

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata Pendidikan bisa diartikan sebuah proses perubahan sikap serta tata laku individu atau kelompok orang dalam proses menuju pendewasaan manusia melalui pelatihan dan pengajaran.¹ Awalnya anak-anak pertama kalinya menerima pendidikan dari orang tua, kemudian ketika mereka sudah dewasa dan berkeluarga mereka juga akan mendidik anak-anaknya. Begitu juga di sekolah maupun perguruan tinggi, siswa maupun mahasiswa dididik oleh guru dan dosen. Pendidikan merupakan kebutuhan dasar dalam kehidupan manusia, kebutuhan mendasar ini merupakan dalam rangka untuk membebaskan manusia dari berbagai persoalan kehidupan, seperti membebaskan dari berbagai bentuk penindasan, kemiskinan, ketertinggalan dan kebodohan, setiap manusia pasti membutuhkan pendidikan yakni sejak anak-anak sampai dewasa atau bahkan dari lahir sampai mati, sehingga manusia tidak bisa terlepas dari pendidikan.

Berdasarkan sistem pendidikan di Indonesia yang dalam undang-undang tentang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003, Bab I Pasal 1 ayat 1 tentang mengemukakan: "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya."² Sehingga pendidikan di Indonesia sekarang ini dipandang masih rendah jika

¹ Amos Neolaka dan Grace Amialia A. Neolaka, *Landasan Pendidikan Dasar Pengenalan Diri Sendiri Menuju Perubahan Hidup*, (Depok: Kencana, 2017), hal. 15

² Rusmaini, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Palembang: Grafika Telindo Press, 2016), hal. 2

dibandingkan dengan pendidikan negara-negara lain, hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran dari warga penduduk Indonesia akan pentingnya pendidikan, mereka lebih mementingkan untuk bekerja dibandingkan menuntut ilmu mereka berasumsi bahwa belajar hanya membuang-buang waktu dan menghabiskan biaya, sedangkan mereka yang bekerja akan dapat menghasilkan uang sehingga hal tersebut memicu pendidikan sangat rendah di Indonesia.

Kita sekarang ini menyadari, dengan adanya pendidikan bangsa ini menjadi maju serta mampu meminimalisir ketertinggalan dari bangsa-bangsa lainnya, baik itu dalam bidang teknologi dan sains maupun ekonomi. Adapun berbagai persoalan yang dihadapi bangsa dalam pelaksanaan pembangunan pendidikan berdasarkan amanat konstitusi serta beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku dan direalisasikan dalam beberapa kebijakan serta program yang ditujukan untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) demi tercapainya kemajuan bangsa dan negara dimasa yang akan datang, sebagaimana yang telah di cita-citakan bersama. Hal ini menjadi sangat penting dalam menentukan perkembangan pendidikan di Indonesia.³ Sehingga untuk meningkatkan kualitas pendidikan yakni dengan cara mengelola sumber daya manusia karena bahwa dalam suatu organisasi atau lembaga pendidikan dapat maju dan berkembang dengan adanya dukungan dari sumber daya manusia. Oleh karena itu setiap lembaga pendidikan yang ingin berkembang maka terlebih dahulu memperhatikan sumber daya manusia dan mengelolanya dengan efektif dan efisien, hal ini dikarenakan agar terciptanya pendidikan yang berkualitas. Tentunya pendidikan

³ Mohammad Ali, *Pendidikan Untuk Pembangunan Nasional*, (Bandung: PT Imperial Bhakti Utama, 2009), hal. 9

tidak memiliki makna kecuali membantu siswa untuk memahami kehidupan yang luas dengan segala seluk-beluknya, keindahan yang luar biasa.

Pendidikan berfungsi mengoptimalisasi kapasitas atau potensi dasar siswa serta membangun manusia yang beriman, cerdas, kompetitif, dan bermartabat.⁴ Artinya fungsi pendidikan adalah untuk mengoptimalkan kemampuan atau potensi dasar peserta didik dan mengembangkan manusia yang loyal, cerdas, berdaya saing dan bermartabat. Pendidikan dibangun untuk meningkatkan mutu SDM berkualitas dan maju. Untuk mencapai hal tersebut, maka dibutuhkan ragam kebijakan untuk membangun pendidikan tersebut agar gerakan dan tujuan pendidikan terarah.⁵ Sehingga dalam pendidikan untuk meningkatkan mutu di suatu lembaga sekolah yang dengan berdasarkan kebijakan pendidikan serta peraturan-peraturan yang berlaku, hal ini dikarenakan supaya tujuan yang diinginkan disuatu lembaga tercapai.

Untuk itu pendidikan merupakan sarana utama yang dikelola secara sistematis atau konsisten berdasarkan berbagai cita-cita manusia dan pandangan teori untuk peningkatan mutu pendidikan sebagai sarana menuju cita-citanya. Akan tetapi, semakin tinggi cita-cita yang ingin dicapai, maka semakin lengkap jiwa manusia itu, karena didorong oleh tuntutan hidup yang meningkat pula.⁶ Jadi dapat disimpulkan suatu negara wajib menyediakan layanan pendidikan bermutu sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya tanpa memandang status sosial, ras, etnis, agama dan gender. Suatu komponen yang mendasari pada pelayanan pendidikan merupakan sistem pengelolaan

⁴ Sudarwan Danim, *Pengantar Kependidikan : Landasan, Teori, 234 Metafora Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 45

⁵ Apriantoni, *Politik Pendidikan: Pendekatan Kebijakan Pendidikan dan Kepentingan Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal. 19

⁶ Rusmaini, *Op.Cit*, hal. 1

Dikatakan oleh Ahmad S. Adnan putra, bahwa pengertian strategi ialah bagian terpadu dari suatu perencanaan/ rencana (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan ialah suatu fungsi dasar suatu proses manajemen.⁷ Rosady menyebutkan strategi itu adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya.⁸ Sedangkan pendapat dari Ilham Prisgunanto yang mengemukakan bahwa strategi adalah suatu perencanaan berupa taktik operasional yang matang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan.⁹

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian strategi pada dasarnya adalah perencanaan yang dirumuskan dan digunakan untuk dapat melaksanakan kegiatan manajemen disebuah lembaga atau organisasi. Tujuan stretegi adalah untuk mencapai suatu posisi yang unggulan dibandingkan dengan salah satu pihak pesaing. Pemasaran pendidikan adalah tentang mengelola hubungan melalui komunikasi yang efektif, dalam lembaga pendidikan pemasaran adalah tentang mengelola hubungan antara penyedia jasa pendidikan dan klien mereka dalam hal ini siswa dari orang tua siswa. Pemasaran pendidikan mencakup berbagai bidang, mulai dari promosi hingga tahap melakukan bimbingan belajar. Namun, tidak tepat hanya mempertimbangkan filosofi dari lembaga penyedia jasa pendidikan saja. Permintaan pasar juga tetap harus dipertimbangkan.

⁷Rusadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 133

⁸ Rusadi Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 37

⁹ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, (Jakarta: CV. Prisani Cendikia, 2014), hal. 138

Pendidikan juga memerlukan strategi yang baik untuk melaksanakan proses pendidikan dengan melihat kondisi dan situasi yang ada. Agar dalam proses tersebut tidak ditemui hambatan dan gangguan baik internal maupun eksternal yang menyangkut kelembagaan dan lingkungan sekitarnya. Strategi dalam memasarkan produk lembaga pendidikan yang tepat adalah dengan menerapkan prinsip fokus bagaimana caranya agar masyarakat sebagai pengguna terpuaskan. Salah satu langkah yang tepat adalah dengan memberikan kesan atau citra yang baik (positif) kepada masyarakat, maksud dari memberikan kesan (citra) adalah sebuah kesan positif yang diperoleh oleh masyarakat sesuai dengan pemahaman, pengetahuan, dan pengalaman seseorang tentang suatu lembaga pendidikan. Citra tersebut terbentuk dari bagaimana sebuah lembaga pendidikan menjalankan kegiatan operasional pendidikan. Citra yang baik ditimbulkan oleh sebuah organisasi akan berdampak baik untuk lembaga pendidikan tersebut, sedangkan sebaliknya citra yang jelek akan berdampak buruk terhadap organisasi tersebut.¹⁰ Sehingga begitu pentingnya kesan atau citra terhadap masyarakat dalam sebuah lembaga pendidikan dalam kata lain bahwa gambaran sebuah lembaga pendidikan misalnya dapat dilihat mulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinannya, nama lembaga serta sarana dan prasarana yang dimiliki.

Strategi pemasaran pendidikan hal tersebut supaya menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin dilakukan setiap tahunnya, yakni dengan promosi pemasaran yang terus menerus, biasanya dengan mencari peserta didik. Adapun strategi pemasaran dengan cara melalui media cetak,

¹⁰ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 331

media online, dan media offline salah satunya yakni dengan membagikan brosur mengenai sekolah serta memberikan perlengkapan sekolah kepada siswa-siswi, perlengkapan sekolah tersebut seperti pakaian sekolah, tas, sepatu, buku dan sebagainya. Hal tersebut supaya banyak untuk menarik minat peserta didik dalam belajar di SMA Nurul Yaqin tersebut.

Sebelum melakukan penerimaan peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu, pada jenjang pendidikan formal terlebih dahulu melakukan analisis kebutuhan peserta didik. Dalam melakukan proses analisis bagian yang menjadi pertimbangan adalah daya tampung sekolah yakni daya tampung kelas atau jumlah kelas yang tersedia, sehingga dalam arti bahwa terlebih dahulu mengetahui rasio peserta didik yang masuk serta peserta didik yang lulus dari sekolah tersebut. Rasio adalah perbandingan suatu data dengan data yang lain, rasio dapat memperlihatkan naik turunnya atau bisa juga menunjukkan adanya kemajuan serta kemunduran sebuah lembaga pendidikan dalam pemasaran peserta didik baru.

Indikator strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan di lembaga pendidikan yaitu strategi target pasar, strategi posisi kompetitif dan strategi campuran. Dengan demikian indikator strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan di lembaga pendidikan yakni terdiri dari strategi target pasar yaitu mengidentifikasi segmen pasar yang akan menjadi target pasar. Pemilihan segmen pasar didasarkan pada permintaan yang melebihi penawaran. Sehingga dalam hal ini sekolah membagi pasar pendidikan berdasarkan karakteristik lokasi (demografi) dan perilaku siswa. Hal ini dilakukan agar strategi pemasaran yang akan digunakan sekolah untuk menarik minat pengguna jasa

menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Kemudian strategi posisi kompetitif, yakni berdasarkan pada keistimewaan dan keunggulan yang dimiliki lembaga. Dalam hal ini, persaingan antar lembaga pendidikan saling menawarkan keunikan dan keunggulan sekolah masing-masing, serta strategi campuran, yakni mengidentifikasi unsur-unsur tertentu yang nantinya akan dipromosikan oleh organisasi atau lembaga baik itu berupa produk, lokasi, harga, promosi, orang, proses serta bukti.

Berdasarkan observasi awal penelitian saya melalui wawancara dengan Wakil Kepala Sekolah bidang Kesiswaan SMA Nurul Yaqin pada hari senin 20 Juli 2021, bahwa sekolah tersebut dalam strategi pemasaran pendidikan untuk menarik minat peserta didik baru yakni dengan menawarkan kepada masyarakat bahwa sekolah tersebut walaupun bersifat umum namun dari segi pendidikan mereka menekankan dalam hal keagamaan yakni dengan mengajarkan ilmu kemasyarakatan misalnya mengaji, marhabah, bezanji. Kemudian dari tenaga pengajar kebanyakan berasal dari SMA Negeri serta peserta didik baru biasanya diberikan fasilitas seperti diberikan pakaian sekolah bagi para alumni MTS Nurul Yaqin.¹¹

Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti memilih SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu sebagai lokasi penelitian, diantaranya memiliki daya tarik tersendiri di mata masyarakat, terlihat dari jumlah siswanya yang setiap tahun selalu mengalami peningkatan pada saat Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sekitar khususnya Kecamatan Tanjung Batu memberikan kepercayaan lebih kepada sekolah ini.

¹¹ Soryanto, Wakil Kepala Sekolah SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu, Kab. Ogan Ilir, *Wawancara*, 20 Juli 2021

Memiliki tenaga pendidik yang sesuai bidangnya dan mampu bekerja secara professional sehingga menjadi salah satu faktor yang mendorong siswa-siswinya berprestasi, disiplin, dan merasa nyaman, tenang saat belajar. Didukung letak yang strategis dekat dengan jalan raya, sehingga lokasinya mudah dijangkau oleh siswa maupun masyarakat.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut tentang strategi pemasaran pendidikan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian skripsi yang berjudul *“Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu”*.

B. Batasan Masalah

Mengingat ruang lingkup kegiatan strategi pemasaran pendidikan cukup luas, untuk itu dibuat batasan masalah dalam pembahasan penelitian ini. Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya yang berkaitan dengan strategi pemasaran pendidikan dalam sekolah tersebut yakni dengan judul “strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin”

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu ?

- b. Apa sajakah faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas dapat diketahui bahwa manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan baik bagi penulis maupun pembaca khususnya tentang strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin.

b. Secara praktis

- 1) Bagi penulis, penelitian ini sangat berguna untuk membekali penulis kejenjang berikutnya agar lebih baik serta dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan terkhususnya tentang strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu.

- 2) Bagi sekolah, penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian, informasi dan pengetahuan kedepannya untuk lebih diperhatikan dan ditingkatkan terkhususnya mengenai strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu.
- 3) Bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai penambah pengetahuan dan informasi untuk menambah partisipasi dan kepedulian terhadap srategi pemasaran pendidikan. Serta dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya.