JURNAL SIKLUS
E-ISSN: 3026-0086
Volume 4, Number 2 2026 |Page. 340-347

KARAKTERISTIK JASA PENDIDIKAN ANAK USIA DINI DALAM PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PAUD

Suci Ratnawati[1], Nurhidayani[2], Andina Putri Ramadhani[3]

[1,2,3]Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: suci888988@gmail.com, andinaputri485@gmail.com, dayani4747@gmail.com

ABSTRAK

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) merupakan layanan yang mencakup pembelajaran, pengasuhan, stimulasi perkembangan, pembiasaan, dan pengalaman sosial anak. Sebagai jasa, layanan PAUD memiliki karakteristik yang berbeda dari produk barang, yaitu tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan dari proses pemberian (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan tidak dapat disimpan (*perishability*). Artikel ini bertujuan menjelaskan karakteristik jasa pendidikan PAUD dan menganalisis implikasinya bagi peningkatan kualitas layanan. Penulisan menggunakan metode studi pustaka dengan menelaah buku pemasaran jasa dan manajemen mutu pendidikan serta artikel ilmiah tentang pemasaran dan kualitas layanan PAUD. Literatur dipilih berdasarkan relevansi dengan karakteristik jasa, pengelolaan lembaga, kepercayaan orang tua, dan mutu layanan. Analisis dilakukan secara deskriptif-konseptual dengan menghubungkan konsep teoritis dan penerapannya pada konteks PAUD. Hasil kajian menunjukkan bahwa sifat tidak berwujud perlu direspons melalui informasi yang transparan dan bukti layanan yang dapat diamati; sifat tidak terpisahkan menuntut interaksi guru-anak yang hangat dan responsif; variasi layanan perlu dikelola melalui standar mutu yang tetap memberi ruang pada kebutuhan individual anak; sedangkan sifat tidak dapat disimpan memerlukan pengelolaan waktu dan sumber daya yang efektif. Kualitas layanan tidak dapat dibangun melalui promosi saja, tetapi harus dibuktikan melalui pengalaman pendidikan yang aman, konsisten, dan berpusat pada perkembangan anak. Artikel ini bersifat kajian pustaka sehingga penerapannya pada lembaga tertentu masih perlu diuji melalui penelitian lapangan.

Kata kunci: jasa pendidikan, PAUD, karakteristik jasa, kualitas layanan, pemasaran pendidikan

ABSTRACT

Early Childhood Education (ECE) encompasses services that include learning, care, developmental stimulation, the cultivation of habits, and social experiences for children. As a service, ECE possesses characteristics that distinguish it from physical goods: intangibility, inseparability (from the delivery process), variability, and perishability. This article aims to explain the characteristics of ECE services and analyze their implications for improving service quality. A literature review methodology was employed, examining texts on service marketing and educational quality management, as well as scholarly articles concerning ECE marketing and service quality. The literature was selected based on its relevance to service characteristics, institutional management, parental trust, and service quality. A descriptive-conceptual analysis was conducted by linking theoretical concepts to their application within the ECE context. The findings indicate that the intangible nature of these services necessitates transparent information and observable evidence of service provision; the inseparable nature requires warm

and responsive teacher-child interactions; service variability must be managed through quality standards that still allow for the individual needs of each child; and the perishable nature requires effective management of time and resources. Service quality cannot be established through promotion alone; it must be demonstrated through an educational experience that is safe, consistent, and centered on the child's development. As this article is a literature review, its application to specific institutions would require further empirical field research.
Keywords: educational services, Early Childhood Education (ECE), service characteristics, service quality, educational marketing

PENDAHULUAN

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan anak pada aspek nilai agama dan moral, fisik-motorik, kognitif, bahasa, sosial-emosional, serta seni. Pelayanan PAUD tidak terbatas pada penyampaian materi, tetapi juga mencakup pengasuhan, perlindungan, pembiasaan, stimulasi, dan penciptaan lingkungan belajar yang aman. Oleh sebab itu, PAUD dapat dipahami sebagai jasa pendidikan yang manfaatnya diterima melalui proses dan pengalaman anak, bukan melalui kepemilikan suatu benda (Alma, 2018; Kotler & Keller, 2021).

Dalam pemasaran jasa, karakteristik layanan umumnya dibahas melalui empat konsep, yaitu *intangibility*, *inseparability*, *variability*, dan *perishability*. Keempatnya menjelaskan bahwa jasa tidak sepenuhnya dapat dinilai sebelum digunakan, proses produksi dan konsumsi jasa sering berlangsung bersamaan, kualitas layanan dapat bervariasi, dan kapasitas jasa tidak dapat disimpan sebagai persediaan (Lovelock et al., 2011; Zeithaml et al., 2006). Karakteristik tersebut relevan untuk PAUD karena pengalaman anak sangat dipengaruhi oleh pendidik, proses pembelajaran, komunikasi dengan keluarga, lingkungan, dan pengelolaan waktu.

Sejumlah penelitian mengenai PAUD menegaskan pentingnya hubungan antara mutu layanan dan kepercayaan atau kepuasan orang tua. Fajarrini dan Ernawati (2021), misalnya, membahas pemasaran jasa pendidikan pada lembaga PAUD dan menunjukkan pentingnya inovasi serta keterlibatan unsur lembaga dalam kegiatan pemasaran. Anwar (2017) mengkaji hubungan kualitas layanan PAUD dengan kepuasan orang tua, sedangkan Fadilah, Ningsih, dan Hasibuan (2025) menyoroti hubungan kualitas layanan dan kepercayaan orang tua. Kajian-kajian tersebut membantu memperlihatkan bahwa layanan yang dialami keluarga berperan dalam penilaian mereka terhadap lembaga.

Walaupun pembahasan pemasaran dan kualitas layanan PAUD telah tersedia, mahasiswa dan pengelola lembaga tetap perlu memahami bagaimana empat karakteristik jasa diterjemahkan menjadi tindakan pengelolaan yang konkret. Karakteristik jasa bukan sekadar istilah pemasaran; setiap karakteristik menimbulkan tantangan yang berbeda, mulai dari cara menunjukkan mutu sebelum orang tua memilih sekolah hingga cara menjaga konsistensi interaksi guru dan anak. Fokus artikel ini adalah menghubungkan empat karakteristik tersebut dengan strategi peningkatan kualitas layanan PAUD.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan artikel ini adalah: (1) menjelaskan pengertian jasa pendidikan PAUD; (2) menguraikan karakteristik *intangibility*, *inseparability*, *variability*, dan *perishability* dalam

konteks PAUD; serta (3) menganalisis penerapan setiap karakteristik untuk mendukung layanan yang aman, transparan, konsisten, dan berorientasi pada kebutuhan perkembangan anak.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode studi pustaka atau kajian literatur. Sumber kajian terdiri atas buku pemasaran jasa dan manajemen mutu pendidikan serta artikel ilmiah yang membahas pemasaran jasa pendidikan, kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan orang tua pada lembaga PAUD. Sumber dipilih berdasarkan kesesuaian topik dan kegunaannya untuk menjelaskan karakteristik jasa serta implikasi pengelolaannya. Artikel ini tidak menggunakan data hasil observasi, wawancara, angket, atau eksperimen.

Analisis dilakukan melalui tiga tahap. Pertama, mengidentifikasi konsep dasar jasa pendidikan dan empat karakteristik utama jasa dari literatur pemasaran. Kedua, menelaah artikel penelitian yang berkaitan dengan pemasaran atau kualitas layanan PAUD untuk memperoleh konteks penerapan. Ketiga, menyintesiskan konsep tersebut menjadi implikasi praktis bagi pengelolaan layanan. Karena kajian ini bersifat deskriptif-konseptual, contoh yang disampaikan merupakan ilustrasi analitis dan tidak dapat dianggap mewakili seluruh lembaga PAUD. Keterbatasan lainnya adalah artikel ini tidak melakukan penilaian sistematis atas seluruh publikasi yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Jasa Pendidikan Anak Usia Dini

Jasa merupakan aktivitas, kinerja, atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan atas benda fisik. Dalam konteks pendidikan, jasa diberikan melalui proses belajar, pendampingan, pengasuhan, penilaian perkembangan, dan interaksi yang membantu peserta didik bertumbuh (Kotler & Keller, 2021). Karena manfaatnya banyak terbentuk selama proses berlangsung, kualitas jasa pendidikan tidak cukup dinilai hanya berdasarkan bangunan atau perlengkapan yang dimiliki lembaga.

Jasa pendidikan PAUD memiliki kekhasan karena penerima layanannya adalah anak yang sedang berkembang dan memiliki kebutuhan yang tidak selalu sama. Pembelajaran yang sesuai perlu memperhatikan usia, minat, kemampuan, latar belakang, dan kondisi masing-masing anak. Bermain, bercerita, bernyanyi, bergerak, bereksperimen, serta berkarya dapat menjadi pengalaman belajar apabila dirancang dengan tujuan perkembangan yang jelas dan dilaksanakan dalam lingkungan yang aman.

Dalam hubungan layanan PAUD, orang tua umumnya berperan sebagai pihak yang memilih lembaga, menerima informasi, dan membayar biaya pendidikan, sedangkan anak merupakan penerima langsung pengalaman pembelajaran. Karena itu, lembaga perlu memperhatikan kebutuhan kedua pihak tanpa menjadikan kepuasan orang tua sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan. Harapan orang tua terhadap informasi dan keamanan harus berjalan bersama kepentingan terbaik anak, hak anak untuk bermain, serta pembelajaran yang sesuai tahap perkembangannya.

2. *Intangibility*: Jasa Tidak Berwujud

Intangibility berarti jasa tidak dapat dilihat, disentuh, atau dimiliki seperti barang sebelum jasa digunakan. Orang tua yang sedang memilih PAUD belum dapat menyaksikan seluruh manfaat layanan yang akan diterima anak. Mereka mungkin melihat ruang kelas dan alat permainan, tetapi perkembangan kemandirian, kemampuan berkomunikasi, keberanian mencoba, atau kemampuan bekerja sama baru dapat diketahui melalui pengalaman dan pengamatan dari waktu ke waktu (Lovelock et al., 2011).

Karakteristik ini menimbulkan tantangan kepercayaan. Lembaga perlu menjelaskan program secara konkret, bukan hanya menggunakan slogan seperti "unggul" atau "berkualitas". Bukti layanan dapat berupa jadwal kegiatan, contoh rencana pembelajaran, informasi prosedur keamanan, profil dan kompetensi pendidik, dokumentasi kegiatan dengan persetujuan yang sesuai, serta laporan perkembangan anak. Lingkungan yang bersih, aman, tertata, dan ramah anak juga membantu orang tua memahami bagaimana layanan dirancang.

Namun, bukti fisik tidak boleh dianggap sebagai pengganti kualitas proses. Fasilitas yang menarik tidak otomatis menjamin bahwa guru berinteraksi secara responsif atau kegiatan sesuai kebutuhan anak. Oleh karena itu, komunikasi pemasaran perlu jujur dan sejalan dengan praktik sehari-hari. Jika lembaga menjanjikan kegiatan tertentu, kegiatan tersebut harus benar-benar tersedia dan dilaksanakan sesuai kemampuan lembaga.

Penerapan yang dapat dilakukan antara lain menyediakan lembar informasi program yang mudah dipahami, memberi kesempatan kepada orang tua untuk bertanya, menjelaskan cara lembaga memantau perkembangan anak, dan memberikan umpan balik secara berkala. Dokumentasi anak harus dikelola dengan memperhatikan privasi dan izin keluarga. Dengan demikian, sifat tidak berwujud direspons melalui transparansi dan bukti yang relevan, bukan melalui promosi berlebihan.

3. *Inseparability*: Jasa Tidak Terpisahkan dari Proses Pemberian

Inseparability menunjukkan bahwa jasa sering dihasilkan dan diterima pada waktu yang bersamaan, sehingga interaksi antara penyedia dan penerima jasa menjadi bagian dari pengalaman itu sendiri. Pada PAUD, layanan tidak hanya terletak pada kurikulum atau rancangan kegiatan, tetapi juga pada cara guru menyambut anak, menjelaskan aturan, menanggapi emosi, mendampingi permainan, dan berkomunikasi dengan orang tua.

Misalnya, kegiatan berbagi alat permainan dapat dirancang untuk mengembangkan kemampuan sosial. Akan tetapi, pengalaman anak akan berbeda jika guru memberikan contoh, membantu anak menunggu giliran, dan merespons konflik dengan tenang dibandingkan jika guru mengabaikan konflik atau mempermalukan anak. Dengan demikian, kompetensi pedagogis dan kualitas interaksi menjadi bagian utama dari jasa yang diterima anak.

Penerapan karakteristik ini memerlukan perhatian terhadap kompetensi pendidik, jumlah anak yang didampingi, pembagian tugas, komunikasi antarpendidik, dan kemitraan dengan keluarga. Lembaga dapat mengadakan refleksi pembelajaran secara rutin, pelatihan sederhana, serta diskusi tentang pendekatan yang menghargai anak. Komunikasi dengan orang tua juga perlu berlangsung dua arah: guru menyampaikan informasi yang

relevan, sementara orang tua dapat berbagi kondisi atau kebutuhan anak yang penting diketahui.

Karena anak adalah penerima langsung layanan, standar interaksi perlu berorientasi pada keselamatan, penghargaan, dan kebutuhan perkembangan anak. Standar bukan berarti semua anak harus diperlakukan secara seragam. Guru tetap perlu menyesuaikan dukungan berdasarkan usia, karakter, dan situasi anak. Kualitas jasa muncul melalui perpaduan antara prinsip layanan yang konsisten dan respons yang sesuai dengan kebutuhan individual.

4. *Variability*: Kualitas Jasa Dapat Bervariasi

Variability berarti kualitas jasa dapat berbeda bergantung pada siapa yang memberikan layanan, kapan dan di mana layanan berlangsung, serta kondisi yang menyertainya. Dalam PAUD, kegiatan yang sama bisa memberikan pengalaman berbeda karena perbedaan kesiapan guru, suasana kelas, ketersediaan alat, jumlah anak yang hadir, atau kebutuhan khusus yang muncul pada hari tersebut. Variasi tidak selalu berarti buruk, karena penyesuaian terhadap kebutuhan anak justru diperlukan. Masalah muncul ketika perbedaan layanan menyebabkan mutu dan keselamatan tidak konsisten.

Lembaga dapat mengurangi variasi yang tidak diinginkan dengan menyusun standar layanan dasar. Standar tersebut dapat mencakup prosedur kedatangan dan penjemputan, pengawasan anak, kebersihan, komunikasi dengan keluarga, pencatatan perkembangan, serta prinsip interaksi positif. Standar perlu disertai pembagian tanggung jawab dan evaluasi yang realistis. Pengelola juga perlu memberi ruang bagi guru untuk menyesuaikan metode belajar berdasarkan pengamatan terhadap anak.

Kualitas layanan perlu ditinjau secara berkala melalui refleksi pendidik, masukan orang tua, catatan perkembangan, dan pemantauan lingkungan belajar. Masukan orang tua sebaiknya diperlakukan sebagai sumber informasi, bukan satu-satunya ukuran mutu. Pengelola perlu memeriksa apakah masukan tersebut berkaitan dengan keselamatan, komunikasi, proses pembelajaran, atau harapan yang belum dapat dipenuhi lembaga. Setelah itu, tindak lanjut perlu dijelaskan secara transparan.

Penelitian tentang kualitas layanan PAUD dan kepuasan orang tua menunjukkan relevansi pengalaman layanan dalam penilaian keluarga terhadap lembaga (Anwar, 2017; Budiharjo, 2023). Temuan tersebut tidak berarti seluruh kepuasan dapat dijelaskan oleh satu faktor, tetapi mengingatkan lembaga bahwa konsistensi pelayanan dan komunikasi merupakan bagian penting dari kepercayaan. Karena itu, pembinaan pendidik dan evaluasi berkelanjutan perlu menjadi kegiatan rutin, bukan hanya dilakukan ketika muncul keluhan.

5. *Perishability*: Jasa Tidak Dapat Disimpan

Perishability berarti kapasitas jasa tidak dapat disimpan sebagai persediaan untuk dijual atau digunakan pada waktu lain. Dalam PAUD, waktu belajar yang telah berlalu tidak dapat disimpan seperti barang di gudang. Jika kegiatan terhambat, lembaga perlu mempertimbangkan bagaimana tujuan pembelajaran tetap dapat dicapai tanpa memaksakan jadwal yang tidak sesuai dengan kondisi anak.

Karakteristik ini berhubungan dengan pengelolaan waktu, jadwal, tenaga pendidik, ruang, dan alat pembelajaran. Pengelola perlu menyusun jadwal yang realistis, memastikan pengawasan tetap memadai, dan menyiapkan alternatif kegiatan ketika terjadi perubahan situasi. Akan tetapi, efisiensi tidak boleh dimaknai sebagai memenuhi jadwal sebanyak mungkin. Anak usia dini membutuhkan waktu untuk bermain, bergerak, beristirahat, beradaptasi, dan mengulang pengalaman sesuai kebutuhan.

Jika seorang guru tidak hadir, misalnya, lembaga perlu memiliki rencana pengganti yang tetap menjamin keselamatan dan kualitas pendampingan. Jika kegiatan luar ruang tidak memungkinkan karena cuaca, guru dapat menyesuaikan kegiatan ke ruang yang aman. Penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan kapasitas harus fleksibel, tetapi tetap mengutamakan tujuan perkembangan dan perlindungan anak.

Dalam pemasaran, karakteristik ini juga mengingatkan lembaga agar tidak menjanjikan layanan yang tidak mungkin dilaksanakan dengan sumber daya yang tersedia. Jumlah kelas, jadwal, layanan tambahan, dan fasilitas perlu diinformasikan secara realistis. Perencanaan yang baik dapat membantu lembaga menggunakan sumber daya secara efektif sekaligus menjaga pengalaman belajar yang bermakna.

6. Hubungan Karakteristik Jasa dengan Kualitas Layanan PAUD

Keempat karakteristik tersebut saling berhubungan. Sifat tidak berwujud mendorong lembaga menjelaskan layanan dengan transparan, tetapi kepercayaan hanya bertahan jika pengalaman nyata sesuai dengan informasi yang diberikan. Sifat tidak terpisahkan menempatkan interaksi guru-anak sebagai pusat layanan, sedangkan sifat bervariasi menuntut lembaga menjaga mutu dasar tanpa menghilangkan penyesuaian individual. Sifat tidak dapat disimpan menuntut pengelolaan kapasitas dan waktu yang baik, tetapi efisiensi tetap harus tunduk pada kebutuhan dan keselamatan anak.

Kajian Fajarrini dan Ernawati (2021) membahas pemasaran jasa pendidikan pada lembaga PAUD, sedangkan Fadilah et al. (2025) mengangkat kaitan kualitas layanan dan kepercayaan orang tua. Secara bersama, kajian tersebut mendukung pemahaman bahwa pemasaran pendidikan tidak seharusnya dipisahkan dari kualitas pengalaman layanan. Lembaga dapat memperkenalkan program kepada masyarakat, tetapi reputasi jangka panjang terbentuk melalui pengalaman yang diterima anak dan keluarga.

Penelitian Yanuarsari et al. (2026) menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia, pembelajaran, sarana-prasarana, dan kemitraan dengan orang tua dalam meningkatkan kualitas layanan PAUD. Hal ini sejalan dengan analisis karakteristik jasa: kualitas layanan memerlukan sistem pengelolaan yang saling mendukung, bukan satu kegiatan promosi yang berdiri sendiri. Pada lembaga dengan sumber daya terbatas, langkah perbaikan dapat dimulai dari hal mendasar, seperti informasi program yang jelas, komunikasi terjadwal, refleksi guru, catatan perkembangan, dan prosedur keselamatan yang konsisten.

Dengan demikian, strategi yang relevan bagi PAUD adalah menyelaraskan janji pemasaran dengan kapasitas nyata, menetapkan standar layanan yang dapat dipantau, melibatkan pendidik dalam perbaikan,

dan membangun komunikasi dua arah dengan orang tua. Keberhasilan tidak hanya dinilai dari jumlah pendaftar, tetapi juga dari kualitas pengalaman belajar, keamanan, perkembangan anak, dan kepercayaan yang dibangun secara bertanggung jawab.

7. Ilustrasi Analisis Kasus

Sebagai ilustrasi, sebuah lembaga PAUD menerima masukan bahwa komunikasi perkembangan anak belum rutin dan pengalaman belajar antar kelas terasa berbeda. Sebagian orang tua mengetahui kegiatan anak dari cerita anak di rumah, sementara sebagian lainnya berharap mendapat informasi lebih teratur. Ilustrasi ini bukan hasil penelitian lapangan, melainkan contoh untuk menerapkan konsep karakteristik jasa.

Kasus tersebut memperlihatkan karakteristik *intangibility* karena orang tua membutuhkan informasi untuk memahami proses dan manfaat layanan. Karakteristik *inseparability* terlihat karena pengalaman anak dipengaruhi interaksi langsung dengan guru. *Variability* tampak pada perbedaan pola komunikasi dan pelaksanaan kegiatan antarkelas. *Perishability* juga relevan karena kesempatan belajar dan komunikasi yang terlewat tidak dapat disimpan untuk kemudian, walaupun lembaga dapat membuat tindak lanjut yang sesuai.

Langkah perbaikan yang dapat dipertimbangkan adalah menyepakati format komunikasi sederhana, misalnya ringkasan kegiatan atau catatan singkat perkembangan secara berkala; mengadakan refleksi antarguru untuk membahas kebutuhan anak dan konsistensi standar; serta meninjau jadwal agar waktu bermain, istirahat, dan kegiatan terarah seimbang. Pengelola dapat meminta masukan orang tua dan menjelaskan tindak lanjutnya. Langkah tersebut perlu disesuaikan dengan kapasitas lembaga dan tidak boleh menambah beban administrasi secara berlebihan.

Analisis kasus menegaskan bahwa peningkatan kualitas tidak selalu membutuhkan biaya besar. Konsistensi, komunikasi yang jelas, pengamatan terhadap anak, dan tindak lanjut yang berkelanjutan dapat menjadi awal perbaikan. Namun, untuk mengetahui efektivitas langkah tersebut pada lembaga tertentu, perlu dilakukan penelitian lapangan dengan metode dan data yang sesuai.

KESIMPULAN

Jasa pendidikan PAUD merupakan layanan yang mencakup pembelajaran, pengasuhan, stimulasi perkembangan, pembiasaan, dan pengalaman sosial bagi anak. Berbeda dari produk barang, jasa pendidikan lebih menekankan proses dan manfaat yang dialami anak serta dinilai orang tua melalui pengalaman dan informasi yang tersedia.

Empat karakteristik jasa memiliki implikasi yang saling berkaitan bagi kualitas layanan PAUD. *Intangibility* menuntut informasi yang transparan dan bukti layanan yang dapat diamati. *Inseparability* menegaskan pentingnya interaksi guru-anak dan kemitraan dengan keluarga. *Variability* memerlukan standar mutu, pembinaan pendidik, dan evaluasi berkala, dengan tetap memberi ruang bagi kebutuhan individual anak. *Perishability* menuntut pengelolaan waktu dan kapasitas yang efektif tanpa mengabaikan keselamatan, bermain, dan istirahat.

Oleh karena itu, pemasaran jasa PAUD seharusnya didukung oleh mutu layanan yang nyata. Lembaga perlu menyelaraskan informasi promosi dengan praktik, membangun komunikasi dua arah, dan melaksanakan perbaikan secara berkelanjutan. Karena artikel ini merupakan studi pustaka, kajian lapangan masih diperlukan untuk memahami penerapan karakteristik jasa pada kondisi lembaga PAUD yang berbeda.

SARAN

Pengelola PAUD disarankan menggunakan empat karakteristik jasa sebagai bahan evaluasi layanan, terutama dalam penyampaian informasi kepada orang tua, kualitas interaksi pendidik, konsistensi prosedur, dan pengelolaan waktu. Pendidik dapat dilibatkan dalam refleksi rutin agar standar layanan tetap sesuai dengan kebutuhan anak. Penelitian berikutnya dapat menggunakan observasi, wawancara, atau survei untuk menguji bagaimana karakteristik jasa berkaitan dengan persepsi kualitas layanan dan kepercayaan orang tua pada lembaga PAUD tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2018). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Alfabeta.

Anwar, A. N. (2017). Hubungan kualitas layanan pendidikan anak usia dini dengan kepuasan orang tua peserta didik di PG-TK Aisyiyah Bustanul Athfal Bebekan Sidoarjo. J+PLUS UNESA. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-luar-sekolah/article/view/19574

Budiharjo. (2023). Pengaruh kualitas layanan pendidikan lembaga PAUD terhadap tingkat kepuasan orangtua. Ethfal: Journal of Islamic Education for Young Children. https://www.staipuimajalengka.ac.id/jurnal/index.php/hy/article/view/38

Fadilah, F., Ningsih, A. D., & Hasibuan, R. H. (2025). The impact of service quality and trust in early childhood education: Why parents stay—or walk away? Seulanga: Jurnal Pendidikan Anak, 6(1), 37–48. https://doi.org/10.47766/seulanga.v6i1.6079

Fajarrini, A., & Ernawati, F. (2021). Pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan anak usia dini. ABNA Journal of Islamic Early Childhood Education, 1(1). https://doi.org/10.22515/abna.v1i1.3263

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing management (16th ed.). Pearson.

Lovelock, C., Wirtz, J., & Chatterjee, J. (2011). Services marketing: People, technology, strategy (7th ed.). Pearson.

Sallis, E. (2002). Total quality management in education (3rd ed.). Kogan Page.

Yanuarsari, R., Lutfiah, I., Frida, D., & Suprianti, R. (2026). Strategi pengelolaan pendidikan usia dini yang efektif dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan melalui pengelolaan SDM, pembelajaran, sarana prasarana, dan kemitraan dengan orang tua. DIKKESH: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Kesehatan, 2(1), 63–70. https://doi.org/10.60126/dikkesh.v2i1.1419

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (4th ed.). McGraw-Hill.