

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan dengan segala cara dan bentuknya merupakan kebutuhan setiap makhluk bernama manusia, dan manusia akan selalu mencari model-model atau bentuk serta sistem pendidikan yang dapat mempersiapkan peserta didik untuk menyongsong masa depannya karena peserta didik adalah generasi yang akan menggantikan posisi orang dewasa. Namun sesuai dengan zamannya pendidikan zaman dahulu kala sering kurang disadari pelaksanaannya sehingga terkesan kurang sistematis dan tidak terencana, yang oleh karenanya nampak seolah-olah pendidikan itu hanyalah merupakan proses alami yang terjadi dengan sendirinya.¹

Pendidikan merupakan usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan atau latihan bagi peranannya dimasa yang akan datang. Pendidikan bisa saja berawal dari sebelum bayi lahir seperti yang dilakukan oleh banyak orang dengan memainkan musik dan membaca kepada bayi dalam kandungan dengan harapan ia bisa mengajar bayi mereka sebelum kelahiran. Pada hakikatnya pendidikan merupakan sebuah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan,

¹Juwariyah. *Dasar-Dasar Pendidikan Anak dalam Al-Qur'an*. (Yogyakarta: Teras, 2010). hal. 1.

akhlakul mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat (UU SISDIKNAS No.20 Tahun 2003).

Secara historis, pendidikan dalam arti luas telah mulai di laksanakan sejak manusia berada di muka bumi ini. Adanya pendidikan adalah setua dengan adanya kehidupan manusia itu sendiri. Dengan perkembangan peradaban manusia, berkembang pula isi dan bentuk termasuk perkembangan penyelenggaraan pendidikan. Ini sejalan dengan kemajuan manusia dalam pemikiran dan ide-ide tentang pendidikan.

Menurut pendapat Suroso Prawiroharjo, sebagaimana di muat dalam tulisan Raka Jon, salah satu konsep tentang pendidikan pendidikan yang banyak di ajarkan di lembaga pendidikan guru adalah yang menggambarkan pendidikan sebagai bantuan pendidikan untuk membuat peserta didik dewasa artinya, kegiatan pendidikan berhenti tidak di perlukan lagi, apabila kedewasaan yang di maksud yaitu kemampuan untuk menentukan pilihan atau keputusan serta mempertanggung jawabkan perbuatan dan perilaku secara mandiri, telah tercapai.²

Menurut Ki Hajar Dewantara yang di namakan pendidikan yaitu tuntunan di dalam hidup tumbuhnya anak-anak. Adapun maksudnya pendidikan yaitu, menunut segala kekuatan kodrat yang ada pada anak-anak itu, agar mereka sebagai manusia dan sebagai anggota masyarakat dapatlah mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang setinggi-tingginya.³

Proses pendidikan merupakan rangkaian usaha mimbingan, mengarahkan potensi hidup manusia yang berupa kemampuan-kemampuan dasar dan

² Sumitro, dkk. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. (Yogyakarta: UNY, 2013). hal. 15.

³ Ibid., hal. 18.

kemampuan belajar, sehingga terjadilah perubahan di dalam kehidupan pribadinya sebagai makhluk individual, sosial serta alam dalam hubungannya dengan alam sekitar dia berada. Proses kependidikan Islam senantiasa berada di dalam nilai-nilai Islam dan berupaya menanamkan akhlaqul karimah.

Pendidikan agama Islam adalah usaha sadar pendidik dalam rangka menumbuh kembangkan potensi jasmani dan rohani peserta didik sesuai dengan ajaran Islam. Mendidik, mengajar dan mengarahkan secara sadar dan terus menerus yang sesuai dengan kemampuan sadar (*fitrah*) dan kemampuan ajarnya pengaruh dari luar baik secara individu maupun kelompok, sehingga mampu memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam secara utuh dan benar. Adanya tujuan yang ingin dicapai dalam usaha mengarahkan dan mengubah pola pikir, pola pandang dan pola tingkah laku yang sesuai dengan ajaran Islam.⁴

Dengan perkembangan zaman di dunia pendidikan yang terus berubah dengan signifikan sehingga banyak merubah pola pikir pendidikan, dari pola pikir yang awam dan kaku menjadi lebih modern. Sebagai salah satu komponen utama dalam sistem pendidikan, lembaga pendidikan sudah selayaknya memberikan kontribusi yang nyata dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM). Apabila lembaga pendidikan di analogikan sebagai mesin produksi, maka kualitas output akan ditentukan oleh kualitas mesin tersebut.

Sekolah merupakan lembaga atau suatu pendidikan formal. Dalam UU Nomor 20 Tahun 2003 di jelaskan tentang tiga jalur pendidikan, yakni (1) jalur pendidikan *formal*, (2) jalur pendidikan *non-formal*, dan (3) jalur pendidikan

⁴Ahmad Mutohar & Nurul Anam. *Manifesto Modernisasi Pendidikan Islam & Pesantren*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013). hal. 38.

informal. Dalam hal ini, jalur pendidikan formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Satuan pendidikan sekolah itu merupakan tempat peserta didik untuk memperoleh pengetahuan, sikap dan keterampilan yang akan di peroleh dalam kehidupan.

Sekolah dikenal sebagai lembaga pendidikan formal, yang di dalamnya terdapat komponen-komponen pendidikan, mulai dari siswa atau peserta didik sebagai masukan kasar (*raw input*), sampai dengan masukan lingkungan instrumental (*instrumental input*), juga komponen masukan lingkungan (*environmental input*). Semua komponen tersebut akan mempengaruhi proses pendidikan (*educational process*), dan pada akhirnya akan melahirkan keluaran pendidikan (*educational output*) dan terakhir akan berpengaruh terhadap hasil pendidikan (*educational outcomes*) yang dicita-citakan sebagaimana di amanatkan dalam tujuan pendidikan nasional.⁵

Pelaksanaan pendidikan karakter pada satuan pendidikan sekolah sudah barang tentu harus memperhatikan semua komponen tersebut, karena semua komponen itu akan mempunyai pengaruh terhadap keterlaksanaan dan keberhasilan pendidikan karakter di sekolah. Semua komponen pendidikan akan mempengaruhi proses dan hasil pelaksanaan pendidikan karakter di sekolah.⁶

Apabila kita melihat lembaga pendidikan dari kaca mata sebuah corporate, maka lembaga pendidikan ini adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Konsumen utamanya adalah para

⁵Suparlah. *Praktik-Praktik Terbaik Pelaksanaan Pendidikan Karakter*. (Yogyakarta: Hikayat Publishing, 2012). hal. 8.

⁶Ibid., hal. 9.

siswa, atau mahasiswa, disamping itu masih banyak konsumen lain. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan, disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambahan bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah akan mundur peminat tidak ada, akhirnya sekolah itu ditutup. Apabila sekolah ditutup karena ketidak mampuan para pengelolanya, maka akan menimbulkan bencana pada sebuah masyarakat.

Namun adakalanya pihak pengelola pendidikan, tidak senang atau sangat alergi terhadap istilah-istilah bisnis dibawa ke dalam manajemen pendidikan. Sebenarnya ini tidak perlu demikian, karena konsep bisnis pendidikan, menyongsong keunggulan masa depan.⁷

Bisnis dan marketing bukan bekerja dengan iklan dan promosi yang mengelabui masyarakat, tapi mendidik dan meyakinkan masyarakat ke arah yang benar dan percaya bahwa sekolah ini bermutu. Hal-hal inilah yang belum kita pahami selama ini, sehingga orang alergi dengan konsep tersebut. Memang konsep ini berasal dari Amerika, negara kapitalis, sudah 76 tahun yang lalu (tahun 1932) Abraham Flexner memperkenalkan konsep ini untuk perguruan tinggi. Tahun 70-80an konsep ini diterima oleh masyarakat Amerika, yang sebelumnya juga mereka tentang tidak setuju. Namun perkembangan persaingan ditingkat universitas makin tajam, para calon mahasiswa sulit diperoleh, mereka tidak bisa dikelabui dengan iklan atau promosi besar-besaran. Sekarang ini dunia

⁷Buchari Alma & Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. (Bandung: Alfabeta, 2008). hal. 13.

perguruan tinggi kita baru memahami marketing sebatas mengadakan kegiatan promosi, jor-joran dalam slogan, tanpa membenahi substansi dari universitas itu sendiri.⁸

Menurut Sudjana manajemen merupakan rangkaian berbagai kegiatan wajar yang di lakukan seseorang berdasarkan norma-norma yang telah di tetapkan dan dalam pelaksanaannya memiliki hubungan dan saling keterkaitan dengan lainnya. Hal tersebut di laksanakan oleh orang atau beberapa orang yang ada dalam organisasi dan di beri tugas untuk melksanakan kegiatan tersebut. Sedangkan menurut Stoner manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi lainnya agar mencapai organisasi yang telah di tetapkan.⁹

Proses pertukaran memerlukan banyak tenaga dan keterampilan. Manajemen pemasaran terjadi bila setidaknya satu pihak dalam pertukaran potensional memikirkan sasaran dan cara mendapatkan respon yang diharapkan dari pihak lain. Kita akan menggunakan definisi (*manajemen*) pemasaran yang dirumuskan pada tahun 1985 oleh *American Association*:¹⁰

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Definisi ini menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, implementasi, dan

⁸Buchari Alma & Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. (Bandung: Alfabeta, 2008). hal. 14.

⁹Tim Dosen. *Manajemen Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2014). hal. 87.

¹⁰Philip Kotler, dkk. *Manajemen Pemasaran Persepektif Asia*, (Yogyakarta: Andi and Pearson Education Asia Pte. Ltd, 2000). hal. 16.

pengendalian, juga mencakup barang, jasa, dan gagasan; berdasarkan pertukaran; dan tujuannya adalah memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat.

Manajemen pemasaran berlaku dalam organisasi dalam kaitannya dengan semua pasarnya. Misalnya dalam sebuah perusahaan mobil. Manajer personalia berhubungan dengan pasar tenaga kerja; manajer pembelian berhubungan dengan pasar bahan mentah; dan manajer keuangan berhubungan dengan pasar uang. Mereka harus menetapkan tujuan dan mengembangkan strategi untuk mencapai hasil yang memuaskan dalam pasar-pasar tersebut. Eksekutif-eksekutif tersebut biasanya tidak disebut pemasaran, bahkan mereka juga tidak dilatih dalam pemasaran. Paling-paling mereka hanyalah pemasar 'paruh waktu'. Sebaliknya, manajemen pemasaran secara historis dikaitkan dengan tugas dan orang-orang yang berhubungan dengan pelanggan.¹¹

Sekolah merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berfungsi mencerdaskan kehidupan manusia. Setiap sekolah pastinya memiliki keinginan bagaimana sekolah tersebut agar mampu diminati banyak pelajar dengan menciptakan kualitas yang bermutu. Salah satunya menawarkan lingkungan pendidikan seperti sekolah yang bersih, tenang, indah, dan nyaman yang mendorong semangat belajar, proses administrasi yang lancar, dan lain-lain. Dengan demikian, sekolah harus mempunyai daya tarik dan daya saing yang tinggi untuk memenuhi kepuasan masyarakat sebagai konsumen pendidikan. Jika realitanya sekolah tidak mampu memberikan sesuai dengan ekspektasi

¹¹Philip Kotler, dkk. *Manajemen Pemasaran Persepektif Asia*, (Yogyakarta: Andi and Pearson Education Asia Pte. Ltd, 2000). hal. 17.

masyarakat, maka akan membentuk citra sekolah menjadi buruk. Agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat perlu adanya strategi pemasaran yang baik.

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan.¹²

Menurut Kotler & Armstrong, strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan di gunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah di tetapkan lebih dulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.¹³

Sedangkan menurut Gultinan dan Gordon, menyatakan strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu. Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi-strategi ini ditentukan melalui program-program pemasaran yang spesifik, seperti program periklanan, program promosi penjualan, program pengembangan produk, serta program penjualan dan distribusi.¹⁴

¹²J. David Hunger & Thomas L. Wheelen. *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta: ANDI, 2001). hal. 4.

¹³Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: PT Buku Seru, 2015), hlm. 2.

¹⁴Ibid., hlm. 2.

Apabila sekolah memiliki sistem pemasaran yang baik dan didukung adanya fasilitas sekolah yang memadai dan melengkapi setiap kebutuhan peserta didik, maka peningkatan jumlah peserta didik akan terus meningkat. Karena di era globalisasi sekarang banyak persaingan dalam dunia pendidikan yang bermain curang. Contohnya saja dalam mempromosikan atau mengiklankan suatu lembaga pendidikan kadang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada di lingkungan lembaga pendidikan tersebut.

Seperti di daerah Kebumen sekolah SD/MI banyak yang mengalami kekurangan siswa bahkan ada beberapa sekolah yang di marjer dengan sekolah lain. Tetapi berbeda dengan sekolah yang satu ini yaitu Sekolah Dasar Islam (SDI) Ulil Albab Kebumen yang berdiri pada tanggal 1 Juli 2006 yang beralamatkan Jl. Tentara Pelajar No. 42 Desa Kawedusan, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. Kualitas sekolah ini bisa dikategorikan sangat baik sehingga banyak wali murid yang berbondong-bondong menyekolahkan anak-anaknya di SD Ulil Albab. Sekolah ini berbais Islam dengan menonjolkan dari sisi keagamaan yaitu pembelajaran Al-Qur'an menggunakan metode Qiroati dan ada program tahfidznya sehingga banyak sekalian wali murid yang tertarik dengan sekolah tersebut.¹⁵

Penulisan ini difokuskan pada bagaimana lembaga pendidikan Islam meningkatkan kualitasnya dengan menggunakan strategi. Sebagaimana diketahui bahwa penelitian tentang mutu pendidikan lembaga pendidikan islam yang dibingkai pendekatan manajemen pemasaran (*marketing management*) masih

¹⁵Wawancara dengan Hamzah Solehudin karyawan TU di SD Islam Ulil Albab Kebumen. Pada Hari Selasa 26 Juni 2018.

sangat terbatas. Jadi berdasarkan uraian diatas penulis mengangkat tema di SD Islam Ulil Albab ialah usaha dari pihak pengurus yayasan maupun dari pihak sekolah dalam memasarkan jasa pendidikan dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran atau “*marketing*”. Dengan menonjolkan sisi dari keagamaan yang menggunakan metode qiroati dan program tahfidz sehingga output dari lembaga tersebut mampu menghafalkan yang sudah ditentukan. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti dan menjadikan SD Islam Ulil Albab Kebumen sebagai tempat penelitian yang tepat.

B. Pembatasan Masalah

Agar penulisan sesuai dengan tujuan serta mengenai sasaran dan tidak menyimpang terlalu jauh dalam meneliti objek penelitian, maka di perlukannya pembatasan masalah. Berdasarkan latar belakang yang telah di sebutkan di depan, maka penulis membatasi masalah yang akan di teliti yaitu tentang Strategi Pemasaran Pendidikan Di SD Islam Ulil Albab Kebumen.

C. Perumusan Masalah

Dari uraian pembahasan latar belakang masalah diatas dapat dibuat beberapa rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pendidikan di SD Islam Ulil Albab Kebumen?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pemasaran pendidikan di SD Islam Ulil Albab Kebumen?
3. Bagaimana solusi dan hasilnya?

D. Penegasan Istilah

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah di atas, penulis bermaksud untuk menghindari salah tafsir dan salah pengertian terhadap judul penelitian, maka perlu adanya penegasan istilah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Strategi

Strategi adalah kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah suatu organisasi pendidikan. Secara singkat strategi dapat di katakan sebagai *doing the right things* (mengerjakan sesuatu dengan benar). Skinner berpendapat bahwa strategi merupakan filosofi yang berkaitan dengan alat untuk mencapai tujuan. Pendapat lain di kemukakan Hill dalam Freddy Rangkuti bahwa strategi merupakan suatu cara yang menekankan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan manufaktur dan pemasaran. R.G. Murdick dan J.E Ross mengartikan setrategi sebagai konfigurasi tentang hasil yang di harapkan tercapai pada masa depan.¹⁶

Sedangkan yang dimaksud strategi yang diterapkan di SD Islam Ulil Albab Kebumen yaitu suatu cara atau taktik untuk mencapai sasaran khusus/ sasaran tertentu yang diharapkan dari tujuan tersebut. Strategi yang dimaksud ini yaitu suatu cara atau taktik untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pendidikan di SD Islam Ulil Albab Kebumen.

¹⁶Badrudin. *Dasar-Dasar Manajemen*. (Bandung: Alfabeta, 2014). hal. 95.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar.

William J. Stanton menyatakan bahwa Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Jadi, kita meninjau pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli.¹⁷

Sedangkan pemasaran yang diterapkan di SD Islam Ulil Albab Kebumen yaitu menyebarkan brosur, pamflet, memasang sepanduk sebelum tahun ajaran baru, melakukan promosi dengan menggunakan media internet, dan sosialisasi atau presentasi profil sekolah.

¹⁷Basu Swastha DH and Irwan. *Menejemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty, 2008). hal. 5.

3. Pendidikan

Pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan sebagai layanan belajar. Karakteristik khusus pendidikan di lihat dari bentuk kegiatannya menunjukkan bahwa pendidikan berbentuk segala macam pengalaman belajar dalam hidup, pendidikan berlangsung dalam beraneka ragam bentuk, pola, model, dan lembaga dengan menggunakan strategi untuk memperoleh kualitas yang di persyaratkan. Pendidikan dapat terjadi sembarang situasi, kapan, dan di manapun dalam hidup, namun prinsipnya pendidikan lebih berorientasi pada pendewasaan peserta didik.¹⁸

Sedangkan yang dimaksud pendidikan di SD Islam Ulil Albab Kebumen adalah suatu proses kegiatan pembelajaran yang dilakukan oleh siswa, pendidik, dan tenaga kependidikan baik itu ilmu umum ataupun ilmu agama yang dilakukan dilembaga pendidikan secara sadar untuk membentuk siswa dalam perkembangan mencapai kedewasaannya.

4. SD Islam Ulil Albab Kebumen

Sekolah Dasar Islam (SDI) Ulil Albab Kebumen yang berdiri pada tanggal 1 Juli 2006 yang beralamatkan Jl. Tentara Pelajar No. 42 Desa Kawedusan, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen.

¹⁸ Syaiful Sagala. *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2010). hal. 7.

Jadi yang dimaksud dengan judul penelitian ini adalah untuk meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran pendidikan di SD Islam Ulil Albab Kebumen Tahun pelajaran 2018/2019.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran pendidikan di SD Islam Ulil Albab Kebumen” bertujuan:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang ada di SD Islam Ulil Albab Kebumen.
2. Untuk mengetahui apa yang menjadi kendala selama ini di SD Islam Ulil Albab Kebumen.
3. Untuk mengetahui cara menyelesaikan masalah di SD tersebut dan untuk mengetahui bagaimana hasil setelah masalah tersebut di selesaikan.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini yaitu di harapkan dapat di gunakan sebagai bahan informasi dan telaah, khususnya bagi peneliti sendiri dan umumnya bagi semua komponen baik di SD Islam Ulil Albab Kebumen dan Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.