

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Dewasa ini, lembaga pendidikan semakin banyak, sehingga menimbulkan persaingan antara lembaga pendidikan yang satu dengan lembaga pendidikan yang lain. Selain itu, kebutuhan masyarakat yang terus meningkat membuat persaingan lembaga pendidikan menjadi lebih ketat. Semakin tingginya persaingan pula menyebabkan tidak sedikit lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh masyarakat karena tidak dapat memenuhi kebutuhan.

Selain itu, lembaga pendidikan yang semakin banyak, tidak hanya menimbulkan persaingan antara lembaga pendidikan satu dengan lembaga pendidikan yang lain. Tetapi menimbulkan kekhawatiran juga pada masyarakat yang ingin putra/putrinya bersekolah di lembaga pendidikan yang berkualitas, baik dari segi pembelajaran, pengajar/guru, sarana prasarana dan lainnya.

Oleh karena itu, dalam rangka memenuhi permintaan dan meningkatkan layanan pendidikan, maka perlu dilakukan pemasaran jasa pendidikan untuk menarik calon peserta didik baru dan menyelenggarakan pendidikan bermutu dari keluaran lembaga pendidikan (Supriyanto, 2020). Pentingnya pemasaran jasa pendidikan dilakukan yaitu karena salah satu indikator lembaga pendidikan yang berkualitas itu adalah dilihat dari kuantitas siswanya.

Pada dasarnya, manajemen merupakan suatu proses atau kerangka kerja yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Dalam setiap organisasi atau lembaga pendidikan membutuhkan manajemen dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Buchari dalam (Supriyanto, 2020) menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan merencanakan, menganalisa,

mengimplementasikan, serta mengawasi semua kegiatan guna memperoleh tingkat pencapaian yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi tertentu. Pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan organisasi pendidikan untuk mempertahankan kelangsungan jalannya organisasi untuk berkembang, dan mendapatkan banyaknya peminat. Kegiatan pemasaran jasa pendidikan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen memiliki pandangan baik terhadap lembaga pendidikan (Mukmin, 2020).

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu kegiatan perencanaan, pengimplementasian, serta pengawasan seluruh kegiatan pemasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi, dalam hal ini yaitu untuk meningkatkan kuantitas peserta didik. Pemasaran perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memperkenalkan, mempromosikan lembaga pendidikan tersebut dan program-program yang dilaksanakan agar menarik minat masyarakat.

Jika lembaga pendidikan mempunyai pemasaran pendidikan yang baik dan terencana dengan didukung oleh fasilitas yang memadai, maka kualitas lembaga pendidikan semakin meningkat dan jumlah peminat semakin banyak (Supriyanto, 2020). Dengan begitu, untuk meningkatkan kuantitas peserta didik, maka pengelola dituntut untuk dapat merencanakan pemasaran pendidikan dengan baik dan didukung oleh fasilitas yang memadai, sehingga lembaga pendidikan memiliki citra yang baik dimata masyarakat.

Salah satu lembaga pendidikan yang dimaksud adalah Raudhatul Athfal. Raudathul Athfal merupakan salah satu bentuk pendidikan prasekolah yang turut membantu anak didik untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Sebagai lembaga pendidikan prasekolah, Raudhatul Athfal dapat diibaratkan suatu jembatan pengembangan diri untuk melangkah ke pendidikan formal selanjutnya. Salah satu tujuan dari pendidikan Raudhatul Athfal adalah membantu anak didik mengembangkan berbagai potensi baik psikis dan fisik yang meliputi moral dan nilai-nilai agama, social, emosional, kognitif, bahasa,

fisik atau motorik, kemandirian dan seni untuk siap memasuki pendidikan dasar (Muhammedi, 2017).

Manajemen pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini bukan dimaksudkan untuk semata-mata mencari keuntungan finansial yang pada akhirnya berujung pada komersialisasi pendidikan. Tetapi, semata-mata agar layanan pendidikan sejak dini di wilayah tersebut terpenuhi. Oleh karena itu, orientasi dari pemasaran kelembagaan pendidikan anak usia dini adalah sosialisasi program dan pentingnya memberi layanan edukasi pada anak-anak sejak usia dini. Pendidikan anak usia dini dapat diumpamakan sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, yaitu memberikan layanan pendidikan yang sesuai untuk anak usia 0 – 6 tahun. Dengan memandang pendidikan anak usia dini sebagai sebuah perusahaan maka melaksanakan proses penyelenggaraan secara professional dan dapat di pertanggung jawabkan kepada publik (Jannah, Nurhayati, & Na'imah, 2021).

Raudhatul Athfal (RA) Nurul Hikmah Bantarjati merupakan lembaga pendidikan pra sekolah yang terletak di Jalan Bantarjati – Sukamulya No. 02 Desa Bantarjati Kecamatan Kertajati Kabupaten Majalengka, 45457 serta berada di bawah naungan Yayasan Nurussyahid.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilaksanakan, RA Nurul Hikmah berlokasi di Desa Bantarjati. Terdapat Desa Kertajati, Desa Biyawak, Desa Bojong Gunem, Desa Mengo dan lainnya yang berdekatan dengan Desa Bantarjati dan setiap desa mempunyai satu lembaga pendidikan pra sekolah (RA/sederajat). Tetapi RA Nurul Hikmah Bantarjati mempunyai lebih banyak siswa daripada lembaga pendidikan RA/sederajat di desa lain. Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Kursiah sebagai Kepala RA Nurul Hikmah Bantarjati, beliau mengatakan bahwa siswa RA Nurul Hikmah Bantarjati terdiri dari 50% siswa yang berasal dari Desa Bantarjati (lokasi sekolah) dan 50% siswa lainnya berasal dari Desa yang lain. Sehingga RA Nurul Hikmah Bantarjati mempunyai tiga kelas, satu kelas lebih banyak daripada lembaga pendidikan lain yang rata-rata mempunyai dua kelas. Selain mempunyai jumlah siswa yang banyak, RA Nurul Hikmah Bantarjati juga

mempunyai guru yang professional, lokasi yang strategis, sehingga banyak menarik minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut. Tetapi, berdasarkan observasi yang peneliti telah laksanakan, sarana prasarana sekolah tersebut dirasa kurang memadai, mengingat tingginya minat masyarakat pada RA Nurul Hikmah Bantarjati tersebut.

Kuantitas peserta didik yang banyak di RA Nurul Hikmah Bantarjati tidak terlepas dari pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan tersebut. Ibu Kursiah mengatakan bahwa pemasaran yang dilaksanakan oleh RA Nurul Hikmah Bantarjati yaitu dengan mensosialisasikan lembaga pendidikan kepada masyarakat, melalui kegiatan yang dilaksanakan di sekolah maupun luar sekolah, dengan pemanfaatan sosial media dan *door to door*. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan membahas “Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di Raudharul Athfal (RA) Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka.”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan oleh RA Nurul Hikmah cukup baik.
2. Adanya peningkatan kuantitas peserta didik dalam empat tahun ajaran terakhir.
3. Lokasi sekolah yang strategis, karena dapat diakses dengan transportasi umum dan terdapat lahan untuk parkir kendaraan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan

Manajemen pemasaran adalah usaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara

pemenuhannya dapat diwujudkan. Untuk menuju ke pemenuhan pelanggan para manajer harus memulai menganalisis kebutuhan pelanggan, menyusun program, mengorganisasi, melaksanakan, mengkoordinasi, mengontrol dan mengevaluasi secara berkesinambungan (Mustaqim, 2018). Dengan demikian, manajemen pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu usaha atau proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan pemasaran dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

2. Unit penelitian ini dibatasi pada pendidikan non formal yang dalam hal ini adalah Raudhatul Athfal Nurul Hikmah Bantarjati.

#### **D. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus masalah yang sudah ditentukan diatas, maka diperoleh beberapa pertanyaan, sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka?
2. Bagaimana pengorganisasian pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka?
3. Bagaimana pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka?
4. Bagaimana pengawasan pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka?

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

Adapun tujuan dari penelitian yang dilaksanakan yaitu:

1. Untuk mengetahui perencanaan pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka.
2. Untuk menelaah pengorganisasian pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka.
3. Untuk memahami pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka

4. Untuk mempelajari pengawasan pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati Kabupaten Majalengka

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dilaksanakan antara lain:

### **1. Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat bermanfaat yaitu:

- a. Dapat menjadi salah satu karya ilmiah yang dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti yang sekarang dan yang akan datang khususnya menyangkut manajemen pemasaran jasa pendidikan.
- b. Memberikan sumbangan ilmiah dalam pengelolaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di lembaga pendidikan pra sekolah.

### **2. Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan tentang manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik.

#### **b. Bagi Pihak Lembaga**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan manajemen pemasaran jasa pendidikan di RA Nurul Hikmah Bantarjati.

#### **c. Bagi Pihak Institusi**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pemahaman kepada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon mengenai studi manajemen pemasaran jasa pendidikan.

#### **d. Bagi Lembaga RA/sederajat lain**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan manajemen pemasaran jasa pendidikan.

e. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan mengenai studi manajemen pemasaran jasa pendidikan.

