

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam lembaga pendidikan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga menjadi sesuatu yang mutlak harus ada dan dilaksanakan oleh lembaga pendidikan. Selain ditunjuk untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga dan menjadi daya tarik masyarakat terutama calon peserta didik. Untuk itu sekolah/madrasah dituntut untuk memiliki strategi dalam hal meningkatkan pemasaran pendidikan guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas siswa/siswi yang ada di lembaga.

Pemasaran jasa pendidikan adalah kegiatan yang dilakukan lembaga untuk mendapatkan nilai tukar dari layanan jasa yang dimiliki. Adapun nilai tukar yang diharapkan adalah banyaknya input atau pelanggan pendidikan. Pemasaran dalam dunia pendidikan tidak berorientasi pada keuntungan secara material, melainkan berorientasi pada kepuasan pelanggan pendidikan. Kepuasan pelanggan menjadi penting sebagai nilai saing yang dapat mempertahankan eksistensi lembaga, oleh karena penting bagi lembaga untuk mempertahankan unsur-unsur pemasaran sehingga lembaga dapat mencapai tujuan dengan efektif dan efisien.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Chusnul Chotimah, *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan Dengan Masyarakat*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2017) hal 95-96

Pendidikan merupakan kebutuhan yang paling penting bagi manusia, setiap manusia yang memiliki pendidikan maka hidupnya akan terarah. Selain itu pendidikan dapat memenuhi tuntutan dan kebutuhan manusia.

Menurut Undang-undang NO. 20 Tahun 2003 pada Pasal 1 Ayat 1 dijelaskan bahwa pendidikan adalah sebagai berikut:

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dalam pembelajaran agar peserta didik dapat berkembang melalui potensi diri untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan bagi dirinya, masyarakat dan negara.<sup>3</sup>

Lembaga pendidikan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Pendidikan dan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat dan tidak terpisahkan. Lembaga pendidikan sendiri hakikatnya bertujuan untuk memberikan layanan dari pihak yang dilayani ingin mendapat kepuasan.

Di era yang semakin berkembang seperti pada saat ini menjadikan pendidikan itu di pandangan masyarakat adalah pendidikan yang sekarang ini tidak hanya sebahai bentuk pemenuhan kebutuhan terhadap pengetahuan dan keterampilan (skill) saja, akan tetapi sekarang ini pendidikan juga diiringi dengan sebuah investasi, yaitu berupa manusia dan modal (*capital instrumen dan human*). Sehingga untuk membantu meningkatkan pendidikan dalam hal keterampilan dan pengetahuan serta mempunyai kemampuan lembaga

---

<sup>3</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Bab 1, Pasal 1, Poin 4.

dimasa yang akan datang perlu adanya tolak ukur dari tingkatan yang diperoleh.

Persaingan antar sekolah/madarasah saat ini semakin kompetitif, Semua itu dibuktikan dengan adanya upaya kreatif penyelenggaraan pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan sekolah/madarasah agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa pendidikan. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan untuk menghadapi persaingan di era globalisasi ini harus bisa menonjolkan citra.

Pembelajaran yang berkualitas dan mampu meningkatkan pemasaran terus menerus agar mendapatkan jumlah peserta didik yang sesuai dengan keinginan serta lembaga dapat dikenal oleh masyarakat luas melalui citra pendidikan yang unggul dan baik ditengan masyarakat. Hal ini juga bisa meningkatkan citra lembaga pendidikan.

Pengelola lembaga pendidikan itu menjadi sangat penting dimana pertumbuhan dan perkembangan lembaga dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan mangsa pasar. Usaha tersebut dapat tercapai apabila lembaga didukung oleh seluruh tenaga pendidik, tenaga kependidikan, orang tua siswa maupun lingkungan masyarakat sebagai basis lembaga pendidikan islam. Yang berperan penting dalam daya saing untuk meningkatkan citra itu tidak hanya aspek lembaga pendidikan saja, tetapi aspek strategi pemasaran juga.

Strategi pemasaran memiliki peran yang penting dalam pengelolaan madrasah. Strategi pemasaran akan menghantarkan madrasah sebagai lembaga pendidikan yang besar sebagaimana yang diharapkan melalui proses formulas, Implementasi dan evaluasi secara berkala. Strategi pemasaran merupakan kegiatan dalam menentukan cara guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pelanggan yang merupakan sasaran dalam mencapai tujuan organisasi.

Dalam strategi pemasaran itu memberikan arahan yang kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar, targeting dan komunikasi pemasaran serta dapat menciptakan strategi pemasaran yang mampu untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri, Akan tetapi juga diperlukan strategi yang tepat dalam memasarkannya.<sup>4</sup>

Strategi yang tepat dalam pemasaran pendidikan yaitu dengan menggunakan elemen strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 7P yaitu 4P pemasaran tradisional produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*), dan ditambah 3P jasa yaitu: Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Sumber Daya Manusia (*Peple*), and Proses (*Process*).<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Khoirul Anam, *Strategi Pemasaran dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan* Dalam Jurnal Ta'allum, Vol 01. No 2, STAIN Tulungagung 1013, hal 169

<sup>5</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 150

Tetapi pada umumnya strategi pemasaran setiap lembaga pendidikan tidak terlepas dari (1) strategi pemasaran internal, dengan pengadaan karyawan yang berkualitas, pembagian kerja yang jelas, pengarahan yang berkesinambungan, pengendalian dan pemberian kompensasi, (2) strategi pemasaran eksternal dengan menyediakan fasilitas yang memadahi serta melakukan kegiatan promosi dan publikasi untuk meningkatkan citra lembaga, (3) strategi interaktif yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada siswa wali murid serta menjalin kerjasama yang baik antar komponen pendidikan. Apabila strategi pendidikan dilaksanakan dengan baik, maka peluang untuk meningkatkan citra lembaga semakin besar.<sup>6</sup>

Dengan adanya strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga ini diharapkan lembaga pendidikan itu mampu mempermudah pemasaran dan menarik minat pengguna jasa pendidikan. Karena orang tua atau calon peserta didik akan tertarik dengan kualitas yang ada di lembaga, seperti keunggulan madrasah/sekolah, ciri khas madrasah, dan sarana prasarana yang memadai yaitu juara-juara lomba tingkat kecamatan sampai provinsi, pertukaran pemasaran, kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah dan pastinya itu semua akan menunjang para calon peserta didik untuk mengubah apa yang mereka belum tau menjadi tahu, memahami, mengambil sikap, dan membuat sikap, serta membuat keputusan

---

<sup>6</sup> Ruly Budiyanoto, Strategi Marketing Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Penggunaan Jasa Pendidikan (Studi Multi Situs di MTsN Model Tergalek dan MTsN Kampak Tergalek), Tesis IAIN Tulungagung, 2015, hal 53 dalam <http://repo.iain-tulungagung.ac.id> diakses pada 28 Oktober 2023

untuk memilih lembaga tersebut. Mengingat dalam hal ini peneliti memiliki inisiatif untuk memilih lembaga pendidikan MA Swasta di daerah kabupaten jombang, adapun sedikit gambaran profil mengenai MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang tersebut adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang pertama kali didirikan pada tahun 1980, MAS Hasyim Asy'ari adalah satu satunya lembaga pendidikan dengan jenjang Madrasah Aliyah (MA) di Jogoroto, Kec. Jogoroto, Kab. Jombang, Jawa timur. MAS ini berada di bawah naungan kementerian agama (Kemenag). MAS Hasyim Asy'ari sendiri diambil dari mendiang kiayi hasyim yang mendirikan lembaga sekolah tersebut.

MAS Hasyim Asy'ari merupakan lembaga pendidikan terbesar di tingkat swasta di kabupaten jombang. Madrasah ini memiliki kreditasi B, Madrasah yang sangat kenyang akan pengalaman dan menjadi pelopor Madrasah Aliyah di wilayah Jogoroto dan sekitarnya, didukung dengan tempatnya yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau setra memiliki fasilitas belajar yang cukup memadai seperti tempat praktik otomotif dan menjahit.

MAS Hasyim Asy'ari ini selalu mempersiapkan lulusannya untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi melalui jalur SNMPTN, SBMPTN, SPAN-PTKIN, UM-PTKIN, PMDK,

---

<sup>7</sup> Tim IT MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto jombang, Content Management System (CSM) MTsN 3 Jombang, <https://sekolah.data.kemdikbud.go.id> diakses pada tanggal 30 November 2023

Undangan mupun mandiri. Banyak alumni dari lembaga ini yang diterima di perguruan tinggi negeri maupun swasta.

Lembaga pendidikan ini sangat memperhatikan potensi dari peserta didiknya mengajarkan mereka mulai dari pelajaran umum hingga pelajaran kitab pesantren atau kajian kitab kuning yang sampai sekarang masih berjalan dengan baik. MAS Hasyim Asy'ari ini dulunya hanya memiliki 1 kelas dengan jumlah peserta didik sekitar 30 siswa yang dijadikan 2 rombel namun karena kegigihan serta kerja keras dari semua pihak madrasah ini menjadi besar seperti saat ini.<sup>8</sup>

Dengan ini dibuktikan lagi oleh ciri khas dan prestasi peserta didiknya dalam bidang akademik maupun non akademik yang nantinya mampu bersaing. Seperti ciri khas yaitu kegiatan upacara, dan mengaji setiap hari, kegiatan pembinaan peserta didik yaitu kegiatan akademik dan kegiatan non akademik sebagai berikut: kegiatan ekstrakurikuler yang bermutu, terbukti dapat mengharumkan nama madrasah diberbagai tingkatan dan MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang sudah berkali-kali memenangkan lomba di tingkat kabupaten, mengadakan jam tambahan belajar bagi siswa/siswi kelas XII yang akan mengadakan ujian akhir madrasah.

Peneliti memilih tempat penelitian di MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang karena lembaga tersebut memiliki strategi pemasaran dan mampu membuat citra lembaga yang baik dimata

---

<sup>8</sup> Pengambilandata melalui akun facebook dan instagram sekolah yang diakses pada tanggal 03 November 2023

konsumen, itu dibuktikan dengan jumlah siswa yang semakin tahun semakin bertambah. Dan dalam tahun ini menjadi lembaga terbesar dan memiliki jumlah siswa yang tertinggi yaitu 400 siswa dan diprediksi akan menambah pada tahun berikutnya.<sup>9</sup>

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, peneliti tertarik karena ingin mempelajari serta meneliti keunikan dalam penerapan pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang yang tetap mampu meningkatkan citra lembaga yang unggul oleh eksistensinya sebagai lembaga pendidikan yang unggul di tingkat madrasah swasta. Dengan demikian peneliti mengadakan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang**”

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti memfokuskan pada “strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang” dari fokus penelitian, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang?

---

<sup>9</sup> Hasil obserfasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 29 Februari 2024



2. Bagaimana implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang?
3. Bagaimana evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang penulis lakukan sebagai berikut tujuan penelitiannya:

1. Untuk mengetahui formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang
2. Untuk mengetahui implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang
3. Untuk mengetahui evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hakikat sebuah penelitian adalah kontribusinya dalam perkembangan ilmu untuk memberikan manfaat-manfaat kepada seluruh manusia. Maka dari itu peneliti memeberikan kontribusi sebagaimana dijelaskan, berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

## **1. Manfaat Teoritis**

Kegunaan teoritis dari penelitian adalah dapat memberikan kontribusi pengetahuan, seperti dapat memberikan teori yang ada dan memberikan gambaran secara detail bagaimana proses strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga dan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pendidikan.

## **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan yang kaitannya dengan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi pengelola pendidikan, dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang
- b. Bagi lembaga pendidikan yakni MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang, hasil penelitian berupa skripsi ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mempertahankan dan meningkatkan citra lembaga dimasa yang akan datang melalui konsep strategi pemasaran pendidikan.
- c. Pembaca, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah serta menumbuhkan wawasan serta

pengetahuan bagi pembaca khususnya dalam hal strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga.

- d. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya serta dapat dijadikan acuan untuk melaksanakan penelitian selanjutnya terutama tentang aspek dari strategi pemasaran pendidikan sehingga dapat menumbuhkan khususnya keilmuan dalam bidang manajemen pendidikan islam.
- e. Perpustakaan UIN SATU Tulungagung, hasil penelitian ini dapat menambah literatur sumber belajar mahasiswa dan memebrikan sumbangsih referensi perpustakaan Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

## **E. Penegasan Istilah**

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang” dari judul yang sudah tertulis ini mungkin sudah dapat diketahui maksudnya, namun untuk menghindari kesalahfahaman yang mungkin bisa terjadi maka perlu diadakan penegasan istilah dideskripsikan peneliti sebagai berikut:

### **1. Penegasan Konseptual**

#### **a. Strategi Pemasaran**

Strategi adalah suatu rencana untuk mencapai tujuan perusahaan, dimana dalam melakukan tindakan harus melihat

kondisi lapangan dan sasaran terlebih dahulu. Maksud atau tujuan itu adalah supaya menghasilkan kebijaksanaan utama dan perencanaan sesuai dengan tujuan merinci jangkauan sasaran atau bisnis yang dikejar perusahaan.<sup>10</sup> Menurut Philip Kotler dan Armstrong dikutip oleh Manap pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan lewat pencitraan serta penukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.<sup>11</sup> Pendidikan adalah usaha sadar yang dilakukan masyarakat dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan, yang berlangsung di dalam ruangan maupun di luar ruangan, serta sepanjang hayat untuk mempersiapkan peserta didik yang unggul untuk dirinya sendiri dan lingkungan yang digunakan di masa yang akan datang.<sup>12</sup> Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan itu adalah penentu suatu tujuan dan sasaran didalam sistem kegiatan bisnis yang direncanakan untuk merancang dan menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat menarik dan memuaskan pelanggan dibidang pendidikan.

---

<sup>10</sup> Buchari Alam, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 199

<sup>11</sup> Abdul Manap, *Revolusi manajemen Pemasaran Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hal 5

<sup>12</sup> Amos Neolaka, Grace Amalia A, Neolaka, *Landasan Pendidikan (Dasar Pengenalan Diri Sendiri Menuju Perubahan Hidup)*, (Depok:Kenca:1017), hla 2

## b. Citra Lembaga Pendidikan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia citra merupakan kata benda: gambar, rupa atau gambaran. Gambaran ini yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk.<sup>13</sup> Menurut Rusadi Ruslan citra (*image*) adalah sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu objek tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun informasi dari suatu sumber.<sup>14</sup> Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa citra lembaga pendidikan adalah suatu gambaran tentang lembaga pendidikan yang mana dilihat mulai dari kepemimpinannya, nama lembaga, dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media pubilitas baik menggunakan visual, audio, dan audio visual.

## 2. Penegasan Operasional

Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga dalam penelitian ini adalah penelitian yang membahas tentang strategi pemasaran pendidikan yang meliputi *formulasi pemasaran, implementasi pemasaran dan evaluasi pemasaran* yang mengarah pada proses meningkatkan citra lembaga di MAS

---

<sup>13</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses melalui aplikasi KBBI edisi V pada gawai berbasis android

<sup>14</sup> Rusadi Rulan, *Manajemen Publik relation Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Prasada, 2008), hal 75

Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang agar bisa mencapai keberhasilan yang diharapkan.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam sebuah karya ilmiah, peneliti berusaha menyusun kerangka penulisan skripsi secara logis dan sistematis. Diharapkan agar pembahasan lebih terarah dan mulai dipahami, serta dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pembahasan menyusun skripsi terdapat bagian awal dan terdapat enam bab dalam masing-masing bab terdiri dari beberapa sub sub yang saling berkaitan satu sama lain serta bagian akhir. Secara terperinci, sistematika pembahasan penulisan didefinisikan sebagai berikut:

Adapun bagian awal dalam penulisan skripsi terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, pembahasan, prakata, daftar lampiran, abstrak daftar isi.

BAB I ini meliputi pendahuluan, Pada bagian pendahuluan ini memuat tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II meliputi kajian teori yang meliputi deskripsi tentang teori strategi pemasaran pendidikan, dan meningkatkan citra lembaga, serta penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan penelitian ini, tak lupa juga dengan paradigma penelitian.

BAB III ini membahas tentang metode penelitian. Dalam bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV ini membahas hasil penelitian, yang menguraikan deskripsi data dan penelitian.

BAB V berisi tentang pembahasan, dalam bab ini berisi pembahasan yang akan diuraikan analisis data dan temuan hasil penelitian yang akan dideskripsikan dalam bab selanjutnya.

BAB VI ini berisi tentang penutup, berisi kesimpulan yang didapat dari analisis yang dilakukan pada pembahasan dan juga berisi saran-saran. Pada bagian akhir juga dicantumkan daftar pustaka dan bagian lampiran.