

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman, pendidikan memiliki peran yang sangat penting. Pendidikan bisa menambah wawasan, memiliki kemampuan, bisa menyelesaikan masalah yang sedang terjadi, serta bisa menciptakan kesempatan kerja yang lebih baik. Hal ini pendidikan sangat penting untuk kita tanamkan sejak dini. Melalui menanamkan pendidikan sejak dini maka akan terbiasa dengan hal-hal yang baik sehingga, bisa dijadikan sebagai pondasi untuk membentuk masa depan yang baik dan memiliki kepribadian yang bisa dijadikan contoh kepada masyarakat sekitar. Pendidikan juga bisa mengasah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang sehingga, seseorang bisa mengembangkan bakat yang dimiliki.

Pendidikan yang mengikuti perkembangan zaman, terdapat dalam Undang-undang No.20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 Ayat 2 yaitu:

“Pendidikan Nasional adalah pendidikan yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia dan tanggap terhadap tuntutan perubahan zaman”.¹

Pengelolaan lembaga pendidikan tidak hanya dengan cara lama tetapi bisa menggunakan cara modern. Perkembangan serta inovasi pada manajemen pemasaran lembaga pendidikan perlu dilakukan supaya

¹ Pasal 1 Ayat 2 Tentang Sistem Pendidikan Nasional

lembaga pendidikan bisa mengikuti perkembangan zaman dan bisa memenuhi kemauan para konsumen pendidikan. Untuk saat ini, lembaga pendidikan lebih mengarah pada hasil jasa pendidikan yang sesuai dengan harapan para pendidik.

Pemasaran jasa merupakan usaha untuk menyalurkan serta memberikan pelayanan jasa dari penyedia jasa terhadap konsumen. Melalui sebuah pelayanan yang baik maka akan memberikan kepuasan tersendiri terhadap pelanggan. Kepuasan merupakan penilaian seseorang setelah melakukan perbandingan kinerja yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika lembaga pendidikan tetap bertahan di tengah-tengah persaingan pasar maka bisa menggunakan *Total Quality Management* sebagai cara untuk bertahan.

Berkembangnya teknologi mampu menjadikan perubahan yang sangat berpengaruh. Karena dengan adanya teknologi maka bisa dijadikan sebagai peluang, inovasi, serta perubahan untuk menjadi lebih baik dan modern. Teknologi informasi merupakan salah satu komponen penting untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Teknologi informasi dapat membantu lembaga pendidikan untuk mendapatkan informasi lebih cepat dan mudah diakses. Selain itu dengan adanya teknologi informasi maka bisa menjadi inovasi dalam melakukan pembelajaran sehingga memudahkan proses pendidikan. Manfaat lain teknologi bagi sekolah dengan manajemen pemasaran adalah bisa lebih cepat dan tepat mengetahui keadaan dan kebutuhan konsumen jasa pendidikan. Sekolah

bisa memanfaatkan teknologi informasi dengan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan. Hal ini sekolah akan mudah memahami kebutuhan dan keinginan konsumen lembaga pendidikan.

Strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan strategi yang digunakan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui sebuah penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam hal pendidikan. Berdasarkan pengertian tersebut bisa di jelaskan sebagai sesuatu yang tidak berwujud tetapi bisa memenuhi kebutuhan para konsumen dengan menggunakan bantuan produk fisik dimana proses tersebut terjadi dengan adanya interaksi baik penyedia jasa ataupun pengguna jasa yang memiliki sifat tidak mengakibatkan perpindahan hak serta kepemilikan.²

SMK Ma'arif 1 Kebumen merupakan salah satu sekolah yang terdapat di daerah Kebumen, tepatnya di Jalan Kusuma No.75 Kebumen. Sekolah tersebut memiliki lima program keahlian salah satunya program keahlian Teknik Kendaraan Ringan (TKR). Program ini juga dimiliki oleh sekolah yang ada di Kebumen. Program keahlian ini menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan tersebut bisa dilihat dari lulusan program kejuruan tersebut. Karena program keahlian ini merupakan program yang banyak diminati oleh para pelajar di SMK. Prospek lulusan dari jurusan Teknik Kendaraan Ringan ini sebagai operator produksi, mekanik perawatan

² <https://afidburhanuddin-strategi-pemasaran-lembaga-pendidikan/>, diakses tanggal 10 mei 2023, 10.55

kendaraan ringan, servis advisor, marketing eksekutif kendaraan ringan, serta wirausaha bidang otomotif.

SMK Ma'arif 1 Kebumen ini menggunakan sosial media sebagai cara promosi sekolah ini. Media sosial yang dimiliki seperti *YouTube* (@SMKMaarif1Kebumen), *Instagram* (@smkmaarif1kebumen), *Facebook* (SMK Maarifone). Media pendukung lain juga digunakan sebagai promosi sekolah tersebut seperti banner, dengan sosialisasi di SMP / MTs guna menarik peserta didik untuk melanjutkan sekolah di SMK Ma'arif 1 Kebumen. Peserta didik yang akan mendaftar di sekolah SMK Ma'arif 1 Kebumen akan mendapatkan fasilitas yang baik. Fasilitas yang dimiliki sekolah ini seperti tempat praktik yang sesuai dengan lingkungan industri. Sekolah ini juga memiliki gedung pemutaran film/ruang sinema yang bisa digunakan sebagai ruang untuk unjuk karya bagi siswa dalam melakukan kegiatan pembelajaran maupun meeting bagi tenaga pendidik. Studio Podcast digunakan untuk mengembangkan teknologi informasi komunikasi yang baik. Fasilitas yang dimiliki di sekolah tersebut mampu menunjang proses pembelajaran peserta didik sehingga bisa meningkatkan kreatifitas para peserta didik.³

Strategi pemasaran sekolah khususnya pada program keahlian Teknik Kendaraan Ringan terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi pemasaran yang memberikan manfaat bagi sekolah serta konsumen sehingga bisa mencapai tujuan sekolah dan kepuasan dengan

³ www.smkmaarif1kebumen.sch.id, diakses pada tanggal 10 mei 2023, 11.40

baik. Melalui penerapan strategi pemasaran jasa pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan di sekolah tersebut maka akan menambah kepercayaan masyarakat terhadap program keahlian Teknik Kendaraan Ringan serta menarik para siswa untuk melanjutkan pembelajaran di program tersebut. Penguasaan dan pemanfaatan teknologi informasi dengan baik maka bisa dijadikan peluang untuk bersaing dengan sekolah lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pemasaran jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) di SMK Ma'arif 1 Kebumen.

B. Pembatasan Masalah

Karena luasnya ruang lingkup pembahasan yang dibahas, maka penulis memberikan batasan masalah agar penelitian tidak terlalu luas sehingga bisa lebih terarah, tepat sasaran, dan berhasil. Adapun batasan masalah pada penelitian ini tentang :

1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) di SMK Ma'arif 1 Kebumen.
2. Faktor yang menjadi penghambat dan pendukung pemasaran jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) di SMK Ma'arif 1 Kebumen.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen?
2. Faktor apa saja yang menjadi penghambat serta pendukung pemasaran jasa pendidikan jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen?

D. Penegasan Istilah

Berdasarkan judul skripsi “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan pada Jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) di SMK Ma'arif 1 Kebumen” maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini dengan maksud menghindari perbedaan persepsi bagi para pembaca, serta memberi penjelasan terkait pengertian yang terdapat dalam judul skripsi ini.

Strategi secara umum bisa diartikan sebagai upaya individu atau kelompok untuk membuat rancangan guna mencapai tujuan yang akan dilaksanakan. Strategi juga bisa diartikan sebagai seni baik secara individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki sehingga dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien sesuai dengan yang diharapkan.⁴

Pemasaran jasa Menurut Payne adalah proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus untuk memenuhi kebutuhan tersebut.⁵ Dengan

⁴ <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/> diakses tanggal 18 Januari 2023, 11.36

⁵ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung:Alfabeta,2015), hal.6

demikian, pemasaran jasa adalah bagaimana cara menyampaikan jasa sehingga bisa tersampaikan kepada pelanggan sesuai dengan keinginan para pelanggan sehingga, pelanggan menjadi puas dengan apa yang di harapkan.

Sir Gordfrey Thomson mengartikan pendidikan sebagai pengaruh lingkungan atas individu untuk menghasilkan perubahan-perubahan yang tetap atau permanen di dalam kebiasaan tingkah lakunya, pikirannya, dan sikapnya.⁶

Teknik Kendaraan Ringan (TKR) merupakan salah satu jurusan yang mempelajari ilmu mengenai dunia otomotif khususnya kendaraan darat. Adanya jurusan Teknik Kendaraan Ringan ini adalah agar bisa menciptakan tenaga ahli di bidang transportasi darat yang menggunakan mesin.⁷

Penjelasan diatas merupakan penjelasan dari Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan pada Jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen dalam penelitian ini adalah implementasi dari strategi pemasaran yang digunakan pihak sekolah untuk memasarkan jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan diatas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁶ Dwi Hidayanti Nugroho, *Pengantar Ilmu Pendidikan*, (Depok:PT Raja Grafindo Persaja, 2020),hal.2

⁷<https://kumparan.com/info-otomotif/teknik-kendaraan-ringan-otomotif-pengertian-dan-tujuannya>, diakses tanggal 12 januari 2023, 12.32

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan pada jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat serta pendukung pemasaran jasa pendidikan jurusan Teknik Kendaraan Ringan di SMK Ma'arif 1 Kebumen.

F. Kegunaan Penelitian

Mengacu pada tujuan diatas, maka kegunaan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pembaca serta bisa menambah wawasan pengetahuan dalam dunia pendidikan. Selain itu, bisa dijadikan sebagai bahan kajian khususnya bagi mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam IAINU Kebumen terkait tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan data ilmiah dan memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu manajemen pendidikan khususnya terkait strategi pemasaran jasa pendidikan.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan menambah referensi bagi para praktisi untuk mengembangkan

lembaga pendidikan di masa sekarang dan di masa yang akan datang.