

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Berbeda dengan sistem pendidikan di masa lampau yang lebih menekankan pada prinsip bahwa pendidikan merupakan proses untuk mencerdaskan anak bangsa yang tidak digembar-gemborkan keberadaannya. Akan tetapi, saat ini lembaga pendidikan dituntut untuk mampu bersaing secara sehat untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhan masyarakat sebagai konsumen jasa pendidikan dengan melakukan berbagai perbaikan dan pemasaran secara berkala. Demi menghindari lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh siswanya, persaingan yang ketat pun tidak dapat dipungkiri lagi. Kita semua melihat bahwa di zaman sekarang berbagai macam cara dilakukan oleh lembaga pendidikan agar masyarakat tetap memberikan kepercayaan untuk menyekolahkan anaknya ke suatu lembaga pendidikan tertentu, baik itu jenjang TK/RA, SD/MI, SMP/MTs maupun SMA/MA.

Adanya pemasaran pendidikan yang dilakukan di zaman sekarang ini disebabkan oleh adanya pergeseran zaman yang dinamis yang berarti selalu dihadapkan dengan adanya tuntutan mengenai kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Dengan begitu, maka adanya manajemen pemasaran ini sangat berpengaruh bagi kelangsungan lembaga pendidikan yang diharuskan untuk bisa bersaing dengan lembaga pendidikan lain. Agar terciptanya lembaga pendidikan yang dapat berdiri ditengah persaingan ketat tersebut, tentunya sangat diperlukan manajemen yang tepat untuk membantu meningkatkan kualitas pemasaran pendidikan.

Seperti yang kita ketahui bersama, bahwasanya banyak sekali faktor yang bisa menjadi dorongan bagi masyarakat untuk menyekolahkan anaknya atau menggunakan jasa pendidikan tertentu yang akan dipilihnya. Faktor tersebut diantaranya seperti kualifikasi akademik. Dengan melihat kualifikasi akademik dari tenaga pendidik yang mengajar di satuan lembaga

pendidikan, setidaknya kita bisa mengetahui bagaimana kemampuan guru dalam melakukan kegiatan belajar mengajar atau proses belajar yang diberikan kepada peserta didik. Tentunya proses belajar yang diberikan akan didukung dengan kemampuan guru tersebut yang sudah menempuh pendidikan keguruan tertentu. Dengan adanya kualifikasi akademik tenaga pendidik tersebut juga masyarakat akan lebih leluasa dalam memberikan kepercayaan terhadap sekolah yang mempunyai guru dengan keahlian khusus dibidang akademik. Sesuai dengan hal tersebut, kualifikasi akademik guru juga disinggung dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2015 pasal 7 ayat 1, pasal 8 dan pasal 9. Dimana dalam pasal 7 ayat 1 disebutkan bahwa pada prinsipnya, tenaga pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidang garapannya (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 Tentang Guru Dan Dosen, 2005). Hal ini berarti bahwa seorang tenaga pendidik dalam menjalankan tugasnya diwajibkan memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya disekolah. Dengan melihat pernyataan tersebut, seharusnya masyarakat lebih memberikan kepercayaan kepada lembaga pendidikan yang memiliki tenaga pendidik dengan kualifikasi akademik yang sesuai dengan bidang garapannya. Faktanya, tidak semua masyarakat mampu memperhatikan hal tersebut seperti halnya dilapangan yang diteliti oleh peneliti.

Yang terjadi dilapangan, peneliti menemukan dua lembaga pendidikan anak usia dini yaitu TK (Taman Kanak-Kanak) dan Satuan PAUD Sejenis yang terdapat dalam satu yayasan yang sama. Dimana dalam lembaga pendidikan TK yang diteliti sudah memiliki tenaga pendidikan dengan kualifikasi akademik yang sesuai dengan bidang garapannya, akan tetapi hadirnya lembaga Pendidikan TK ini masih belum lama. Sedangkan di lembaga pendidikan SPS tenaga pendidik yang mengajar tidak memiliki kualifikasi akademik yang sesuai, terlebih mereka merupakan kader. Dengan begitu, tentunya terdapat berbagai perbedaan yang harus dipertimbangkan oleh masyarakat sehingga menyebabkan masyarakat harus

menentukan lembaga pendidikan mana yang dibutuhkannya, salah satu yang selalu menjadi pertimbangan utama adalah biaya pendidikan yang harus dikeluarkan oleh masyarakat jika ingin meyekolahkan anaknya ke lembaga pendidikan yang dituju. Permasalahan biaya bagi masyarakat memang suatu hal yang sangat krusial. Hal ini tentu saja dikarenakan masyarakat harus menyesuaikan dengan keadaan ekonominya.

Maka dari itu, biaya juga menjadi salah satu pemicu terdorongnya masyarakat untuk memilih pendidikan dengan harga yang relatif lebih “murah” hanya dengan alasan yang terjangkau dengan keadaan ekonomi keluarga dan tentunya hal tersebut tidak dapat dipungkiri kebenarannya. Akan tetapi, jauh berbanding dengan alasan tersebut, masyarakat yang menggunakan lembaga pendidikan yang dikatakannya “murah” adalah masyarakat dengan keadaan ekonomi yang baik. Dengan melihat peristiwa tersebut kita bisa melihat bahwa terdapat kurangnya pemahaman masyarakat mengenai kualifikasi akademik pendidik. Selain kurangnya pemahaman masyarakat mengenai kualifikasi akademik pendidik, masyarakat juga kurang pemahaman mengenai lembaga pendidikan yang formal dan nonformal, sehingga terkesan “yang penting anak sekolah”. Dalam hal ini peneliti bukan mengenyampingkan atau merendahkan lembaga pendidikan (SPS) yang nonformal, akan tetapi dalam SPS tersebut, seharusnya peserta didik yang masuk kedalamnya merupakan anak usia dini di bawah 4 tahun sehingga setelah selesai menempuh jenjang SPS, peserta didik bisa melanjutkan pendidikan di lembaga pendidikan TK, karena hal ini sesuai dengan manfaat dari SPS sendiri sebagai lembaga pendidikan nonformal yaitu penambah layanan pendidikan diluar pendidikan formal. Dalam hal ini sekilas memang bukan suatu masalah yang fatal, ditambah dengan kenyataan bahwa TK Ampera Kota Cirebon ini belum lama hadir ditengah masyarakat, jadi tidak heran jika masyarakat lebih memilih lembaga pendidikan SPS. Namun tidak cukup disana, TK Ampera Kota Cirebon ini mampu mengembangkan lembaganya untuk bisa berkembang dan bertahan dalam suatu lingkungan masyarakat yang didalamnya juga

terdapat lembaga pendidikan yang hampir sama. Hal tersebut juga dibuktikan dengan semakin bertambahnya peserta didik dalam setiap bulannya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, A. dkk, bahwasanya lembaga pendidikan harus mampu membangun reputasi yang baik di mata masyarakat, dengan begitu masyarakat akan mempertimbangkan bahkan memilih lembaga pendidikan tertentu (Hidayat et al., 2021, p. 237).

Lembaga pendidikan TK Ampera Kota Cirebon yang ada dalam naungan Yayasan Al Munawwaroh ini hadir kurang lebihnya dapat memberikan masyarakat pemahaman mengenai pentingnya kualifikasi akademik guru yang akan sangat membantu proses belajar mengajar peserta didik yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya. Selain itu, TK Ampera Kota Cirebon juga memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai lembaga pendidikan mana yang sesuai dengan usia anak. Proses pemberian pemahaman kepada masyarakat tersebut dilakukan oleh TK Ampera seraya melakukan pemasaran lembaga pendidikan secara langsung kepada masyarakat tanpa adanya perantara, yang tentunya dengan hal yang tadi sudah disampaikan akan menjadi nilai tambah bagi TK Ampera untuk mendapatkan hati masyarakat. Tujuan dari kegiatan *direct marketing* tersebut tentunya untuk membangun eksistensi dan kepercayaan masyarakat terhadap hadirnya lembaga pendidikan TK Ampera.

Dari uraian latar belakang masalah di atas, peneliti tidak akan terfokus untuk meneliti pengaruh kualifikasi akademik pendidik dan biaya pendidikan terhadap minat masyarakat karena seperti yang banyak dirasakan sebagian besar masyarakat bahwa biaya pendidikan yang harus dikeluarkan juga sangat sensitif jika dibandingkan dengan kualifikasi akademik. Dengan begitu, maka peneliti lebih tertarik untuk terfokus pada penelitian mengenai adakah pengaruh strategi *direct marketing* itu sendiri yang tentunya tidak dilakukan oleh lembaga pendidikan SPS.

## B. Identifikasi Masalah

Dengan berdasarkan pada latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka masalah-masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai kualifikasi akademik pendidik.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pendidikan formal dan nonformal.
3. Perbedaan biaya pendidikan yang harus dikeluarkan masyarakat.
4. Lembaga pendidikan TK yang belum lama hadir ditengah masyarakat

## C. Pembatasan Masalah

Dalam pendidikan tentunya terdapat manajemen yang mengatur keberlangsungan pendidikan tersebut, tak terkecuali pemasaran yang dilakukan untuk menambah eksistensi sekolah. Maka dari itu merujuk pada unsur-unsur dalam manajemen juga agar terhindar dari meluasnya masalah dalam penelitian, maka peneliti membatasi masalah yang erat kaitannya dengan judul penelitian yaitu:

1. Manajemen pemasaran pendidikan yaitu strategi *direct marketing* yang dilakukan oleh TK Ampera.
2. Minat masyarakat khususnya wali murid untuk menggunakan pendidikan TK Ampera.

## D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian yang sudah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian yang muncul dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana minat masyarakat dalam memilih TK Ampera Kota Cirebon sebagai lembaga pendidikan anak?
2. Bagaimana strategi *direct marketing* yang dilakukan oleh TK Ampera Kota Cirebon?

3. Bagaimana pengaruh strategi *direct marketing* terhadap minat masyarakat dalam memilih TK Ampera Kota Cirebon sebagai lembaga pendidikan anak?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui minat masyarakat dalam memilih TK Ampera Kota Cirebon sebagai lembaga pendidikan anak.
2. Untuk mengetahui strategi *direct marketing* yang dilakukan oleh TK Ampera Kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi *direct marketing* terhadap minat masyarakat dalam memilih TK Ampera Kota Cirebon sebagai lembaga pendidikan anak.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Suatu penelitian, seharusnya dapat memberikan manfaat baik bagi penulis, maupun bagi pihak lain yang terkait. Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoretis**

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan keilmuan khususnya mengenai pemasaran dalam manajemen pendidikan Islam.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Sekolah TK Ampera Kota Cirebon

Manfaat dari hasil penelitian ini bagi sekolah TK Ampera Kota Cirebon adalah sekolah dapat meningkatkan kualitas strategi pemasaran pendidikan yang akan dilakukan di masa yang akan datang demi meningkatkan eksistensi sekolah.

b. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti khususnya mengenai strategi pemasaran dalam bidang pendidikan maupun bidang lain.

