

Segmentasi produk dalam dunia pendidikan sekolah dasar

Muhammad Nur Kholilul Firdaus^{*}, Rizza Rahmadiani², Fitra Jaya Gempawan³, Alink Kayani Refaza⁴, Indah Aminatuz Zuhriyah⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: ^{*}muhammadnurkholilulfirdaus@gmail.com

Kata Kunci:

segmentasi; produk;
pendidikan; sekolah dasar;
segmentasi produk

Keywords:

segmentation; product;
education; elementary
school; product
segmentation

ABSTRAK

Segmentasi produk dalam dunia pendidikan sekolah dasar merupakan proses membagi pasar pendidikan sekolah dasar menjadi beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan karakteristik, kebutuhan dan preferensi pelanggan. Dalam segmentasi produk ini dapat membantu lembaga pendidikan untuk lebih efektif dalam merancang, memasarkan dan menghasilkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan berbagai segmen pasar. Tujuan penelitian ini adalah memberikan kajian tentang pengertian, tujuan dan contoh segmentasi produk dalam dunia pendidikan sekolah dasar. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur yang diperoleh dari identifikasi masalah sampai analisis dimana

hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa segmentasi produk dapat dilakukan dengan cara menjual bahan dan alat untuk belajar serta membantu dalam mengurus kesejahteraan koperasi yang ada dalam lembaga.

ABSTRACT

Product segmentation in the world of primary school education is the process of dividing the primary school education market into several different groups based on customer characteristics, needs and preferences. This product segmentation can help educational institutions to be more effective in designing, marketing and producing products or services that suit the needs of various market segments. The aim of this research is to provide a study of the meaning, objectives and examples of product segmentation in the world of elementary school education. This research uses a literature study method obtained from problem identification to analysis where the results of this research show that product segmentation can be done by selling materials and tools for learning and assisting in managing the welfare of cooperatives within the institution.

Pendahuluan

Segmentasi produk pada sekolah dasar menjadi aspek yang penting dalam konteks pengelolaan pendidikan. Sekolah dasar merupakan tahap awal dalam pendidikan formal, dan pengenalan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik siswa di tingkat ini sangat krusial. Dalam konteks ini, segmentasi produk merujuk pada strategi untuk mengidentifikasi dan memahami perbedaan-perbedaan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

dalam kebutuhan serta preferensi siswa di sekolah dasar, sehingga pendekatan pendidikan dapat disesuaikan secara lebih efektif.

Segmentasi produk di sekolah dasar melibatkan identifikasi kelompok siswa yang memiliki karakteristik serupa, seperti tingkat usia, minat, kebutuhan belajar, dan gaya belajar. Dengan memahami perbedaan-perbedaan ini, pengelola sekolah dan pendidik dapat mengembangkan produk pendidikan yang lebih relevan dan efektif, sehingga memaksimalkan potensi setiap siswa.

Dalam era modern yang dipenuhi dengan teknologi dan inovasi, produk pendidikan di sekolah dasar tidak hanya terbatas pada buku-buku teks, tetapi juga mencakup berbagai platform pembelajaran online, perangkat lunak edukatif, permainan pendidikan, dan alat pembelajaran interaktif lainnya. Oleh karena itu, segmentasi produk tidak hanya berfokus pada kurikulum formal, tetapi juga melibatkan pengenalan teknologi pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan perkembangan anak-anak di era digital ini.

Dengan memahami segmentasi produk, sekolah dasar dapat menciptakan lingkungan belajar yang lebih inklusif, mendukung, dan sesuai dengan kebutuhan setiap siswa. Hal ini tidak hanya dapat meningkatkan kualitas pendidikan, tetapi juga membantu membentuk fondasi yang kuat untuk pengembangan pribadi dan akademis anak-anak di masa depan.

Melalui pendekatan segmentasi produk di sekolah dasar, tujuan utama adalah menciptakan pengalaman pembelajaran yang menyeluruh, membangun minat belajar, dan merangsang perkembangan kreativitas serta pemikiran kritis pada tahap-tahap awal pendidikan formal. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya memberikan manfaat untuk siswa secara individual, tetapi juga dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan di tingkat sekolah dasar secara keseluruhan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi literatur, semua data yang diumpulkan berasal dari artikel, jurnal atau sumber lainnya. Pendekatan metode ini dapat memberikan pengetahuan terkait dengan pengertian, tujuan dan contoh segmentasi produk dalam dunia pendidikan.

Pembahasan

Pengertian Segmentasi Produk

Segmentasi produk adalah strategi yang melibatkan modifikasi produk menjadi beberapa produk berbeda untuk menarik jenis pelanggan yang berbeda atau menargetkan pasar yang berbeda.

Untuk menerapkan segmentasi produk secara efektif, bisa terlebih dahulu mengumpulkan dan menganalisis data untuk memahami kebutuhan dan preferensi dari orang lain. Informasi ini dapat membantu untuk mengembangkan satu produk dengan sedikit perbedaan untuk melayani berbagai segmen pelanggan, sehingga bisa memastikan suatu keberhasilan dari strategi segmentasi produknya.

Tujuan Segmentasi Produk

Tujuan Segmentasi produk adalah menciptakan strategi pemasaran secara efektif dengan menyesuaikan produk dengan kebutuhan, preferensi, dan karakteristik dari berbagai segmen pasar. Berikut adalah tujuan dari segmentasi produk :

1. Menyediakan nilai yang lebih baik. Dengan memahami kebutuhan dari segmen pasar, produsen dapat mengembangkan produk yang sesuai dan bermanfaat bagi konsumen. Dan ini membantu produsen untuk menyediakan nilai yang lebih baik.
2. Penyusunan harga yang tepat. Dengan mengetahui sasaran utama dari produk, maka dapat dilanjutkan harga yang sesuai dengan kemampuan dari pembeli, penjual juga dapat menawarkan opsi harga yang berbeda untuk segmen berbeda sesuai dengan nilai yang pembeli terima dari produk tersebut.
3. Pemasaran yang efisien. Berdasarkan target utama penjualan. Penjual dapat memilih pemasaran yang tepat, mengembangkan pesan yang sesuai, dan mengalokasikan anggaran pemasaran secara efektif kepada segmen yang paling potensial.
4. Peningkatan retensi pelanggan. Dengan memahami segmen pelanggan, ini membantu hubungan jangka panjang yang lebih kuat.
5. Perluasan pasar. Dapat membantu mengidentifikasi peluang untuk mengeksplorasi suatu pasar atau dapat menciptakan produk tambahan yang mengisi celah dari segmen yang ada.
6. Pengoptimalan penjualan dan laba. Dengan menargetkan segmen yang paling menguntungkan dan mengelola produk lebih menarik, penjual dapat meningkatkan pendapatan dan laba pemasaran.
7. Mengukur kinerja. Dengan mengukur kinerja produk guna untuk lebih akurat dengan cara melihat bagaimana macam macam segmen pasar merespons dan berinteraksi dengan produk penjual.
8. Meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dari konsumen maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan reputasi positif dari produk

Berikut adalah beberapa tujuan segmentasi produk dalam pendidikan :

1. Memahami kebutuhan siswa. Tujuan dari segmentasi produk dalam pendidikan adalah memahami kebutuhan, minat, dan preferensi siswa yang beragam. Dengan itu lembaga pendidikan tersebut harus merancang program, kurikulum, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan warga di dalam lembaga pendidikan tersebut.
2. Penyusunan program pendukung yang sesuai. Dengan memahami kebutuhan warga sekolah lembaga pendidikan dapat menyusun suatu program dalam mendukung kegiatan di suatu lembaga tersebut. seperti tutor, bimbingan akademik, atau layanan konseling. Yang sesuai dengan kebutuhan dari warga sekolah.
3. Penyusunan harga yang sesuai. Segmentasi dapat digunakan untuk menetapkan harga yang sesuai dengan dengan berbagai program pendidikan. Ini memungkinkan

lembaga pendidikan dapat menawarkan opsi harga yang sesuai ataupun berbeda untuk berbagai segmen warga sekolah

Penting untuk di inget bahwasannya segmentasi dalam pendidikan adalah untuk meningkatkan efektivitas pengajaran dan pembelajaran serta memastikan bahwa setiap warga sekola mendapatkan pengalaman pendidikan yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Segmentasi Produk dalam Pendidikan

Segmentasi produk dalam dunia pendidikan adalah proses membagi pasar pendidikan menjadi beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan karakteristik, kebutuhan, dan preferensi pelanggan. Ini membantu lembaga pendidikan, penyedia layanan pendidikan, dan perusahaan pendidikan untuk lebih efektif dalam merancang, memasarkan, dan menghasilkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan berbagai segmen pasar. Berikut ini adalah beberapa contoh segmentasi produk dalam dunia pendidikan:

1. Usia

- a) Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) ; menyediakan produk pendidikan untuk anak-anak pra sekolah seperti taman kanak-kanak dan program pendidikan awal.
- b) Pendidikan Dasar ; Fokus pada produk untuk siswa SD,SMP,SMA seperti buku pelajaran, perangkat lunak pembelajaran atau peralatan sekolah.
- c) Pendidikan Tinggi ; Menawarkan produk pendidikan seperti program sarjana, program pascasarjana, atau kursus online untuk siswa universitas.

2. Tingkat pendidikan

- a) Pendidikan formal : Produk seperti sekolah, perguruan tinggi, dan universitas.
- b) Pendidikan non-formal: Kursus, pelatihan, dan sertifikasi di luar sistem pendidikan formal.
- c) Pendidikan in formal: Sumber daya pembelajaran seperti buku, situs web belajar atau aplikasi pembelajaran.

3. Bidang Studi

- a) Produk yang spesifik untuk bidang studi tertentu, seperti matematika, sains, seni, atau bahasa.
- b) Pendidikan vokasional: Pelatihan dan program pendidikan untuk keterampilan tertentu seperti mekanik, engineering, atau perhotelan.

4. Lokasi geografi

- a) Segmentasi berdasarkan wilayah geografis, seperti produk yang disesuaikan dengan kebutuhan penduduk di suatu kota atau negara bagian tertentu.

5. Tujuan pendidikan

- a) Pendidikan formal: Produk yang mendukung persiapan ujian nasional, seperti tes TOEFL atau TOAFL.

- b) Pendidikan karir: Produk pendidikan yang membantu dalam pengembangan karir, seperti kursus pelatihan profesional.
- 6. Kebutuhan khusus
 - a) Pendidikan inklusif: Produk yang dirancang untuk siswa dengan kebutuhan pendidikan khusus.
 - b) Pendidikan bahasa: Produk yang membantu siswa dalam mempelajari bahasa target.
- 7. Teknologi
 - a) Produk berbasis teknologi seperti platform pembelajaran online, aplikasi mobile, atau perangkat keras pendukung pembelajaran.
- 8. Harga
 - a) Segmentasi berdasarkan harga, dengan menawarkan produk pendidikan yang berbeda untuk berbagai kelompok ekonomi.

Segmentasi produk dalam dunia pendidikan SD (Sekolah Dasar) melibatkan pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi beragam dari para pelaku pendidikan, yaitu siswa, guru, dan orang tua. Berikut adalah contoh segmentasi produk dalam dunia pendidikan SD:

1. Segmentasi Berdasarkan Usia Siswa:
 - a) Produk untuk siswa kelas 1-3 dapat difokuskan pada pembelajaran dasar, dengan pendekatan yang lebih interaktif dan bermain.
 - b) Produk untuk siswa kelas 4-6 dapat lebih menekankan pada pengembangan keterampilan analitis dan penerapan konsep-konsep yang lebih kompleks.
2. Segmentasi Berdasarkan Gaya Belajar
 - a) Produk yang disesuaikan dengan gaya belajar visual, seperti video pembelajaran atau ilustrasi berwarna-warni.
 - b) Produk untuk siswa yang lebih suka belajar dengan keterlibatan fisik, seperti eksperimen sederhana atau permainan belajar.
3. Segmentasi Berdasarkan Tantangan Pembelajaran
 - a) Produk khusus untuk siswa yang membutuhkan bantuan ekstra dalam membaca atau menulis.
 - b) Alat pembelajaran untuk siswa yang ingin menantang diri mereka sendiri, seperti materi tambahan untuk pelajar cepat.
4. Segmentasi Berdasarkan Kurikulum atau Mata Pelajaran
 - a) Produk yang menawarkan konten tambahan atau dukungan untuk mata pelajaran tertentu yang dianggap sulit oleh sebagian siswa.
 - b) Alat bantu untuk guru yang terkait langsung dengan kurikulum nasional atau lokal.

5. Segmentasi Berdasarkan Teknologi

- a) Aplikasi pembelajaran online atau platform e-learning untuk siswa yang lebih terbiasa dengan teknologi.
- b) Buku digital atau e-book untuk mengakomodasi siswa yang lebih suka media digital.

6. Segmentasi Berdasarkan Kebutuhan Guru

- a) Alat bantu pengajaran untuk membantu guru dalam menyusun rencana pelajaran atau menilai hasil belajar siswa.
- b) Pelatihan atau sumber daya untuk pengembangan profesional guru.

7. Segmentasi Berdasarkan Partisipasi Orang Tua

- a) Produk yang melibatkan orang tua dalam proses pembelajaran, seperti laporan kemajuan online atau sumber daya tambahan untuk diterapkan di rumah.
- b) Informasi dan panduan bagi orang tua untuk mendukung perkembangan akademis anak-anak mereka.

8. Segmentasi Berdasarkan Keberlanjutan dan Kemampuan Finansial

- a) Produk dengan harga terjangkau untuk mengakomodasi keluarga dengan keterbatasan finansial.
- b) Program beasiswa atau dukungan finansial untuk keluarga yang membutuhkan.

Dengan memahami kebutuhan dan preferensi masing-masing segmen ini, penyedia produk pendidikan dapat menciptakan solusi yang lebih efektif dan relevan untuk pasar pendidikan SD.

Dengan memahami karakteristik dan kebutuhan masing-masing segmen ini, lembaga pendidikan dan perusahaan pendidikan dapat mengembangkan strategi pemasaran dan produk yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan pasar yang beragam dalam dunia pendidikan.

Contoh Segmentasi Produk di SD/MI

Contoh yang bisa dilakukan adalah segmentasi produk di tingkat sekolah dasar contohnya adalah, menjual bahan dan alat untuk belajar serta membantu dalam mengurus kesejahteraan koperasi yang ada dalam lembaga.

Selain itu, contoh segmentasi produk dapat berbentuk jasa dalam pendidikan. Contohnya bentuk jasa dalam pendidikan seperti reputasi, prospek dan varians. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Wiyono (2020), yakni dalam jurnal nomor 2 yang berjudul Produk – Produk Jasa Pendidikan, menyatakan bahwa pengelompokan produk jasa pendidikan ada 3 yakni reputasi, prospek, dan varians. Untuk implementasi bentuk jasa pendidikan tersebut dilakukan pada Sekolah Alam Baturraden.

Berikut bentuk bentuk jasa pendidikan di Sekolah Alam Baturraden:

1. Reputasi. Di SD Alam Baturraden telah mengikutsertakan serta meloloskan siswa didik mereka ke dalam beberapa kejuaraan seperti olimpiade IPA, Matematika, Catur, perlombaan Origami, dsb.
2. Prospek. Prospek SD Alam Baturraden adalah para siswa dapat bersaing dengan siswa lain yang dan dapat hidup lebih mandiri, di mana hal tersebut sangat ditunjang oleh fasilitas yang diberikan oleh sekolah tersebut dengan adanya penanaman kemampuan berbisnis pada anak sejak usia dini.
3. Varians. Di SD Alam Baturraden menawarkan 2 varian progam, yakni progam reguler dan inklusi.

Kesimpulan dan Saran

Segmentasi produk adalah strategi yang melibatkan modifikasi produk menjadi beberapa produk berbeda untuk menarik jenis pelanggan yang berbeda atau menargetkan pasar yang berbeda. Segmentasi produk dalam dunia pendidikan adalah proses membagi pasar pendidikan menjadi beberapa kelompok yang berbeda berdasarkan karakteristik, kebutuhan, dan preferensi pelanggan. Contoh yang bisa dilakukan dalam segmentasi produk di tingkat sekolah dasar contohnya adalah, menjual bahan dan alat untuk belajar serta membantu dalam mengurus kesejahteraan koperasi yang ada dalam lembaga.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan segmentasi produk dalam Pendidikan. Semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan para pembaca. Kami mohon maaf apabila ada kesalahan ejaan dalam penulisan kata dan kalimat yang kurang jelas, dimengerti, dan lugas. Karena kami hanyalah manusia biasa yang tak luput dari kesalahan. Dan kami juga sangat mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca demi kesempurnaan jurnal ini. Sekian penutup dari kami semoga dapat diterima di hati dan kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Daftar Pustaka

- Anam, K. (2013). Strategi Pemasaran dan implementasinya dalam lembaga pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 159-170.
- Wiyono, B. (2020). Produk-produk jasa pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 35-45.
- Paddle. (n.d). An introduction to product segmentation strategy: Definition & examples. *Paddle.com*. <https://www.paddle.com/resources/product-segmentation>
- Purnomo, A. C. (2022). Manajemen pemasaran pendidikan berbasis strategi penentuan pasar sasaran. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 1(2), 130-137.
- Wijaya, David. (2016). Pemasaran pendidikan. *Bumi Aksara*
- Zohriah, A., Qurtubi, A., & Fatoni, A. (2023). Segmentasi pasar jasa pendidikan menuju era society 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 66-79.