan di tahun keduanya 140 siswa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai faktor-faktor bauran pemasaran yang melatarbelakangi pengambilan keputusan orang tua dalam memilih sekolah baru. Faktor bauran pemasaran yang digunakan ada lima, yaitu faktor produk, harga, lokasi, promosi dan tenaga kerja di TK “A”. Penelitian ini dilakukan di TK “A” dan melibatkan 127 orang tua murid dari TK “A”. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode angket. Data yang didapat dianalisis dengan teknik statistik deskriptif yaitu data diubah dan dideskripsikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan presentase.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh bahwa terdapat empat faktor bauran pemasaran yang melatarbelakangi sebagian besar pengambilan keputusan orang tua dalam memilih TK, yaitu faktor produk, tenaga kerja, harga, dan lokasi. Dari faktor produk, yang berperan besar dalam melatarbelakangi subjek adalah kurikulum dan sarana prasarana yang dimiliki TK. Faktor tenaga kerja yang berperan besar dalam pengambilan keputusan adalah guru dengan perannya sebagai pengajar. Faktor harga yang berperan besar dalam pengambilan keputusan orang tua adalah SPP per bulan. Faktor lokasi yang berperan besar dalam pengambilan keputusan orang tua adalah jarak sekolah yang dekat dengan rumah. Sedangkan faktor yang berperan kecil adalah faktor promosi.

Saran yang dapat direkomendasikan antara lain: sosialisasi secara tertulis kepada orang tua mengenai kegiatan murid; pelatihan untuk guru mengenai manajemen kelas, karakter guru dan penanganan perilaku *disruptive*/mengganggu di kelas; meningkatkan pelayanan dengan memberikan keramahan kepada orang tua murid; meningkatkan perawatan untuk sarana dan prasarana pendidikan; dan pengaturan sistem parkir. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali faktor demografis orang tua dan pengambilan data dilakukan secara langsung bertemu responden.

Kata kunci : Bauran pemasaran, produk, sarana dan prasarana, memilih sekolah baru.