

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Istilah marketing dalam dunia pendidikan lebih terlihat awam daripada di dunia bisnis, banyak diantara para pengelola pendidikan yang tidak menerapkan konsep marketing dalam penyajian institusinya, karena mungkin ketidaktahuannya atau mungkin dianggap tidak penting karena hal itu tidak lazim diterapkan di sekolah apalagi sekolah tingkat dasar. Marketing pendidikan menjadi topik yang penting untuk diangkat menjadi kajian dalam khazanah pendidikan, khususnya pendidikan dasar karena di Perguruan Tinggi sudah cukup familiar dengan istilah marketing pendidikan.

Dewasa ini kita saksikan bersama pertumbuhan sekolah – sekolah dasar disekitar kita ada yang ramai dibanjiri murid dan ada yang sepi dari pendaftar dan akhirnya ada yang harus ditutup. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pemahaman akan marketing jasa pendidikan yang seharusnya diterapkan dalam rangka untuk keberlangsungan sebuah institusi lembaga. Apalagi ada aturan baru khususnya bagi guru sertifikasi yang dituntut satu orang guru harus memiliki anak didik sebanyak 15 anak.

Adanya tuntutan tersebut tidak sedikit dari mereka yang *mati – matian* untuk mendapatkan murid demi terealisasinya tunjangan sertifikasinya, namun sayangnya ada yang terpaksa harus rela tidak mendapatkan tunjangan tersebut dikarenakan jumlah murid tidak mencukupi. Namun disisi lain ada sekolah – sekolah yang tidak perlu *ngoyo* dalam mencari peserta didik, sehingga jika dalam sekolah tersebut ada guru yang bersertifikasi sudah tercukupi akan jumlah murid, bahkan berlebih.

Terjadinya peningkatan atau penurunan animo masyarakat untuk memilih sebuah lembaga pendidikan memiliki alasan tersendiri. Masyarakat akan memilih sekolah yang memiliki kualitas yang baik, mulai dari *image building*, fasilitas, pelayanan dan proses pembelajarannya, bukan lagi jarak yang menjadi faktor utama untuk memilih sekolah. Banyak di era sekarang ini, baru diusia sekolah dasar bahkan taman kanak – kanak rela menempuh

jarak beberapa kilometer untuk pendidikan yang terbaik bagi putra atau putrinya.

Harga juga bukan faktor utama kendala orang tua untuk memilih sekolah bagi anaknya. Ada sebuah sekolah dasar yang biaya masuknya antara lima sampai belasan juta rupiah tidak mengalami kekurangan peserta didik, bahkan malah menolak karena sistem seleksi ataupun karena tidak tersedianya ruangan untuk proses pembelajaran.

Saat ini orangtua siswa sangat selektif dalam memilih sekolah bagi putra atau putrinya. Mereka mencari informasi tentang sekolah yang sesuai dengan harapan mereka. Maka tugas sekolah adalah memperkenalkan sekolahnya kepada masyarakat dengan mempromosikan keunggulannya.

MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura memiliki cara tersendiri dalam memasarkan sekolahnya diantara sekolah – sekolah yang lain yang menerapkan marketing jasa pendidikan. MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura telah bermetamorfosis menjadi sekolah favorit di Kartasura. Tentu hal ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura mengingat banyaknya sekolah unggulan di daerah Kartasura serta membuktikan bahwa masyarakat pengguna jasa pendidikan telah mempercayainya sebagai sekolah yang sesuai dengan harapan mereka.

Pesatnya perkembangan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura tentu tidak lepas dari pengembangan yang dilakukan sekolah. MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura merupakan salah satu sekolah yang menerapkan pendekatan *multiple intelligence* dalam kegiatan pembelajarannya. *Multiple intelligence* memang menjadi perbincangan di dunia pendidikan Indonesia saat ini yang membuat MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura berbeda dengan sekolah lainnya.

Semenjak tahun pelajaran 2008/2009 hingga tahun pelajaran 2018/2019 jumlah siswa mengalami peningkatan. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah siswa di MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura:

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Siswa

Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa
2008/2009	37
2009/2010	50
2010/2011	62
2011/2012	112
2012/2013	174
2013/2014	234
2014/2015	319
2015/2016	391
2016/2017	463
2017/2018	509
2018/2019	523

Sumber: Sekretaris MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura

Keberhasilan tersebut tidak lepas dari kegiatan marketing yang dilakukan sekolah. MI Muhamamdiyah Pogram Khusus Kartasura berusaha untuk melakukan berbagai inovasi dan menciptakan nilai yang lebih agar dapat bersaing dengan sekolah lainnya. Sebaik apapun program yang dibuat apabila tidak didukung dengan manajemen markting maka tidak banyak yang kenal dengan lembaga kita.

Jasa yang telah diprogramkan di MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura terdapat tiga point yaitu program sekolah, proses pendidikan dan prestasi sekolah. tiga hal tersebut apabila tidak diupayakan melalui marketing maka pertumbuhan sekolah tidak dapat tumbuh dengan cepat sebab tidak segera dikenal secara luas oleh masyarakat. Berdasarkan uraian di atas maka “Marketing Jasa Pendidikan di MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura” menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

## **B. Rumusan Masalah**

Fokus penelitian ini adalah marketing jasa pendidikan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura. Fokus tersebut dirinci menjadi empat rumusan masalah.

1. Bagaimana marketing jasa program MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura?
2. Bagaimana marketing jasa proses MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura?
3. Bagaimana marketing jasa prestasi MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan marketing jasa program MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura.
2. Mendeskripsikan marketing jasa proses MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura.
3. Mendeskripsikan marketing jasa prestasi MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dapat menemukan teori baru sebagai referensi dalam bidang marketing jasa pendidikan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini akan dapat digunakan atau dipraktikkan Kepala Sekolah untuk menyusun program kerja lembaga dalam meningkatkan pelayanan pendidikan, sedangkan untuk guru akan digunakan sebagai dasar untuk bekerja dengan maksimal, mengingat guru menjadi faktor utama keberhasilan pendidikan serta manfaat untuk peneliti yang akan

datang sebagai dasar dalam mengembangkan teori – teori marketing jasa pendidikan dalam rangka pengembangan agar semakin baik dan semakin mudah diaplikasikan.