

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Penyelenggaraan pendidikan menurut jenjang pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Pendidikan dasar berbentuk Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) atau bentuk lain yang sederajat serta Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs) atau bentuk lain yang sederajat. Dalam masing-masing tingkatan pendidikan formal tersebut juga masih terbagi kedalam beberapa naungan atau penanggung jawab pelaksana, diantaranya seperti sekolah maupun madrasah negeri dilaksanakan oleh pemerintah sedangkan sekolah maupun madrasah yang swasta dilaksanakan oleh yayasan. Namun keduanya pun dapat tetap dijadikan tempat untuk memperoleh pendidikan tanpa harus mengenyampingkan satu sama lain.

Bekal pendidikan agama tampaknya masih jadi pertimbangan utama bagi orang tua dalam menyekolahkan anak-anaknya. Sekolah negeri yang terlalu umum dan plural dianggap kurang bisa mengakomodasi pendidikan agama terutama bagi anak-anak di Sekolah Dasar.

Meski saat ini tengah ramai digembar-gemborkan sekolah gratis di sekolah negeri, sebagian orang tua ternyata tetap memilih sekolah swasta sebagai tempat menimba ilmu bagi anak-anaknya karena alasan tersebut.

Seperti yang diinformasikan pada surat kabar *on line* (Kompas.com, Senin 13/7) disebutkan bahwa:

Ahmad Budianto: seorang pegawai swasta, lebih memilih menyekolahkan anaknya di sekolah swasta dibandingkan di sekolah negeri. Ahmad memilih menyekolahkan anaknya, Robin Fauzy, di SD AS-Syafi'ah.

Ungkap Ahmad kepada Kompas.com “Saya kan bekerja, jadi waktu untuk mendidik anak itu kurang. Saya pilih sekolah ini karena pendidikan agamanya lebih baik dari pada sekolah negeri”.

Hal senada disampaikan Iwan, ayah dari Fanny yang duduk di kelas III SD As-Syifaiyah Bekasi. “Di sini anak Saya dapat bekal agama yang lebih kuat karena ada ekstrakurikuler bermuatan agama. Anak Saya di sini ikut kelas Iqro”. Kata Iwan

Semakin hari keberatan sekolah dasar maupun Madrasah Ibtidaiyah Swasta mulai bertambah dan semakin bersaing, baik dengan sesama maupun yang berstatus negeri.

Lembaga pendidikan sebagai suatu organisasi tempat berlangsungnya administrasi dan manajemen pendidikan, tumbuh menjadi besar yang kemudian permasalahannya akan menjadi kompleks dalam suatu sistem pendidikan nasional (Sagala, 2007: 13). Sekolah dasar maupun Madrasah Ibtidaiyah negeri, paling tidak telah mendapatkan jaminan keberlangsungan sekolahnya karena pemerintah langsung yang bertanggung jawab terhadap SD dan MI Negeri. Oleh karena itu SD maupun MI swasta dalam hal ini harus mampu berada sejajar bahkan melebihi SD maupun MI Negeri dalam manajemen atau keberadaannya bagi masyarakat para calon pelanggan pendidikan terutama orang tua calon siswa.

Tuntutan terhadap dunia pendidikan saat ini sangat tinggi mengingat pendidikan memberikan sumbangan yang sangat besar bagi peningkatan

kualitas sumber daya manusia (SDM). Peningkatan kualitas SDM dapat berhasil jika didukung dengan kualitas pendidikan yang lebih baik serta penerapan dan pemanfaatan pengetahuan dan teknologi yang akhirnya dapat meningkatkan daya saing tenaga kerja, produktivitas, nilai tambah dan membuka peluang kerja. Dengan demikian, pendidikan merupakan landasan fundamental bagi peningkatan taraf hidup masyarakat.

Allan Thomas dalam Alma (2008:17), mengungkapkan bahwa ada tiga fungsi utama yang diharapkan dalam dunia pendidikan yaitu : 1. *The Administrator's Production Function* adalah sekolah bertanggung jawab mengembangkan sistem pendidikan. Sekolah harus memberi pelayanan *stakeholder*. Untuk memenuhi permintaan tersebut harus disiapkan sarana prasarana yang cukup dan administrator yang memikirkan mutu sistem pendidikan. 2. *The Psychologist's Production Function* adalah sekolah bertanggung jawab untuk merubah tingkah laku peserta didik yang terdiri atas tambahan pengetahuan, nilai-nilai, perilaku dan motivasi melalui pendidikan. 3. *The Economist's Production Function* adalah sekolah memberikan kontribusi terhadap individu dengan diperolehnya kompetensi untuk meningkatkan ekonominya

Fungsi-fungsi dunia pendidikan tersebut agar terpenuhi tentunya membutuhkan sistem manajemen yang baik. administrasi pendidikan adalah manajemen kelembagaan yang bertujuan untuk membantu perkembangan dan penyelenggaraan pengajaran dan pembelajaran (Mantja, 2008: 66). Terlebih di era globalisasi memunculkan kompetisi di semua sektor kehidupan, termasuk pada sektor lembaga pendidikan tidak terelakkan harus berkompetisi karena banyaknya penawaran. Masyarakat saat ini begitu cerdas memilih lembaga pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan pelayanan yang diinginkan. Lembaga pendidikan mencapai taraf daya saing yang kompetitif dalam mutu,

harga dan pelayanan sehingga lembaga pendidikan perlu meningkatkan kinerja untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Dari kasus tersebut di atas, lembaga pendidikan mengalami perubahan paradigma. Perubahan paradigma yang dimaksud adalah meliputi paradigma pengelolaan jasa pendidikan. Sehubungan dengan hal tersebut menurut Zamroni (2007:100) paradigma baru ini tidak melihat sekolah sebagai suatu proses produksi barang dalam hal ini peserta didik diberlakukan sebagai *raw input*. Melainkan sekolah dilihat sebagai suatu proses pelayanan jasa yang menempatkan siswa sebagai sasaran langsung. Sebagai kostumer maka keinginan, saran dan pendapat siswa harus didengar dan ditampung dalam proses pendidikan. Sebaliknya sebagai sasaran siswa akan mendapat kepuasan maksimal apabila mematuhi berbagai pedoman sekolah.

Berdasarkan keadaan tersebut maka SD/MI swasta harus tetap menunjukkan eksistensinya di masyarakat, walaupun SD/MI swasta hanya berada dalam naungan yayasan. Salah satu yang dapat dilakukan oleh SD/MI swasta dalam mempertahankan konsumen/pelanggan pendidikan di sekolahnya tersebut ialah dengan tetap melakukan pemasaran jasa pendidikan atau memasarkan masing-masing sekolah/madrasahnyanya. Pola kompetisi pasar mengharuskan para pelaku dunia pendidikan berlomba-lomba untuk membawa sekolah masing-masing mendekati 'Target Market' dengan berbagai upaya promosi (Anonim, 2011: 4).

Menurut Payne (dalam Ratih, 2010: 42) mengemukakan bahwa:

Pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran

yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan demikian manajemen pemasaran jasa merupakan proses penyelerasaan sumber-sumber sebuah organisasi.

Kotler (dalam Buzzy, 2009: 1) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dengan demikian pemasaran produk dan jasa, termasuk sekolah akan terkait kepada konsep: permintaan, produk, nilai dan kepuasan pelanggan.

Terdapat beberapa kasus sekolah dasar yang mengubah bentuk pendidikannya sebagai langkah atau strategi pemasaran. Misalnya saja kasus yang dialami di SD Muhammadiyah Truko, awalnya minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI tersebut sangat kecil. Siswa baru setiap tahunnya semakin menurun. Seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan, akhirnya SD Muhammadiyah Truko berubah menjadi SD IT Muhammadiyah Truko.

Sejak mengalami perubahan dari SD Muhammadiyah Truko menjadi SDIT Muhammadiyah Truko, sekolah ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini ditandai dengan semakin tingginya minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SDIT Muhammadiyah Truko. Sebelumnya, SDIT Muhammadiyah Truko hanya dikenal masyarakat di Desa Truko, namun dengan berbagai prestasi yang berhasil diraih, SDIT

Muhammadiyah Truko mulai dikenal luas masyarakat Kendal pada khususnya (Anonim, 2008: 3-5).

Berdasarkan kasus di atas dapat diketahui bahwa perubahan bentuk pendidikan dapat dilakukan dengan alasan bahwa dengan bentuk pendidikan sebelumnya syarat-syarat pendirian lembaga pendidikan tidak terpenuhi misalnya sesuai pasal 184 UU no disebutkan bahwa Syarat-syarat pendirian satuan pendidikan formal meliputi isi pendidikan, jumlah dan kualifikasi pendidik dan tenaga kependidikan, sarana dan prasarana pendidikan, pembiayaan pendidikan, sistem evaluasi dan sertifikasi, serta manajemen dan proses pendidikan. Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi maka lembaga pendidikan tidak dapat beraktivitas.

SDIT Muhammadiyah Truko mengalami kasus yang sama. Ketika masih berbentuk SD Muhammadiyah Truko, minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya rendah. Peserta didik baru yang diterima juga tidak memenuhi standar sehingga Majelis Dikdasmen Muhammadiyah Cabang Kangkung bermusyawarah untuk mengganti bentuk SD Muhammadiyah Truko menjadi SDIT Muhammadiyah Truko. Perubahan bentuk SD Muhammadiyah Truko menjadi SDIT Muhammadiyah Truko memberi perubahan, setiap tahunnya jumlah siswa baru bertambah, sekolah juga meningkatkan kualitas baik SDM maupun prasarananya. Minat Masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SDIT Muhammadiyah Truko juga meningkat.

Fakta yang ada sebelum menjadi SDIT Muhammadiyah Truko pada tahun 2005 jumlah siswa kelas VI hanya 18 siswa. Setelah terjadi perubahan sekolah menjadi SDIT Muhammadiyah Truko peserta didik baru yang sebelumnya hanya 39 siswa, sekarang secara keseluruhan mencapai 345 siswa untuk 14 kelas.

Berdasarkan uraian di atas peneliti akan melakukan penelitian yang dengan judul “Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah Sebagai Strategi Pemasaran (Studi Fenomenologi SDIT Muhammadiyah Truko Kendal).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Pemasaran Jasa Pendidikan di SDIT Muhammadiyah Truko?”. Fokus penelitian tersebut dibagi menjadi empat subfokus sebagai berikut.

1. Bagaimana sarana prasarana pemasaran jasa pendidikan di SDIT Muhammadiyah Truko?
2. Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di SDIT Muhammadiyah Truko?
3. Bagaimana *recruitment* dalam pemasaran jasa pendidikan di SDIT Muhammadiyah Truko?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mendiskripsikan :

1. Sarana dan prasarana jasa pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah di SDIT Muhammadiyah Truko Kendal.
2. Strategi pemasaran jasa pendidikan di SDIT Muhammadiyah Truko
3. Rekrutmen pemasaran jasa pendidikan di SDIT Muhammadiyah Truko.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian memberikan sumbangan ilmu tentang :

- 1) sumbangan wawasan bagi penelitian selanjutnya pada program Pascasarjana Magister Manajemen Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- 2) Manfaat dalam menerapkan teori dan mendapatkan gambaran dalam pengalaman praktis dari penelitian mengenai pemasaran bidang pendidikan.
- 3) Manajemen lembaga pendidikan secara profesional terutama dalam pemasaran jasa pendidikan, sehingga pendidikan tidak tidak dikelola asal-asalan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Manfaat bagi guru, sebagai masukan bagi guru dalam rangka memperdalam wawasan dan pengetahuan tentang pemasaran sekolah.
- 2) Manfaat bagi kepala sekolah, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi kepala sekolah tentang strategi pemasaran sekolah yang diampunya khususnya sekolah yang mengalami perubahan bentuk seperti SD Muhammadiyah menjadi SDIT Muhammadiyah.
- 3) Manfaat bagi Dinas Pendidikan, sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan kebijakan dalam rangka peningkatan mutu pendidikan khususnya melalui strategi pemasaran sekolah.
- 4) Manfaat bagi komite sekolah, sebagai bahan rujukan untuk meluruskan pandangan masyarakat bahwa kurang pada tempatnya konsep bisnis dan strategi pemasaran diterapkan dalam dunia pendidikan.