

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, peran digital marketing semakin krusial dalam mempromosikan dan meningkatkan daya saing institusi pendidikan. MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon, sebuah lembaga pendidikan Islam di tengah masyarakat, perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk menarik perhatian calon peserta didik baru dan menjaga kelangsungan eksistensinya dalam persaingan di pasar pendidikan.

Kemajuan pesat dalam dunia teknologi dan informasi menjadikan internet sebagai sarana komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat umum. Hal ini menyebabkan terjadinya evolusi dari media konvensional ke media digital modern. Jejaring sosial merupakan sarana sosialisasi dan interaksi yang dapat menarik perhatian masyarakat terhadap link-link yang berisi informasi mengenai barang dan jasa (Rahmat Gunawan et al., 2021:25). Kehadiran teknologi digital membawa dampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat sehari-hari. Satu hal yang pasti, saat ini semua orang bergantung pada teknologi digital.

Dalam teori pemasaran digital, hal ini setara dengan teori pemasaran citra perusahaan dimana setiap pelaku usaha harus menciptakan citra agar menjadi ciri khas citra yang selalu diingat konsumen. Gambaran tersebut tidak dapat ditanamkan ke dalam pikiran manusia dalam semalam, melainkan ditransmisikan melalui segala sarana komunikasi yang tersedia dan disiarkan secara terus menerus. Menurut Gregory dalam Meithiana, citra pemasaran suatu perusahaan adalah citra perusahaan yang merupakan kombinasi dampak terhadap pengamat dari seluruh komponen verbal dan visual perusahaan, diketahui apakah

direncanakan atau tidak, berasal dari eksternal lainnya (Indrasari & Meithiana, 2019).

Sekolah merupakan organisasi yang bergerak di bidang pelayanan pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu hak asasi manusia. Sebagai manusia yang dikaruniai akal, manusia perlu dididik sepanjang hidupnya. Penyedia jasa pendidikan harus kreatif dalam menemukan keunikan dan manfaat sekolah agar dibutuhkan dan dicari oleh pelanggan jasa pendidikan. Munculnya sekolah kelas internasional dan lahirnya sekolah negeri dan swasta yang menawarkan fasilitas unggul, meski dengan biaya terjangkau, dapat meningkatkan daya saing pendidikan.

Kegiatan pertama yang dilakukan menjelang tahun ajaran baru adalah penerimaan siswa baru. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan cara menyelenggarakan seleksi, yang dilakukan dengan tujuan untuk menyeleksi siswa-siswa yang memenuhi syarat dan sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh lembaga di kalangan calon siswa. Mendaftar untuk belajar di sekolah. Agar kegiatan rekrutmen peserta didik baru dapat berlangsung sesuai rencana yang diusulkan, pemilihan metode yang tepat selalu menjadi masalah yang dipertimbangkan oleh lembaga pendidikan.

Munculnya kebijakan pemerintah yang menerapkan sistem zonasi penerimaan peserta didik baru menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga pendidikan agar semakin diminati masyarakat luas. Berdasarkan peraturan Nomor Pasal 14 Tahun 2018 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru pada Taman Kanak-Kanak, Lembaga Pendidikan Dasar, Lembaga Pendidikan Menengah Pertama, Lembaga Pendidikan Sekolah Menengah Atas, Pendidikan Menengah Kejuruan Menengah atau bentuk lain yang sederajat menjelaskan bahwa lembaga pendidikan tersebut wajib menerima peserta didik baru dalam jangka waktu yang sama. Lokasi terdekat dengan radius lembaga pendidikan berdasarkan alamat yang tertera pada kartu keluarga yang diterbitkan paling lama 6 bulan sebelum masa PPDB.

Peraturan zonasi ini kemudian ditetapkan untuk lembaga pendidikan SD, SMP, dan SMA, sedangkan sekolah kejuruan dikecualikan dari peraturan zonasi (Permendikbud RI, 2018).

Mengingat kondisi persaingan lembaga pendidikan saat ini, maka lembaga pendidikan memerlukan strategi pemasaran yang dapat dipadukan dengan strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing. Strategi bersaing ini diperlukan untuk mempertahankan eksistensi suatu lembaga pendidikan. Dalam kasus lain, lembaga pendidikan swasta cenderung mengasosiasikan lembaganya dengan infrastruktur dan keluaran lembaga pendidikan tersebut yang dapat menarik calon siswa. Manajemen strategi digital marketing untuk mengenalkan suatu lembaga pendidikan tidak hanya sekedar menjual nama dan lokasi lembaga pendidikan tersebut, namun juga mengekspresikan identitasnya agar mudah dikenali dan dibedakan dengan lembaga pendidikan lainnya. Pemanfaat digital marketing untuk suatu lembaga pendidikan merupakan hal yang sangat penting bagi lembaga pendidikan, khususnya bagi lembaga pendidikan swasta. Lembaga pendidikan hendaknya menyajikan proses layanan pendidikan melalui atribut kegiatan belajar mengajar yang unik, kualitas pembelajaran, kepuasan belajar, keberhasilan siswa dan kualitas lulusan yang baik.

Penerimaan peserta didik baru merupakan salah satu faktor krusial yang berdampak pada kelangsungan hidup suatu lembaga pendidikan. Dalam konteks ini, penerapan strategi digital marketing menjadi alat yang mampu memperluas cakupan promosi, meningkatkan eksposur, dan mengoptimalkan interaksi dengan calon peserta didik beserta orang tua mereka. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan menganalisis sejauh mana penerapan strategi digital marketing dapat meningkatkan daya saing dalam proses penerimaan peserta didik baru di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon.

Transformasi perilaku konsumen, kemajuan media sosial, dan kebutuhan akan informasi yang cepat dan tepat menghadirkan tantangan yang signifikan bagi

institusi pendidikan. Oleh karena itu, penting untuk mengungkapkan pemahaman mendalam mengenai cara optimal mengintegrasikan strategi digital marketing dalam konteks pendidikan Islam di Cirebon. Tujuan dari pemahaman ini adalah memberikan kontribusi positif terhadap pengelolaan penerimaan peserta didik baru di MI Al-Washliyah.

MI Al-Washliyah Perbutulan merupakan sekolah yang terletak di kecamatan Sumber kabupaten Cirebon. MI Al Washliyah didirikan oleh Yayasan Al Jam'iyatul Washliyah, pada tahun 1950 yang berawal bernama Madrasah Al-Hikmah namun pada tahun 1957 dirubah menjadi MI Al Washliyah Perbutulan. Pada tahun 1976 MI Al Washliyah sempat terhenti karena pemerintah mulai mendirikan sekolah SD Inpres. Namun dengan berjalannya waktu MI Al Washliyah Perbutulan sangat diminati oleh masyarakat sekitar karena dengan adanya MI Al Washliyah tersebut, masyarakat selain mendapatkan pelajaran umum juga mendapatkan pelajaran agama. Pada tahun 2011 MI Al Washliyah memulai program *fullday school*, pada awal dibukanya *fullday scholl* hanya menerima 21 siswa. Kemudian pada tahun 2014 sampai dengan saat ini terus bertambah jumlah siswa yang minat di program *Fullday School*. Untuk menarik perhatian masyarakat, sekolah MI tersebut melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan pamflet dan banner yang ada di depan gerbang sekolah. Namun seiring dengan perkembangan zaman semua kegiatan promosi diiringi dengan peningkatannya fasilitas sekolah dan guru, staff yang profesional. Dengan adanya keunggulan prestasi dari mulai lulusan yang terbaik dan segudang prestasi yang sudah pernah diraih. MI Al-Washliyah sangat gencar untuk mempromosikan sekolahnya. Pada tahun 2021 MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon, mempromosikan sekolah dalam rangka penerimaan peserta didik baru yaitu memasang banner besar yang diletakkan di depan sekolah. Selain itu, media marketing yang digunakan yakni adalah menggunakan media sosial *Facebook* untuk menarik perhatian calon peserta didik baru. Namun banyak kendala yang dialami dalam penggunaan *Facebook* dalam pendaftaran calon peserta didik baru.

Pada tahun 2023 siswa yang terdaftar yakni terdiri dari 110 siswa, 53 siswa laki-laki dan 57 siswa perempuan.

Berdasarkan latar belakang masalah, masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Penerimaan Peserta Didik Baru di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon.

## **B. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing penerimaan peserta didik baru di MI Al Washliyah Perbutulan ini akan berfokus pada aspek-aspek tertentu guna memberikan kerangka yang lebih jelas terarah.

### **1. Penggunaan Strategi Digital Marketing**

Fokus penelitian ini yakni untuk mengkaji secara mendalam strategi pemasaran digital yang digunakan di MI Al Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon, penelitian ini akan fokus pada analisis metode, media, dan platform digital yang diterapkan guna meningkatkan daya saing dalam mendukung penerimaan peserta didik baru.

### **2. Lingkup Peserta Didik Baru di MI Al Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon**

Fokus penelitian ini yakni pada kelompok peserta didik baru di MI Al Washliyah tersebut, sehingga hasil dari penelitian ini untuk menambah wawasan yang lebih dalam tentang efektivitas strategi digital marketing dalam menarik perhatian dan meningkatkan jumlah pendaftaran peserta didik baru.

### 3. Konteks Lokal MI Al Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon

Fokus penelitian ini yakni untuk memperhitungkan faktor-faktor lokal yang memengaruhi pelaksanaan strategi digital, seperti budaya, kebiasaan, dan preferensi masyarakat setempat, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang lebih sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan madrasah tersebut.

### **C. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui mempunyai banyak permasalahan yang muncul terkait dengan strategi digital marketing untuk meningkatkan daya saing penerimaan peserta didik, yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam menggunakan teknologi dan media digital untuk mempromosikan lembaga pendidikan.
2. Ketidapahaman mengenai kecenderungan calon peserta didik dan orang tua dalam hal informasi pendidikan.
3. Optimalisasi yang belum maksimal dalam memperluas cakupan promosi melalui platform online.
4. Ketidakpastian mengenai seberapa efektifnya penerapan strategi pemasaran digital dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan.

#### **D. Fokus dan Rumusan Masalah**

Sesuai dengan objek kajian tesis ini, maka penelitiannya menggunakan penelitian lapangan atau *Field Research*, yakni penelitian yang langsung dilakukan atau pada responden. Adapun fokus penelitian adalah tentang bagaimana strategi *digital marketing* dalam meningkatkan daya saing dalam pelaksanaan penerimaan peserta didik baru di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon.

Bedasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi digital marketing yang digunakan MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon dalam meningkatkan daya saing?
2. Sejauh mana digital marketing menjadi faktor peningkatan daya saing penerimaan peserta didik baru di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon?
3. Bagaimana hasil dari penerapan strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon?

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

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan.

1. Mendeskripsikan pelaksanaan digital marketing di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon.
2. Menjelaskan faktor-faktor kendala dalam pelaksanaan penerimaan pesesrta didik baru di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon.
3. Menemukan strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing di MI Al-Washliyah Perbutulan Sumber Cirebon.

## **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing dalam penerimaan peserta didik baru. Selain itu, diharapkan pembaca bisa mengambil banyak manfaat dari penelitian ini.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk lebih memilih manajemen strategi pemasaran di zaman yang teknologinya sudah berkembang pesat untuk memanfaatkan segala bentuk teknologi untuk menjadikan digital sebagai alat marketing yang baik.

