

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi pemasaran sebagai upaya lembaga sekolah dalam meningkatkan peminat dan menarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke lembaga sekolah tersebut. Strategi pemasaran yang ada didalam dunia pendidikan yaitu upaya-upaya lembaga pendidikan dalam menawarkan mutu, layanan intelektual dan watak secara menyeluruh. Jadi, lembaga pendidikan harus memiliki strategi pemasaran dan lembaga pendidikan selalu berupaya mengembangkan strategi pemasaran supaya masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anak ke lembaga tersebut. Strategi pemasaran juga harus diimbangi dengan pengelolaan kualitas layanan sehingga apa yang dipromosikan bisa dipertanggung jawabkan.

Jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan adalah penyedia jasa pendidikan. Menurut Alma (2008: 168), “Jasa adalah suatu yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan (*transfer of ownership*)”. Jadi, jasa pendidikan sangat erat kaitannya dengan karakteristik jasa yang perlu dipertimbangkan dalam merancang program pemasaran jasa pendidikan.

Peminat berasal dari kata minat, minat adalah suatu fungsi jiwa yang berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan dan memiliki kekuatan dari dalam kemudian diperlihatkan sebagai gerak gerik untuk dapat mencapai sesuatu (Yessy N E S. 2014: 10). Peminat berarti orang yang bertindak sesuai dengan fungsi jiwanya kemudian memeperlihatkannya dengan suatu tindakan seperti pilihan untuk menyekolahkan anaknya. Jadi, kepercayaan peminat layanan jasa berbanding lurus dengan kualitas pendidikan. Semakin bagus layanan jasa pendidikan semakin banyak peminat layanan jasa pendidikan.

SD Muhammadiyah 3 Nususukan Surakarta adalah salah satu dari mitra pemerintah untuk memajukan pendidikan di Indonesia. Secara ringkas,

sekolah dasar ini merupakan milik Muhammadiyah. Substansinya sama dengan sekolah-sekolah lain, yaitu ingin mencetak generasi bangsa yang berkualitas sebagaimana tertulis dalam undang-undang pendidikan. Secara historis, sudah memiliki sejarah panjang dalam mendidik siswa dan ratusan siswa telah diluluskan. Artinya, dalam aspek pengelolaan sekolah, sudah sangat berpengalaman. Tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi peminat untuk menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan ini. Selain itu, sekolah dasar ini juga menawarkan kurikulum sekolah berbasis syariah sesuai dengan visi misinya yaitu, menciptakan lulusan yang berkualitas, baik secara intelektualitas, moralitas, maupun kemandirian dalam hidup. Selain menawarkan kurikulum berbasis syariah, juga mempunyai program-program unggulan yang menjadi daya tarik tersendiri. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan guru, setidaknya dalam lima tahun terakhir ini grafik pendaftaran selalu naik. Hal ini dapat dilihat adanya penambahan ruang kelas paralel. Awalnya dibuka dua kelas sekarang sudah membuka tiga kelas dan juga siswanya banyak yang berasal dari luar wilayah Nusukan Surakarta. Hal ini menandakan animo peminat yang begitu tinggi dan membuat peneliti tertarik untuk melihat lebih dalam tentang “strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat dan daya tarik untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di SD Muhammadiyah 3 Surakarta dalam meningkatkan peminat dan daya tarik untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Surakarta?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran jasa pendidikan guna meningkatkan peminat dan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat dan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta.
2. Untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam proses pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan guna meningkatkan peminat dan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan keilmuan, wawasan dalam kegiatan ilmiah dan mengetahui bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta dalam meningkatkan peminat dan daya tarik untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi Sekolah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi sekolah yang sedang memasarkan jasa pendidikan yang sedang dikelola.

b. Manfaat bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan masalah ini, sehingga hasil lebih luas dan mendalam.