

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seperti yang kita ketahui bahwa kondisi pendidikan di Indonesia selalu mengalami perubahan. Baik itu perubahan yang sifatnya membangun maupun perubahan yang memiliki dampak negatif atau kebijakan dalam pendidikan yang menuai pro dan kontra sehingga menyebabkan perselisihan. Pendidikan yang diharapkan tentunya membawa dampak positif. Dari tahun ke tahun pemerintah selalu berupaya untuk merencanakan pendidikan yang lebih baik.

Dalam rancangan awal Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN) tahun 2015-2019 bahwa tantangan pembangunan pendidikan adalah meningkatkan akses pendidikan menengah melalui program wajib belajar 12 tahun, dan memberikan pemihakan bagi seluruh anak dari keluarga yang kurang mampu untuk tetap dapat menyelesaikan sekolah sampai jenjang pendidikan menengah tanpa dipungut biaya. Jika dilihat secara keseluruhan masih banyak anak-anak dalam usia wajib belajar tidak sekolah karena alasan keterbatasan biaya. Berarti tantangan pembangunan tersebut belum sepenuhnya bisa diselesaikan.

Selain tantangan pembangunan pendidikan tersebut, Indonesia juga memiliki tantangan dalam mempercepat laju peningkatan taraf

pendidikan untuk seluruh masyarakat, yaitu pemerintah Indonesia harus memenuhi hak seluruh penduduk usia sekolah dalam memperoleh layanan pendidikan dasar yang berkualitas. Membuka akses seluas-luasnya pada jenjang pendidikan menengah dan tinggi terutama untuk masyarakat yang kurang mampu. Dan pemerintah Indonesia harus meningkatkan pembelajaran sepanjang hayat. Oleh karena itu masyarakat juga harus mengerti tentang pentingnya menenjam pendidikan baik formal maupun informal.

Selama ini, pendidikan informal terutama dalam lingkungan keluarga belum memberikan kontribusi berarti dalam mendukung pencapaian kompetensi dan pembentukan karakter peserta didik. Kesibukan dan aktivitas kerja orang tua yang relatif tinggi, kurangnya pemahaman orang tua dalam mendidik anak di lingkungan keluarga serta pengaruh pergaulan di lingkungan sekitar dan pengaruh media elektronika ditenggarai bisa berpengaruh negatif terhadap perkembangan dan pencapaian hasil belajar peserta didik. Oleh karena itu pendidikan formal dirasa sangat penting dan harus diikuti oleh semua masyarakat.

Dalam proses pendidikan di sekolah tentunya terdapat beberapa konsepsi diri yang terjadi pada peserta didik yaitu komponen kognitif yang membentuk citra diri (*self-image*) dan komponen afektif yang membentuk harga diri (*self-esteem*). Komponen kognitif dan afektif inilah yang berperan

dalam membentuk sekaligus menunjukkan karakter seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain.

Sehubungan dengan ketetapan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Pasal 3 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan menerangkan bahwa:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.¹

Dilihat dari Undang-Undang tersebut berarti pendidikan nasional tersebut dapat dikatakan sebagai alat untuk membangun bangsa. Dengan pendidikan diharapkan nantinya pendidikan sebagai ujung tombak pembangunan bangsa. Para generasi bangsa dibentuk potensi yang ada dalam dirinya dan dididik sesuai apa yang sudah tertuang dalam kurikulum. Serta dilaksanakannya pembentukan-pembentukan karakter di lingkungan sekolah. Selain itu banyak ekstrakurikuler yang menambah wawasan peserta didik di luar dari kurikulum pembelajaran. Oleh karena itu pendidikan dinilai sangat penting bagi seluruh lapisan masyarakat dan wajib untuk diikuti.

¹ Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Pasal 3 Tahun 2003.

Pemerintah juga telah menetapkan peraturan terkait program kewajiban bagi seluruh masyarakat untuk memperoleh pendidikan. Sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Program Indonesia Pintar Pasal 2 (a) yaitu,

meningkatkan akses bagi anak usia 6 (enam) sampai dengan 21 (dua puluh satu) tahun untuk mendapatkan layanan pendidikan sampai tamat satuan pendidikan menengah dalam rangka mendukung pelaksanaan pendidikan menengah universal/rintisan wajib belajar 12 (dua belas) tahun.²

Berbagai lembaga pendidikan baik negeri maupun swasta bersaing untuk mendapatkan simpati masyarakat agar memberikan kepercayaannya untuk mendidik putra-putrinya untuk bersekolah di tempat yang bagus dengan indikator-indikator tertentu. Sekolah harus memiliki strategi khusus untuk bersaing dengan kompetitor. Setiap sekolah tentunya memiliki visi dan misi sebagai acuan yang akan dicapai dalam penyelenggaraan pendidikan. Agar visi dan misi tercapai dengan optimal tentunya harus sekolah harus mengambil tindakan manajerial yang tepat. Mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan hingga tahap evaluasi.

² Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Program Indonesia Pintar

Seperti kita ketahui bahwa penyelenggaraan lembaga pendidikan dilakukan oleh berbagai pihak. Banyak lembaga pendidikan berlatar belakang keagamaan, kebudayaan, bahkan perusahaan swasta juga turut andil dalam mendirikan lembaga pendidikan. Pengakuan hukum atas pentingnya keberadaan sekolah swasta, dapat dilihat di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 54 ayat (1) dan selain itu dapat dilihat pula pada Pasal 55 ayat (1), yang menyatakan bahwa:

peran serta dalam pendidikan meliputi peran serta perorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu layanan pendidikan.³

Masyarakat berhak menyelenggarakan pendidikan berbasis masyarakat pada pendidikan formal dan nonformal sesuai dengan kekhasan agama, lingkungan sosial, dan budaya untuk kepentingan masyarakat.⁴

Dilihat dari payung hukum pendirian sekolah tersebut, merupakan peran serta masyarakat dalam memajukan pembangunan pendidikan di Indonesia guna mengenyam pendidikan sepanjang hayat. Tidak hanya berperan dalam penyelenggaraan lembaga pendidikan tetapi masyarakat juga berperan sebagai pengendalian mutu layanan pendidikan tersebut. Sehingga pendidikan bisa dilakukan oleh siapapun dan dimanapun.

³ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 54 ayat (1)

⁴⁴ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 55 ayat (1)

Dalam menyelenggarakan pendidikan berbasis masyarakat baik itu formal maupun nonformal tentunya melihat situasi, kondisi, pandangan dan jangkauan dari berbagai faktor. Contohnya seperti pembangunan beberapa pesantren di Kota Aceh, yang kita ketahui bahwa Aceh sering disebut sebagai serambi mekah yang notabene masyarakatnya beragama Islam. Sama halnya dengan pendidikan berbasis budaya yang berada di Yogyakarta. Pendidikan berbasis budaya merupakan mekanisme yang muncul dari asumsi modernism yang dirasa mencapai titik kulminasinya sehingga cenderung membuat manusia kembali kepada hal-hal yang bersifat natural. Selain itu modernisasi menghendaki terciptanya demokrasi dalam segala dimensi kehidupan. Oleh karena itu pendidikan membuka seluas-luasnya partisipasi masyarakat dengan kebijakan lokal sebagai bagian dari tujuan isi pendidikan.

SMK Muhammadiyah 7 Jakarta merupakan titik awal keinginan peneliti untuk mengadakan penelitian di sebuah lembaga pendidikan swasta yang memiliki kebijakan ciri khas keislaman dan modernisasi sebagai bagian dari tujuan sekolah tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan ditemukan dalam visi sekolah adalah “Menjadikan tamatan yang terampil dan handal, berkarakter, produktif, mandiri berwawasan global serta berbudaya santun dilandasi iman dan taqwa”. Dari visi tersebut dapat dilihat bahwa sekolah memiliki tujuan yang kuat, modern dan berlandaskan budaya keislaman. Maka dari itu peneliti

berkeinginan untuk mengetahui tentang proses pemasaran jasa pada lembaga pendidikan SMK Muhammadiyah 7 Jakarta.

Selain itu dalam penyelenggaraan pendidikan baik negeri dan swasta tentunya harus memiliki perencanaan yang matang guna mencapai tujuan pendidikan tersebut. Keahlian tersebut sering disebut dengan kompetensi manajerial. Kompetensi manajerial sangat dibutuhkan guna mengembangkan sumber daya sekolah untuk menciptakan lingkungan belajar yang efektif dan efisien. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta diperoleh informasi bahwa sikap dan jasa profesionalisme kepala sekolah yang notabene seorang manajer beserta staf pendidik dan tenaga kependidikan berkeinginan untuk memajukan mutu pendidikan sekolah yang berkualitas dengan kriteria sebagai berikut:

1. Menyiapkan tenaga kerja yang terampil dan berakhlak mulia.
2. Menyiapkan tenaga kerja tingkat menengah berkualitas profesional sebagai faktor unggulan.
3. Merubah siswa dari status beban menjadi manusia karya produktif.
4. Memberi bekal pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk mengembangkan diri.
5. Menyiapkan sumber daya manusia berkualitas yang siap menghadapi era globalisasi.

Kegiatan manajerial sekolah mempunyai lingkup yang sangat luas di dalamnya terdapat aspek-aspek penting yang berpengaruh terhadap berjalannya suatu penyelenggaraan pendidikan. Salah satu aspek dalam kegiatan manajerial ini adalah pemasaran, karena strategi pemasaran berperan penting dalam kelangsungan sebuah lembaga pendidikan. Strategi pemasaran pendidikan hendaknya disesuaikan dengan kondisi internal sekolah dan perubahan eksternal seperti arus globalisasi

Dalam pemasaran terdapat seperangkat alat yang digunakan sebuah lembaga untuk tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran yang disebut dengan bauran pemasaran. Menurut Hurriyati sebagaimana dikutip oleh Faizin, bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁵ Bauran pemasaran diterapkan pada pemasaran produk yang berwujud dan jasa. Dari macam-macam jasa yang ada salah satunya adalah jasa pendidikan.

Dalam bauran pemasaran jasa pendidikan, sekolah harus berfokus pada pendekatan pelayanan dengan disesuaikan keinginan dan kebutuhan pelanggan yaitu peserta didik. Dengan didukung oleh peran serta tenaga

⁵ Faizin, Loc.Cit. h. 266

ahli dibidangnya, sumber daya, sarana dan prasarana serta selalu meningkatkan mutu lulusan. Oleh karena itu SMK Muhammadiyah 7 Jakarta berupaya untuk melakukan pemasaran jasa pendidikan secara professional. Dari hasil grand tour observation peneliti menemukan sub fokus penelitian ini berada pada strategi pemasaran produk fisik dan pemasaran jasa yang ditawarkan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta. Karena dilihat dari kondisi sekolah yang saat itu sedang dalam proses penyelenggaraan promosi untuk membuka pendaftaran peserta didik baru.

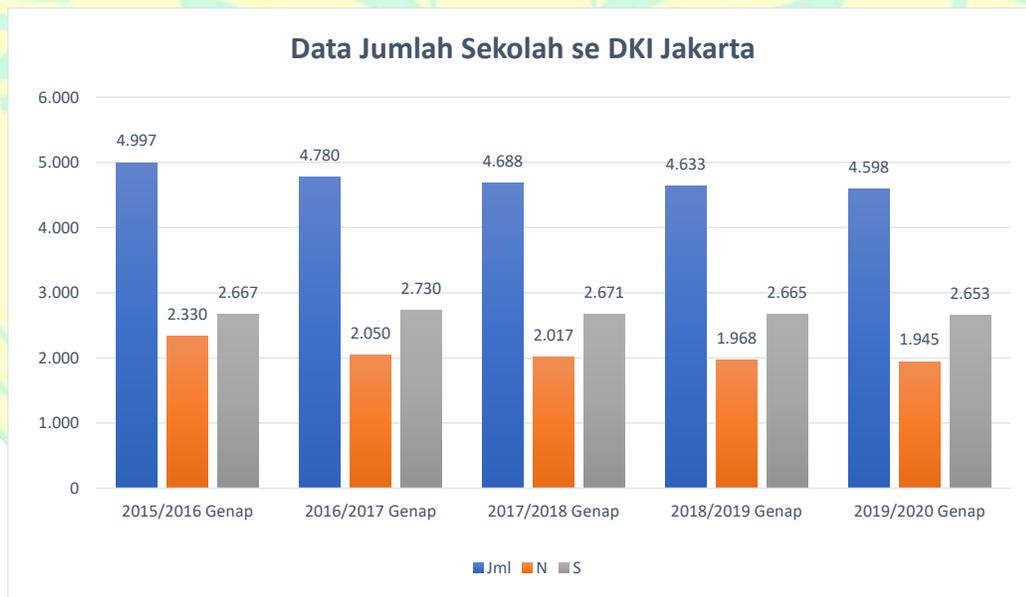
Elytasari berpendapat bahwa, sekolah harus memberikan layanan yang memuaskan kepada *stake holder*, sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan eksternal.⁶ Berarti dalam hal ini sekolah perlu membina para karyawannya agar mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin, terampil dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Ibarat bisnis yang sedang bersaing, berbagai sekolah swasta berlomba-lomba menarik simpati masyarakat dengan berbagai program menarik. Pihak pengelola sekolah swasta harus mampu memenuhi kriteria yang diharapkan oleh para konsumen yaitu masyarakat. Strategi bauran pemasaran dilakukan dengan berbagai cara dan inovasi.

⁶ Suvidian Elytasari, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Meningkatkan Kepercayaan (Trust) Stakeholders Di TK Amal Insani Depok Yogyakarta", (Yogyakarta: Jurnal Warna Vol. 1 No. 1 Tahun 2017) h. 120

Sekolah negeri dan swasta memiliki tujuan yang sama yaitu mencetak lulusan yang bermutu dan berdaya saing baik didalam dan diluar negeri. Menjamurnya sekolah-sekolah swasta tidak dapat dipungkiri karena kebutuhan akan pendidikan terus berkembang. Terutama di Ibu Kota Jakarta dilansir dari laman Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah (dapodikdasmen) tercatat bahwa total jumlah sekolah pada tahun ajaran 2019/2020 semester genap di semua jenjang mencapai 4.598 yang terdiri dari 1945 sekolah negeri dan 2653 sekolah swasta.⁷

Tabel 1.1 Data Sekolah Provinsi DKI Jakarta



Sumber: Dapodikdasmen yang diunduh pada 23 April 2020

⁷ Laman Web Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, “Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah”

<https://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id/sp/1/010000> diakses pada 23 April 2020

Dari data tersebut terlihat trend bahwa dari tahun ke tahun pembangunan sekolah swasta lebih banyak daripada sekolah negeri. Hal ini menjadi latar belakang peneliti untuk melihat lebih jauh tentang strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan sekolah swasta tersebut.

Dari hasil pengamatan peneliti yang dilakukan di laman data pokok pendidikan menemukan data sebagai berikut:

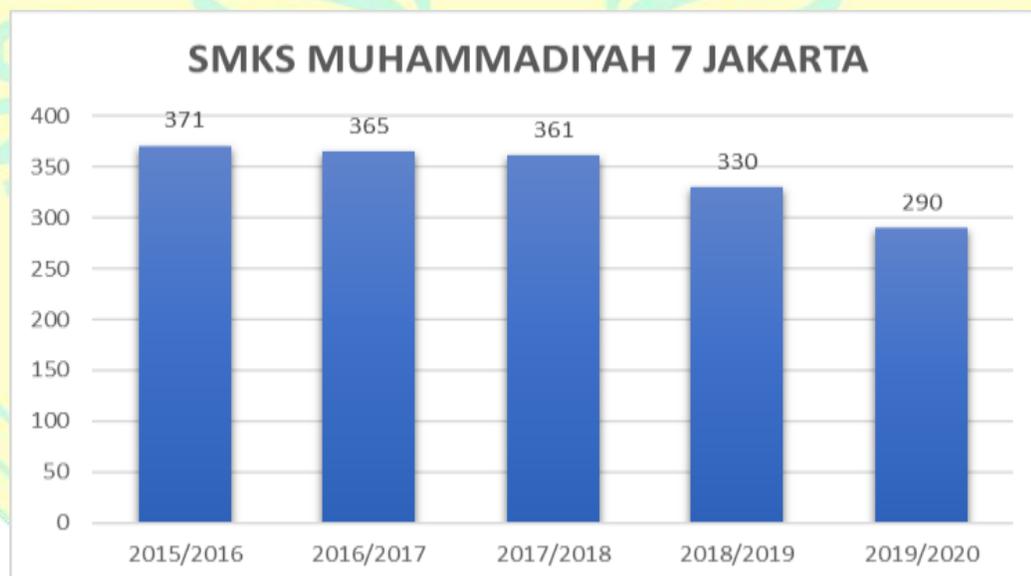
Tabel 1.2 Jumlah Peserta Didik Jenjang SMK di Kecamatan Tebet Jakarta Selatan

Nama Sekolah	Jumlah Peserta Didik				
	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020
SMKN 32 JAKARTA	574	588	629	655	686
SMK AS-SYAFI'YAH JAKARTA	340	353	352	378	462
SMK ASISI	106	125	118	100	92
SMK YASDA	67	69	71	78	71
SMKS 17 AGUSTUS 1945 2 JAKARTA	288	318	285	255	262
SMKS KARYA GUNA JAKARTA	637	579	542	572	531
SMKS KRISANTI	178	150	162	182	189
SMKS MUHAMMADIYAH 7 JAKARTA	371	365	361	330	290

Nama Sekolah	Jumlah Peserta Didik				
	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020
SMKS YPK KESATUAN JAKARTA	458	517	575	610	532
Total	31,749	30,249	30,111	30,360	29,560

Sumber: Dapodikdasmen yang diunduh pada 23 April 2020⁸

Tabel 1.3 Jumlah Peserta Didik SMK Muhammadiyah 7 Jakarta



Sumber: Dapodikdasmen yang diolah oleh peneliti

⁸ Laman Web Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, "Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah"

<https://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id/sp/1/010000> diakses pada 23 April 2020

Dilihat dari data tersebut dapat dikatakan bahwa ada beberapa sekolah swasta yang mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ke tahun. Dilihat dari data yang mengalami penurunan secara signifikan adalah SMKS Muhammadiyah 7 Jakarta. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti apakah penyebab dari penurunan tersebut disebabkan oleh faktor lemahnya pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan atau adakah faktor lain. Selain itu penelitian ini merupakan penelitian baru karena mengungkapkan produk jasa pada layanan pendidikan yang layak untuk dipasarkan.

Peneliti berfokus pada suatu sekolah yang menjunjung nilai karakter keagamaan. Karena pada saat ini agama merupakan pondasi untuk menjadi manusia yang bermartabat. Selain ilmu akademik tentunya nilai akidah akhlak sangat penting untuk kehidupan bermasyarakat.

Salah satu sekolah swasta yang memiliki ciri khas keagamaan yaitu SMK Muhammadiyah 7 Jakarta. Berdasarkan hasil *Grand Tour Observation* (GTO) yang dilaksanakan pada hari Rabu 29 Januari 2020, diperoleh informasi bahwa pihak sekolah sedang melakukan pemasaran jasa pendidikan dengan melakukan tahap perizinan pemasangan spanduk dan pengiriman surat resmi kepada beberapa SMP yang menjadi target pemasaran jasa pendidikannya. Hal ini menjadi salah satu topik yang ingin diteliti oleh peneliti terkait proses pemasaran jasa pendidikan.

Dalam isi surat dijelaskan bahwa SMK Muhammadiyah 7 Jakarta akan melakukan presentasi untuk menarik minat siswa SMP agar menentukan pilihannya masuk ke SMK Muhammadiyah 7 Jakarta pada jenjang pendidikan selanjutnya. Untuk menarik perhatian lebih, pihak SMK 7 Muhammadiyah bersedia membawa beberapa guru dan murid yang berkompeten untuk pidato promosi menggunakan beragam Bahasa asing seperti Bahasa Inggris, Bahasa Jepang, Bahasa Arab, dan Bahasa Korea. Hal ini menjadi salah satu keunikan sekolah dalam strategi pemasarannya.

Dari uraian latar belakang di atas menyatakan bahwa peran sebuah strategi pemasaran sangatlah penting bagi sekolah swasta dikarenakan pemasaran merupakan sumber utama dalam kegiatan operasional sekolah dan sebagai cara dan strategi sekolah agar tetap eksis dan dapat bersaing dengan sekolah swasta lainnya. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di SMK 7 Muhammadiyah Jakarta untuk mengetahui lebih lanjut mengenai **“Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta”**.

B. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas penelitian ini difokuskan pada strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta. Dengan sub fokus penelitian strategi produk dan strategi promosi pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi produk jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta?
2. Bagaimanakah strategi promosi pemasaran jasa pendidikan di SMK 7 Jakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan untuk mengamati secara langsung tentang strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta.

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat teoritis dan praktis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk keilmuan melalui konsep yang terkait dengan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan khususnya mencakup strategi produk dan strategi promosi pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi SMK Muhammadiyah 7 Jakarta

Dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi sekolah dalam strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yang mencakup strategi produk dan strategi promosi pemasaran jasa pendidikan. Serta penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam upaya pemecahan masalah dan solusi upaya peningkatan pemasaran jasa pendidikan yang akan datang.

b. Civitas Program Studi Manajemen Pendidikan

Penelitian ini akan diberikan kepada perpustakaan Manajemen Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta. Dapat menjadi acuan atau teori referensi bagi penelitian berikutnya yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai topik yang sama. Menjadikannya sebagai pembanding, serta menggali unsur-unsur lain pada strategi bauran pemasaran jasa pendidikan.

c. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengalaman peneliti. Pengalaman peneliti bertambah setelah melakukan pengamatan langsung terkait strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta Selain itu penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti. Pengetahuan dan wawasan peneliti bertambah setelah membandingkan hasil pengamatan tersebut dengan teori-teori yang diperoleh dari sumber-sumber yang relevan.