

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan lembaga pendidikan mengalami kemajuan yang pesat, apalagi semenjak diberlakukannya pendidikan menurut UU No 20 Tahun 2003 adalah upaya sadar dan terencana dalam rangka mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran dengan tujuan peserta didik dapat secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spriritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.¹ Tujuan dari pendidikan adalah hal yang ingin dicapai oleh kegiatan pendidikan. Persaingan dalam dunia pendidikan sudah menjadi hal yang wajar, banyak lembaga yang ditinggalkan oleh pelanggan atau konsumennya. Kemampuan pihak sekolah dalam memahami pemasaran jasa pendidikan menjadi hal yang sangat penting dalam memberikan kesan ataupun kepercayaan terhadap masyarakat dan mempertahankan lembaganya.²

Philip Kotler dan Topor menyatakan pendapatnya bahwasannya citra yang baik merupakan aset yang sangat berharga di pasar, image positif menjadi

¹ UU No.20 tahun 2003, tentang *Sistem Pendidikan Nasional, BAB I Ketentuan Umum Pasal I Ayat I*

² M. Munir. *Manajemen pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik Intizam*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol. 1, No. 2, April 2018. hlm. 79

fondasi yang kuat dalam rangka mempengaruhi harapan pelanggan. Citra tersebut salah satunya dilakukan dengan cara mempengaruhi kebutuhan dan harapan pelanggan agar sesuai dengan layanan dan produk yang dimiliki oleh sekolah. Maka sekolah harus berusaha untuk menghasilkan produk yang layak untuk dipasarkan dan tentunya berkualitas, layanan yang memuaskan dan didukung dengan promosi yang memaksimalkan agar tujuan bisa tercapai dengan baik

Dalam kaitannya dengan pemasaran yakni dalam mempertahankan eksistensinya, sekolah harus dapat memasarkan sekolahnya karena berapapun bagusnya suatu sekolah jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya sekolah tersebut di kalangan masyarakat. Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak yang harus dilaksanakan oleh sekolah selain ditujukan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa.¹

Dalam manajemen terdapat fungsi *Planning, analysis, implementation* dan *controlling*. Pada setiap tahapan kegiatannya menjadi bagian yang penting sebagai penentu untuk keberlangsungan dan kesuksesan suatu organisasi pemasaran. Dalam prosesnya yang selalu memandang masa yang akan datang termasuk dalam pengembangan program, kebijakan dan prosedur untuk mencapai tujuan pemasaran. Manajemen pemasaran sebagai ilmu atau seni

¹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya dalam penyusunan Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta Kencana, 2009) hlm. 101

untuk menentukan pasar, cara menumbuhkan pelanggan dan mendapatkan pelanggan melalui penciptaan, penyerahan dan membangun komunikasi yang baik dengan publik.

Pemasaran merupakan hal yang utama yang memang perlu dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan ataupun perusahaan dalam meningkatkan kuantitas suatu produk dan juga konsumen. Untuk dapat bersaing dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan maka suatu lembaga pendidikan atau perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas, dalam rangka mengembangkan lembaga baik dari segi kualitas maupun kuantitas, suatu lembaga pendidikan atau perusahaan perlu melakukan suatu pendekatan terhadap konsumen. Dengan upaya pendekatan tersebut maka konsumen atau pelanggan tersebut bersedia menjadi pelanggan tetap. Maka dapat disimpulkan konsumen merupakan unsur utama dalam memasarkan sebuah produk dan kepuasan konsumen merupakan tujuan dari suatu lembaga pendidikan atau perusahaan.²

Lembaga pendidikan merupakan produsen yang menyediakan jasa pendidikan untuk para konsumen yakni peserta didik dan wali murid. Apabila seorang produsen tidak pandai dalam mempromosikan, dengan berbagai aspek yang belum terpenuhi dengan baik, misalnya saja kualitas sekolah yang kurang disukai, kepuasan pelanggan masih kurang, pemberian motivasi untuk

² Masnia Mahardi dkk, *Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol 3, No 1, Juni 2017, hlm. 62.

meningkatkan pribadi seseorang tidak ada, karena itu produk yang berupa jasa tidak ada peminatnya. Pada akhirnya lembaga pendidikan bisa saja mengundurkan diri dan para peminatnya akan meninggalkannya dan lembaga pendidikan ditutup. Supaya pelanggannya tidak meninggalkan maka pihak lembaga bisa melakukan perbaikan pelayanan menuju kepada pelayanan yang lebih baik dan bernilai bagus, sarana dan prasarana sesuai dengan standar.

Berangkat dari fenomena saat ini, manajemen pemasaran sangatlah berperan aktif dalam meningkatkan kuantitas peserta didik khususnya di SMPN 1 Kedungpring Lamongan. Adanya manajemen pemasaran yang baik merupakan dalam upaya meningkatkan jumlah peserta didik serta mempertahankan kualitas sekolah agar terus bisa dipercaya oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan survei pendahuluan di SMPN 1 Kedungpring merupakan sebuah lembaga pendidikan menengah pertama yang berada dibawah naungan Kemendikbud yang berstatus sebagai lembaga Negeri dengan akreditasi A yang berada di Jl. Mayangkara No. 1 Mekanderejo Kedungpring Lamongan. Sekolah ini bisa dikatakan sebagai lembaga yang unggul baik dilingkungan sekitar ataupun dari luar lamongan karena sudah memiliki banyak prestasi. Tidak mustahil bagi lembaga memiliki peserta didik yang banyak bahkan mengalami kenaikan yang baik. Untuk saat ini SMPN 1 Kedungpring telah memiliki lebih dari 800 peserta didik. Dengan jumlah 28 kelas yang tersedia dan seluruhnya terpenuhi, pada 2 tahun sebelumnya sekolah hanya menyediakan kuota masing-masing 9 (sembilan) kelas untuk setiap tahun ajaran baru, namun berbeda dengan tahun ajaran 2022/2023 sekolah

memutuskan untuk menambah 1 (satu) kelas lagi dan kuota juga terpenuhi, hal tersebut dilakukan untuk membuka kesempatan lebih banyak untuk peserta didik bergabung dan menempuh pendidikan di SMPN 1 Kedungpring. Jumlah tenaga pendidik dan kependidikannya sendiri ada kurang lebih 80 orang. Banyak prestasi akademik maupun non akademik yang sudah pernah diraih oleh sekolah yang menjadikan sebagai lembaga yang unggul karena memiliki kemajuan yang pesat baik pada peserta didik maupun sarana dan prasara yang telah dimilikinya sehingga menunjang kegiatan lembaga. Sekolah ini juga memiliki perpustakaan elektronik atau bisasa disebut dengang E-Pustaka yang jarang sekali dimiliki oleh sekolah tingkat menengah pertama pada umumnya yang menjadikan SMPN 1 Kedungpring unggul dan banyak dijadikan sebagai lembaga percontohan oleh lembaga lain dibidang literasi.³

Kemajuan yang sudah ada di sekolah ini yang berkenaan dengan fasilitas dan sarana prasarana yang sudah memadai, misalnya ruang kelas yang baik kursi meja yang sudah terpenuhi, masjid/mushola sekolah yang dapat menampung seluruh warga sekolah saat melakukan kegiatan ibadah dengan hal itu kegiatan bisa dilakukan secara bersama-sama tanpa adanya pengaturan bergiliran yang menyita waktu kegiatan pembelajaran, fasilitas penunjang belajar mengajar seperti perpustakaan dan ekstrakurikuler. Untuk kegiatan ekstrakurikuler peserta didik diberikan kebebasan untuk memilih sesuai dengan minat dan bakat mereka. Ekstrakurikuler disekolah ini meliputi aeromodelling,

³ Wawancara dengan Guru Pendidikan Agama Islam, Bapak Isuminto, hari Kamis tanggal 24 November 2022, pukul 15.28 WIB

atletik, basket, bola voli, broadcasting, catur, *English conversation club*, futsal, hadrah, karawitan, *lifeskill* (sablon), menembak, musik, paskibra, pencak silat, tari (modern dan tradisional), teater, tenis meja dan tilawah. Banyak wali murid yang menyekolahkan anak-anaknya di sekolah ini, bukan tanpa alasan namun sekolah ini memiliki sarana prasarana yang memadai, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas serta selalu memberikan pelayanan yang baik.⁴

SMPN 1 Kedungpring Lamongan ini tentunya sudah melakukan kegiatan pemasaran dan promosi yang kemudian dapat mencapai target kuantitas peserta didik yang banyak hingga pada tahun 2022 harus menambah jumlah kelas. Oleh karena itu pemasaran menjadi suatu hal yang harus dilakukan oleh pihak sekolah, selain bertujuan untuk mengenalkan sekolah, pemasaran ini berfungsi untuk membentuk nama baik lembaga sehingga dapat menarik minat pelanggan atau masyarakat. Untuk itu sekolah dituntut untuk mempersiapkan segala halnya dengan baik dari mulai perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi untuk terus mengupgrade pemasaran yang dipakai untuk meningkatkan kuantitas peserta didik.

Dengan kuantitas peserta didik dan jumlah kelas yang terisi dikatakan banyak dalam lingkup di kecamatan, itu tentunya tidak terlepas dari peran manajemen pemasaran pendidikan yang telah dilaksanakan oleh pihak sekolah. Promosi yang dilakukan bukan hanya melalui brosur atau pamphlet yang

⁴ Wawancara dengan Kepala Sekolah, Ibu Sri Wahyuni, hari Kamis 22 Desember 2022, pukul 11.47 WIB.

disebarkan. Namun, juga dengan membangun hubungan kerjasama yang baik secara tidak langsung menarik minat calon peserta didik. Setiap tahunnya SMPN 1 Kedungpring mengundang lembaga-lembaga sekolah dasar untuk mengikuti kompetisi futsal yang dilaksanakan di lapangan olahraga sekolah, hal tersebut secara tidak langsung menarik minat peserta didik. Sebagai lembaga yang unggul dan fasilitas memadai para siswa atau wali murid juga tidak ragu untuk mengajak saudara, tetangga dan calon orang tua wali murid untuk menyekolahkan anaknya di SMPN 1 Kedungpring Lamongan.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk lebih mendeskripsikan manajemen pemasaran pendidikan di sekolah ini. Akhirnya peneliti mengambil judul penelitian *“Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan”*

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan fokus penelitian dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan ?
2. Bagaimana pelaksanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan?

3. Bagaimana evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang dirumuskan diatas, yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan.
2. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan
3. Untuk mendeskripsikan evaluasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi dunia pendidikan terutama bagi dunia pendidikan terutama pada lingkup manajemen kesiswaan.

Pada penelitian terdapat dua manfaat :

1. Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, pengalaman dan wawasan. Khususnya mengenai gambaran

pengetahuan tentang meningkatkan kuantitas peserta didik dengan manajemen pemasaran pendidikan, serta dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis

Penelitian tentang manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis sebagai berikut :

a. Bagi kepala sekolah

Diharapkan dapat digunakan sebagai acuan pentingnya dalam meningkatkan kuantitas peserta didik dengan dasar manajemen pemasaran pendidikan.

b. Bagi wakil kepala bidang humas

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan serta dijadikan acuan yang berkenaan dengan manajemen pemasaran dalam rangka meningkatkan kuantitas peserta didik terutama membangun hubungan sosial yang baik dengan publik.

c. Bagi wakil kepala bidang kesiswaan

Diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang pemasaran sekolah serta meningkatkan kualitas siswa dan kegiatan kesiswaan sehingga dapat menarik minat calon siswa baru.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya dalam menyusun karya ilmiah sejenis sebagai bahan referensi tambahan.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah yang tertulis dari judul penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan definisi yang epat dan batasan istilah yang digunakan agar tidak terjadi penafsiran yang salah. Penegasan istilah dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu ;

1. Penegasan Konseptual

Secara konseptual, penegasan istilah ini akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Manajemen pemasaran pendidikan

Manajemen pemasaran pendidikan mengambil dari istilah manajemen pemasaran pendidikan itu sendiri, hal ini merupakan suatu ilmu yang kemudian digabungkan dalam suatu proses. Dengan begitu fungsi-fungsi yakni perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang ada didalam kedua ilmu tersebut yakni manajemen dan pemasaran jasa pendidikan dapat mencapai tujuan pendidikan.

Sedangkan pemasaran pendidikan merupakan proses dimana seseorang ataupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan

dan inginkan dengan menciptakan apa yang dibutuhkan, menawarkan sesuatu yang diinginkan dan secara luas dapat melakukan transaksi produk atau jasa pendidikan yang bernilai untuk orang lain.⁵

b. Kuantitas peserta didik

Kuantitas menurut kamus besar bahasa Indonesia banyaknya benda berdasarkan jumlahnya (sesuatu).⁶ Jadi peningkatan kuantitas memiliki makna proses ataupun cara dalam meningkatkan jumlah barang atau yang lainnya.

Peserta didik merupakan orang atau individu yang mendapatkan hak pelayanan di suatu lembaga pendidikan sesuai dengan bakat, minat dan kemampuan agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mendapatkan kepuasan dalam menerima pengajaran yang diberikan oleh guru.⁷

Sedangkan arti peningkatan kuantitas yang dimaksudkan dari judul penelitian ini memiliki arti yakni usaha atau cara yang dilakukan untuk menambah jumlah peserta didik baru menjadi semakin banyak atau baik dari pada sebelumnya.

⁵ Setyaningrum, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), hlm. 11

⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, diakses melalui laman <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kuantitas>

⁷ Mohammad Mustari, *Nilai Karakter Refleksi Untuk Pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 108

2. Penegasan Operasional

Adapun penegasan istilah secara operasional dalam penelitian yang berjudul “*Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di SMPN 1 Kedungpring Lamongan*” ini merupakan proses kegiatan yang telah direncanakan secara sengaja dalam upaya memaksimalkan tugas dan tanggungjawab dengan beberapa upaya diantaranya melalui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam meningkatkan kuantitas peserta didik, sehingga jumlah peserta didik meningkat atau tidak adanya penurunan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada skripsi ini, penulis deskripsikan sebagai berikut :

Bab I, adalah pendahuluan yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II, kajian teori yang berisi pembahasan teori yang terkait dengan judul penelitian sebagai dasar pembahasan objek penelitian. Dalam bab ini terdiri dari kerangka teori yang memuat penjelasan manajemen pemasaran pendidikan, kuantitas peserta didik, penerimaan peserta didik, penelitian terdahulu dan paradigm penelitian.

Bab III, metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV, hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi data, temuan penelitian, dan analisis data.

Bab V, pembahasan hasil penelitian.

Bab VI, penutup yang terdiri dari kesimpulan pembahasan penelitian