

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan seluruh pengetahuan belajar yang terjadi sepanjang hayat dalam semua tempat serta situasi yang memberikan pengaruh positif pada pertumbuhan setiap makhluk individu.¹

Menurut undang-undang No 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan sepiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat.²

Untuk menciptakan pendidikan yang berkualitas perlu melihat dari beberapa aspek, salah satunya dengan cara mendirikan sebuah lembaga pendidikan yang unggul, kompetitif dan berkualitas. Lembaga pendidikan yang berkualitas mampu berkompetitif dengan baik, di era banyaknya lembaga pendidikan yang saling berkompetitif dalam menarik minat konsumen agar para konsumen menimbah ilmu dilembaga pendidikan tersebut. Salah satu cara agar para konsumen atau calon peserta didik masuk

¹ Desi Pristiwanti, dkk, "*Pengertian Pendidikan*", vol 4, dalam jurnal pendidikan dan konseling, No 6. Tahun 2022, hal. 7912.

² Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 4.

kedalam lembaga pendidikan tersebut yaitu dengan melakukan manajemen pemasaran pendidikan.

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.³

Secara mendasar pemasaran bisa diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk atau jasa dengan pihak lain. Menurut Kotler pemasaran merupakan usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran.⁴

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan

³ Agustina Shinta, "*Manajemen Pemasaran*", Edisi Kesatu (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), hal 1.

⁴ Muhammad Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik," *jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol. 1, no. No. 2 (2018): hal 80.

kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.⁵

Saat ini dunia telah memasuki era *cyber physical system* atau yang lebih dikenal dengan era digital generasi 4.0. Hal ini memiliki dampak yang sangat besar bagi beberapa sektor kehidupan, salah satunya dalam melakukan manajemen pemasaran pendidikan pesantren di Indonesia. Diera digital pesantren harus mampu mengikuti arus perubahan zaman agar mampu bersaing dan berkompetitif dengan pesantren lainnya. Seiring ketatnya persaingan pesantren tidak hanya meningkatkan dari aspek lembaga pendidikannya saja, tetapi juga aspek dalam melakukan manajemen pemasaran pendidikan.

Diera modern, pemasaran pendidikan tentunya berkembang, salah satunya pemasaran pendidikan melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter, youtube, website dan lain-lain. Adanya media sosial tentunya sangat membantu serta mempermudah bagi sebuah lembaga pendidikan dalam melakukan pemasaran pendidikan.

Oleh karena itu, tim media memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan pemasaran pendidikan untuk menarik minat para konsumen. Dalam menarik minat konsumen tim media harus kreatif dan inovatif dalam melakukan pemasaran pendidikan. Dalam melakukan pemasaran pendidikan tim media tidak hanya menjual jasa pendidikan

⁵ Heri Sudarsono, "*Manajemen Pemasaran*", *Cet Kesatu* (Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020), hal 2.

saja, tetapi harus memperhatikan kepuasan dan juga mampu menjawab keinginan serta kebutuhan para konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, muncul berbagai model pemasaran pendidikan yang dilakukan lembaga pendidikan di masing-masing daerah. Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen merupakan salah satu lembaga pendidikan yang melakukan manajemen pemasaran pendidikan.

Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen merupakan lembaga pendidikan yang bertujuan membentuk dan mencetak serta mengembangkan generasi islam yang beriman dan bertaqwa kepada Alloh SWT, berilmu, tangguh, trampil, mandiri dan berakhlak mulia. Memberdayakan dan mengembangkan SDM dibidang keagamaan, pendidikan, kebudayaan dan IPTEK. Mensyi'arkan dan menegakkan ajaran Islam dengan bermadzhah Ahlusunnah wal Jama'ah. Hal tersebut menjadi prioritas utama dalam kemajuan di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen.

Pada awal penerimaan santri baru, Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen memasarkan lembaga pendidikannya melalui getok tular. Seiring berjalannya waktu, dengan perkembangan teknologi, Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen mulai meningkatkan kualitas media pemasarannya melalui baliho, brosur dan media sosial.

Cara tersebut sangat berhasil dalam mengenalkan dan menarik calon santri baru. Maka dari itu, Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen membuat tim media untuk mengembangkan pemasaran pendidikan dengan membuat beberapa akun seperti website, facebook, instagram dan youtube sebagai sarana dalam memasarkan pendidikan.

Dari penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Tim Media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen”.

B. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlalu luas maka penelitian ini lebih difokuskan kepada permasalahan yang akan diteliti. Peneliti akan menggali dan mengkaji tentang manajemen pemasaran pendidikan tim media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen dan apa hasil dari manajemen pemasaran pendidikan tim media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, terdapat beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana manajemen pemasaran tim media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen?
2. Apa hasil dari manajemen pemasaran pendidikan tim media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen?.

D. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami tentang “Manajemen Pemasaran Pendidikan Tim Media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen” maka akan dijelaskan secara singkat istilah yang terdapat di dalamnya sebagai berikut:

1. Manajemen

Secara etimologis, manajemen berasal dari berbagai bahasa, salah satunya yaitu dari bahasa Prancis kuno yakni *menagement*, yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Menurut George. R Terry manajemen adalah suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan SDM dan sumber-sumber lainnya.⁶

⁶ Roni Angger Aditama, "*Pengantar Manajemen*": Teori Dan Aplikasi, Cet Pertama (Malang: AE Publishing, 2020), hal 1.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan proses merencanakan, menorganisasikan, melaksanakan dan mengawasi agar tercapainya tujuan yang efektif dan efisien.

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis dalam menciptakan, mengkomunikasikan, pengiriman, dan penciptaan nilai baik bagi konsumen, pelanggan, rekanan dan masyarakat yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barangbarang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan dalam menciptakan, memberikan dan menukar nilai untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Pendidikan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.⁸

Sedangkan menurut Mudyaharjo pendidikan merupakan upaya dasar yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat serta pemerintah, dengan melalui pengajaran atau latihan, kegiatan bimbingan, yang

⁷ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran, Edisi Revisi* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), hal 15.

⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

berlangsung di dalam sekolah dan di luar sekolah sepanjang hidupnya, yang bertujuan untuk mempersiapkan anak didik supaya mampu memainkan peranan pada berbagai kondisi lingkungan hidup dengan tepat di waktu yang akan datang.⁹

Dari penjelasan pengertian diatas disimpulkan bahwa pendidikan merupakan suatu proses perubahan sikap dan tata laku yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat serta pemerintah melalui pengajaran dan pelatihan agar anak didik mampu memainkan perannya dengan tepat.

4. Tim Media

Tim media atau *Social Media Specialist* adalah orang yang bertanggung jawab untuk menjadi wakil perusahaan di seluruh *channel* media sosial.¹⁰ Sedangkan pengertian lainnya tim media atau *Social Media Specialist* merupakan sebuah profesi yang bertanggung jawab untuk merencanakan, menciptakan, dan membuat strategi yang diterapkan di berbagai *platform* media sosial sebuah perusahaan.¹¹ Dalam hal ini tim media atau *Social Media Specialist* merupakan seseorang atau kelompok yang bertanggung jawab mengendalikan dan menjalankan media sosial dalam mengelola akun

⁹ Hasamah, dkk, *Pengantar Pendidikan, Cet Kedua* (Malang: UMM Press, 2019), hal 34.

¹⁰ <https://revou.co/panduan-karir/apa-itu-social-media-specialist>, diakses 11 Februari 2023, jam 15:42

¹¹ https://www.tokopedia.com/blog/social-media-specialist-krj/?utm_source=google&utm_medium=organic diakses 11 Februari 2023, jam 16:22

untuk merencanakan, menciptakan dan membuat strategi dalam sebuah perusahaan.

5. Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan nonformal yang memberikan pendidikan dan pengajaran kepada santri untuk mengembangkan dan memahami agama islam. Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen adalah salah satu pondok pesantren yang berada di Kabupaten Kebumen, terletak di jalan pasar gamblok Desa Tanjungsari, Kecamatan Petanahan, Kabupaten Kebumen Provinsi Jawa Tengah, kode pos: 54382, telp : 081802658344.¹²

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk :

1. Mengetahui bagaimana manajemen pemasaran pendidikan tim media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen.
2. Mengetahui hasil dari manajemen pemasaran pendidikan tim media di Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen.

¹² <https://www.ponpesalisticomah.com/2019/08/profil-pondok-pesantren-al-isticomah.html> diakses 11 Februari 2023, jam 17:16

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi orang lain, baik itu secara teoritis maupun praktis yaitu :

a. Kegunaan teoretis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah ilmu bagi para pembaca tentang manajemen pemasaran pendidikan tim media,

b. Kegunaan praktis

Dalam kegunaan praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi maupun acuan bagi penulis lainnya mengenai manajemen pemasaran pendidikan tim media, dan juga sebagai bahan masukan bagi Pondok Pesantren Al-Istiqomah Tanjungsari Petanahan Kebumen dalam melakukan manajemen pemasaran tim media.