

## ANALISIS STRATEGI PENENTUAN HARGA JASA TENAGA PENDIDIK

M. Sahril<sup>1</sup>, Hendra Riofita<sup>2</sup>

[muhammadsahril516@gmail.com](mailto:muhammadsahril516@gmail.com)<sup>1</sup>, [hendrariofita@yahoo.com](mailto:hendrariofita@yahoo.com)<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi penentuan harga jasa pendidikan, khususnya dalam konteks gaji guru, dengan tujuan untuk menemukan pendekatan yang paling tepat dalam menentukan gaji yang adil dan kompetitif. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, data dikumpulkan melalui berbagai literatur yang relevan mengenai strategi penetapan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan penentuan harga berbasis biaya, persaingan, dan nilai, masing-masing memiliki peran penting dalam menciptakan keseimbangan antara kesejahteraan guru dan keberlanjutan institusi pendidikan. Kesimpulannya, kombinasi ketiga pendekatan ini, ditambah dengan pemanfaatan teknologi digital, dapat membantu lembaga pendidikan menetapkan harga yang kompetitif sekaligus adil bagi tenaga pendidik.

**Kata Kunci:** Strategi, Harga, Jasa, Pendidik.

### ABSTRACT

*This study examines the pricing strategies for educational services, particularly regarding teacher salaries, with the aim of identifying the most appropriate approach for establishing fair and competitive compensation. Utilizing a qualitative research method with a literature review approach, data were collected from various relevant sources regarding pricing strategies. The findings indicate that cost-based, competition-based, and value-based pricing approaches each play a crucial role in balancing teacher welfare with the sustainability of educational institutions. In conclusion, a combination of these three approaches, along with the utilization of digital technology, can assist educational institutions in setting competitive yet equitable prices for educators.*

**Keywords:** Strategy, Price, Services, Education.

### PENDAHULUAN

Penentuan harga jasa tenaga pendidik, seperti guru, merupakan elemen penting dalam strategi pendidikan yang dapat memengaruhi kelangsungan dan kualitas layanan pendidikan. Harga jasa pendidikan mencakup beberapa komponen penting, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman guru, kualitas kurikulum yang diberikan, fasilitas yang disediakan oleh lembaga pendidikan, serta daya beli masyarakat. Selain itu, penetapan harga juga harus mempertimbangkan persaingan dengan lembaga pendidikan lain dan ekspektasi orang tua terhadap hasil pendidikan. Elemen-elemen ini membantu memastikan bahwa harga yang ditentukan mencerminkan nilai dan kualitas pendidikan yang diterima siswa.

Tujuan dari strategi penentuan harga jasa pendidikan adalah menciptakan keseimbangan antara kualitas layanan dan daya tarik harga bagi masyarakat. Lembaga pendidikan harus menentukan harga yang mencerminkan nilai pendidikan yang diberikan, tetapi tetap mempertahankan daya saing di pasar. Strategi ini juga harus mempertimbangkan kesejahteraan guru dengan memberikan kompensasi yang layak bagi tenaga pendidik, sementara memastikan bahwa harga masih terjangkau bagi siswa. Dengan penentuan harga yang tepat, lembaga pendidikan dapat menarik siswa baru, mempertahankan siswa yang ada, dan menjaga keberlanjutan operasionalnya.

Kesalahan umum dalam penentuan harga jasa pendidikan terjadi ketika lembaga menetapkan harga tanpa mempertimbangkan faktor eksternal, seperti daya beli masyarakat atau kondisi pasar. Hal ini dapat menyebabkan harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Harga yang terlalu tinggi dapat mengesankan lembaga sebagai eksklusif dan sulit diakses, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi bahwa kualitas pendidikan tidak memadai. Penelitian ini penting dilakukan karena banyak lembaga pendidikan yang masih kurang optimal dalam menentukan harga jasa, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan lembaga dan kesejahteraan tenaga pendidik.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara mendalam dari berbagai sumber sekunder yang relevan, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan laporan terkait strategi penentuan harga jasa tenaga pendidik. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, yang bertujuan untuk memahami konsep, teori, dan temuan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga, tujuan dari strategi tersebut, serta kesalahan umum yang sering terjadi. Data yang diperoleh dari literatur ini kemudian dianalisis untuk menarik kesimpulan yang dapat memberikan wawasan bagi pengembangan strategi penentuan harga jasa pendidikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Landasan Strategi Penentuan Harga Jasa Pendidikan**

Hendra Riofita (2015) menjelaskan bahwa strategi penetapan harga (price) termasuk dalam bauran pemasaran atau marketing mix yang mengatur kebijakan strategis dan taktis terkait tingkat harga, struktur diskon, serta ketentuan pembayaran.

Menurut Lovelock (2002), strategi penentuan harga, termasuk harga jasa pendidikan, dapat diumpamakan sebagai tripod. Tripod ini memiliki tiga kaki utama yang menopang penentuan harga, yaitu penyediaan jasa, biaya yang dikeluarkan, dan nilai yang diterima oleh pelanggan. Ketiga elemen ini harus seimbang agar harga yang ditetapkan bisa mendukung keberlanjutan bisnis, memuaskan pelanggan, dan bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh penyedia jasa lain. Ketidakseimbangan pada salah satu elemen dapat mengganggu efektivitas strategi penentuan harga. Dalam penentuan harga jasa pendidikan, terdapat tiga pendekatan utama yang dapat digunakan, yaitu:

#### **1. Penentuan Harga Berdasarkan Biaya (Cost-Based Pricing)**

Pendekatan ini menetapkan harga berdasarkan total biaya yang dikeluarkan untuk menyediakan jasa pendidikan, ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan. Metode ini memperhitungkan semua biaya tetap dan variabel yang terlibat dalam penyampaian jasa, seperti gaji tenaga pengajar, biaya administrasi, dan biaya operasional. Meskipun mudah diterapkan, pendekatan ini terkadang tidak mempertimbangkan permintaan pasar atau nilai yang dirasakan oleh pelanggan, sehingga bisa mengakibatkan harga yang tidak kompetitif.

#### **2. Penentuan Harga Berdasarkan Persaingan (Competition-Based Pricing)**

Dalam pendekatan ini, harga jasa pendidikan ditentukan berdasarkan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Institusi pendidikan akan menganalisis harga yang diterapkan oleh kompetitor dan menyesuaikan harga mereka agar tetap kompetitif. Metode ini penting untuk menjaga pangsa pasar, tetapi institusi harus memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap mencerminkan kualitas jasa yang ditawarkan dan tidak mengorbankan nilai pendidikan yang diberikan. Dalam konteks persaingan harga pendidikan, terdapat dua strategi utama yang dapat diterapkan oleh sekolah, yaitu:

##### **a. Kepemimpinan Harga Jasa Pendidikan (Price Leadership)**

Strategi ini merujuk pada posisi suatu lembaga pendidikan yang menjadi pemimpin

dalam menetapkan harga di pasar. Sekolah yang menerapkan kepemimpinan harga biasanya menentukan tingkat harga yang diikuti oleh institusi lain. Dengan cara ini, sekolah dapat memanfaatkan reputasi, kualitas, atau keunggulan tertentu untuk menetapkan harga lebih tinggi daripada kompetitor. Pendekatan ini dapat meningkatkan citra lembaga dan menarik siswa yang mencari pendidikan berkualitas tinggi, meskipun harga mungkin lebih tinggi. Kepemimpinan harga juga memberikan fleksibilitas dalam mengubah harga sesuai dengan perubahan biaya atau kondisi pasar tanpa kehilangan pangsa pasar yang signifikan.

b. Tawar-menawar dan Negosiasi Harga Jasa Pendidikan (Price Bids and Negotiations)

Dalam strategi ini, sekolah berfokus pada proses tawar-menawar harga dengan calon siswa atau orang tua. Hal ini sering terjadi ketika ada kebutuhan untuk menyesuaikan biaya pendidikan dengan kemampuan finansial siswa. Melalui negosiasi, sekolah dapat menawarkan diskon, beasiswa, atau paket harga yang lebih fleksibel untuk menarik lebih banyak siswa. Pendekatan ini memungkinkan sekolah untuk tetap kompetitif di pasar pendidikan yang mungkin memiliki batasan harga tertentu. Tawar-menawar juga menciptakan hubungan yang lebih personal antara sekolah dan siswa, memberikan kesempatan bagi sekolah untuk menyesuaikan tawaran mereka sesuai dengan kebutuhan dan harapan siswa atau orang tua.

3. Penentuan Harga Berdasarkan Nilai (Value-Based Pricing)

Pendekatan ini menetapkan harga berdasarkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan terhadap jasa pendidikan yang ditawarkan. Harga tidak hanya ditentukan oleh biaya atau harga pesaing, tetapi juga oleh manfaat dan hasil yang diperoleh oleh siswa dari pendidikan tersebut. Dengan metode ini, institusi pendidikan berfokus pada memberikan kualitas terbaik dan hasil yang signifikan, sehingga harga yang lebih tinggi dapat dibenarkan jika siswa merasa mendapatkan nilai lebih dari pengalaman pendidikan mereka.

## 2. Sasaran Strategi Harga Jasa Pendidikan

Menurut Kotler dan Fox (1995), sasaran strategi harga jasa pendidikan meliputi beberapa aspek penting, yaitu:

a. Menarik Siswa Baru

Menetapkan harga yang kompetitif untuk menarik minat siswa baru dan meningkatkan pendaftaran.

b. Maksimalisasi Pendapatan

Mengoptimalkan pendapatan melalui penetapan harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan kepada siswa dan orang tua.

c. Membangun Citra

Menentukan harga yang mencerminkan kualitas dan nilai dari layanan pendidikan, sehingga membangun citra positif lembaga pendidikan.

d. Menjaga Daya Saing

Memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap bersaing dengan lembaga pendidikan lain di pasar.

e. Menyediakan Akses

Mengembangkan struktur harga yang memungkinkan akses pendidikan bagi berbagai segmen masyarakat, termasuk yang kurang mampu.

Menurut Hendra Riofita, sasaran penetapan harga bagi pendidik mencakup tiga aspek penting yang relevan dalam konteks pendidikan bagi guru:

1) Kelangsungan Hidup

Sasaran ini berkaitan dengan kemampuan lembaga pendidikan untuk bertahan dan beroperasi dalam jangka panjang. Untuk mencapai kelangsungan hidup, sekolah harus menetapkan harga jasa pendidikan yang dapat menutupi biaya operasional, termasuk gaji

guru, pemeliharaan fasilitas, dan biaya lainnya. Dalam konteks ini, lembaga pendidikan harus memastikan bahwa harga yang ditetapkan cukup untuk menjaga kelangsungan program pendidikan dan kualitas layanan yang diberikan kepada siswa.

2) Laba Sekarang Maksimum

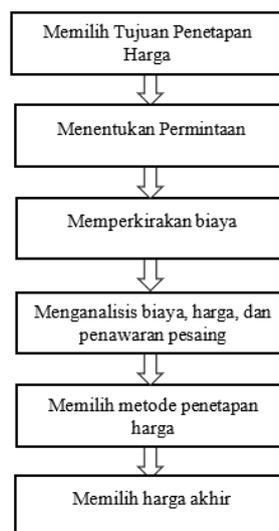
Sasaran penetapan harga diarahkan untuk memaksimalkan laba pada periode tertentu. Sekolah dapat melakukan penetapan harga yang lebih tinggi untuk program-program unggulan atau spesialisasi yang dianggap lebih bernilai oleh masyarakat. Dengan menetapkan harga yang mampu menghasilkan laba maksimum, lembaga pendidikan dapat menginvestasikan kembali keuntungan tersebut untuk pengembangan program, peningkatan kualitas pendidikan, dan pelatihan guru.

3) Skimming Pasar Maksimum

Strategi ini melibatkan penetapan harga yang tinggi pada awal peluncuran program atau layanan baru untuk mendapatkan keuntungan maksimal dari segmen pasar yang bersedia membayar lebih. Dalam konteks pendidikan, sekolah dapat menerapkan strategi ini untuk program-program baru yang inovatif atau unggulan. Setelah mendapatkan pangsa pasar yang cukup dan respon positif dari masyarakat, harga dapat diturunkan untuk menarik lebih banyak siswa. Pendekatan ini memungkinkan lembaga pendidikan untuk mendapatkan manfaat finansial dari inovasi yang mereka tawarkan sekaligus memperluas jangkauan layanan pendidikan.

**3. Teknik Penentuan Harga Pendidik**

Kemajuan teknologi dan internet juga berpengaruh dalam penentuan gaji guru, terutama dengan semakin berkembangnya platform digital yang menyediakan akses pendidikan online. Di era digital ini, penentuan gaji guru bisa lebih fleksibel dan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengalaman, kompetensi, serta permintaan pasar. Teknologi memungkinkan lembaga pendidikan untuk menggunakan data analitik guna menilai kinerja guru dan memberikan kompensasi yang lebih adil serta kompetitif. Selain itu, guru yang mengajar secara daring melalui platform e-learning juga bisa memiliki struktur gaji yang berbeda, tergantung pada jumlah peserta, durasi kelas, dan kualitas layanan yang diberikan. Transformasi digital ini mendorong sekolah untuk mempertimbangkan penyesuaian gaji guru berdasarkan nilai yang mereka tawarkan dalam konteks pendidikan modern. Adapun konsep penentuan kebijakan penetapan harga adalah sebagai berikut:



Berdasarkan konsep kebijakan penentuan harga di atas, dapat diketahui penjelasan terkait kebijakan penetapan harga jasa pendidik sebagai berikut:

### 1. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Dalam konteks penetapan gaji guru, tujuan ini bisa berupa memastikan keadilan, menarik dan mempertahankan guru yang berkualitas, serta menjaga keberlanjutan finansial sekolah. Sekolah mungkin menetapkan gaji yang kompetitif untuk memastikan mereka bisa merekrut dan mempertahankan tenaga pengajar yang berkualitas.

### 2. Menentukan Permintaan

Permintaan terhadap guru dapat bervariasi tergantung pada keahlian dalam mata pelajaran tertentu, tingkat pendidikan (misalnya, SD, SMP, atau SMA), serta lokasi geografis. Sekolah harus memperkirakan kebutuhan akan guru berkualifikasi di daerah atau bidang tertentu untuk menentukan tingkat gaji yang sesuai.

### 3. Memperkirakan Biaya

Sekolah perlu menghitung biaya yang dikeluarkan untuk menggaji guru, termasuk gaji pokok, tunjangan, serta biaya pelatihan dan pengembangan. Ini termasuk biaya langsung (gaji) dan biaya tidak langsung (seperti asuransi kesehatan dan program pensiun).

### 4. Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing

Sekolah harus membandingkan gaji yang mereka tawarkan dengan institusi pendidikan lain yang menjadi pesaing. Jika sekolah lain di daerah tersebut menawarkan gaji atau tunjangan yang lebih tinggi, sekolah perlu mempertimbangkan untuk menyesuaikan gaji guru mereka agar tetap kompetitif.

### 5. Memilih Metode Penetapan Harga

Dalam penetapan gaji guru, sekolah dapat menggunakan beberapa metode, seperti sistem gaji berbasis kinerja, kenaikan gaji berdasarkan pengalaman, atau skala gaji yang terstandarisasi sesuai dengan kualifikasi dan sertifikasi guru.

### 6. Memilih Harga Akhir

Gaji akhir yang ditetapkan untuk guru merupakan hasil dari pertimbangan semua faktor di atas. Keputusan ini mempertimbangkan anggaran yang tersedia, lanskap persaingan, serta tujuan sekolah, dengan memastikan guru digaji secara adil dan sekolah tetap stabil secara finansial.

## **KESIMPULAN**

Harga jasa pendidikan (price education) merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh layanan pendidikan, yang mencakup gaji guru sebagai bagian penting dari pengelolaan institusi pendidikan. Penetapan harga jasa pendidikan harus mempertimbangkan berbagai faktor, seperti tujuan institusi, permintaan tenaga pendidik, biaya operasional, dan analisis persaingan. Dalam konteks gaji guru, strategi penentuan harga bertujuan untuk memastikan kelangsungan hidup institusi, memaksimalkan laba, dan menjaga daya saing. Penetapan gaji yang tepat akan membantu menarik dan mempertahankan tenaga pendidik yang berkualitas, sehingga berdampak positif terhadap kualitas pendidikan yang diberikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Book**

Hendra Riofita. (2015). *Strategi Pemasaran*. (Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatera).

Ririn Tri Ratnasari dan Kasturi H. Aksa. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. (Bogor: Thalia Indonesia).

Wijaya, David. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta, Indonesia: Bumi Aksara).

### **Journal Article**

Effendi, M, and N A Latifah. (2021). "Penetapan Harga Jasa Pendidikan Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN)." *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan pembelajaran*. Vol.

2. No. 2

- H Riofita. (2023). Augmenting Customer Intention to Use Mypertamina Trough Predictors. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 22 No. 2
- Halim, F, A Z Kurniullah. M Butarbutar, E Efendi. (2021) "Manajemen Pemasaran Jasa." Yayasan Kita Menulis.
- Hendra Riofita, Dkk. (2024). Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*. Vol. 1 No. 3.
- Hendra Riofita. (2016). Bentuk Peranan Guru Dalam Memberikan Pendidikan Kepemimpinan. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam*. Vol. 2 No. 1
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan.
- Ishlah Farah Diba dan Abdul Mu'in Bahar. (2024). Strategi Penentuan Harga Jasa Pendidikan. *Journal of Management (EJOM)*. Vol. 2 No. 1
- Secapranama dan Verina H. (2001). Model dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, Vol. 9 No. 1.