

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekolah ialah suatu lembaga yang didirikan dengan tujuan untuk menggapai tujuan pendidikan nasional. Sekolah Dasar (SD) menurut Evi.T, 2020 adalah kegiatan pendidikan yang didapat oleh seseorang yang pelaksanaannya dilakukan secara teratur, sistematis, dan terarah yang diselenggarakan bagi anak yang sudah berusia 6-12 tahun dengan segala aktivitas di dalamnya sudah direncanakan dan dirancang dengan apa yang disebut kurikulum. Sekolah sebagai lembaga pendidikan hendaknya memiliki terobosan dalam meningkatkan kepuasan dari pelanggan, yang mana dalam hal ini adalah peserta didik. Terobosan yang dilakukan sekolah akan mempunyai dampak pada kualitas dan output yang dihasilkan oleh sekolah.

Persaingan antar sekolah saat ini semakin kompetitif. Sekolah menawarkan keunikan dan keunggulannya agar menjadi semakin diminati oleh masyarakat. Semakin berkembangnya dunia pendidikan, berbagai alternatif dalam pemilihan sekolah saat ini sangat menjamur dan saling bersaing untuk bisa mendapatkan perhatian dari masyarakat. Hal ini bisa memberikan signal yang baik dalam upaya peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan. Sekolah unggulan sebagian besar memakai kurikulum yang berstandar internasional serta makin banyaknya sekolah swasta dengan biaya yang terjangkau serta sekolah negeri yang memberikan pembebasan untuk biaya pendidikan dapat menambah kompetitif antar sekolah.

Menurut Gazali.M (2010), lembaga pendidikan adalah suatu tempat untuk membina manusia ke masa depan yang lebih baik lagi. Lembaga pendidikan dituntut menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dan dalam usaha untuk peningkatan mutu pendidikan tersebut diarahkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik karena mereka telah mengeluarkan sejumlah uang yang tidak sedikit kepada lembaga pendidikan.

Lembaga pendidikan khususnya sekolah harus dikelola secara

professional dan kompeten oleh orang yang berkompeten di bidangnya. Sekolah yang dikelola dengan seadanya, pasti sekolah tersebut akan ditinggalkan dan tidak diminati oleh konsumen atau masyarakat. Proses pendidikan yang dilakukan di sekolah selalu dinamis, berubah mengikuti perkembangan zaman, mengikuti kemajuan ilmu dan teknologi yang selalu terjadi perubahan di setiap harinya. Sehingga sekolah dituntut agar bisa meningkatkan kualitas pendidikan di dalamnya dari segala aspek.

Sekolah adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat sekitar dan pada mulanya sekolah dinilai dari aspek sosial saja namun dengan berjalannya waktu mengalami pergeseran. Saat ini sekolah juga layaknya perusahaan. Sekolah menghasilkan jasa pendidikan dan jasa tersebut dibeli oleh konsumen yaitu masyarakat. Lembaga pendidikan dalam hal ini sekolah tidak hanya berorientasi dalam mencari keuntungan semata namun mereka juga harus memperhatikan hasil outputnya yakni lulusannya (Bintang Simbolon, 2010). Oleh sebab itu sekolah yang tidak mampu memberikan kepuasan bagi para konsumennya maka niscaya sekolah tersebut tidak akan bertahan di pasaran.

Sekolah hendaknya mampu mengemas pemasaran agar mendapatkan jumlah siswa yang sesuai dengan target yang ingin dicapai. Semakin banyak siswa yang didapat tiap tahunnya akan menjadi tolak ukur dan mengangkat citra yang baik pada lembaga tersebut di mata masyarakat sekitar (Nanang Fatah, 2012). Di masa globalisasi saat ini dimana persaingan dilakukan secara bebas, sekolah berlomba-lomba untuk menawarkan kualitas yang terbaik di sekolah mereka. Banyak sekolah swasta yang gulung tikar pada akhirnya karena sulit mendapatkan calon peserta didik dikarenakan sekolah tersebut tidak mampu untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas sekolahnya.

Masyarakat dalam memilih sekolah tidak hanya mencari sekolah unggulan saja tetapi juga mempertimbangkan banyak aspek lainnya misalnya fasilitas sekolah dan fasilitas teknologi yang memadai. Peserta didik sebagai konsumen tidak hanya mengharapkan guru mengajar dengan maksimal tetapi

mereka juga menginginkan suasana yang nyaman saat mereka belajar di sekolah serta orang tua mengharapkan anak mereka agar lebih mengerti lagi tentang teknologi pendidikan yang terbaru.

Di tengah fenomena di atas, dapat dilihat pemasaran adalah salah satu hal penting dalam keberhasilan sekolah dalam mempertahankan eksistensinya. Pemasaran adalah suatu kegiatan yang di dalamnya ada proses penciptaan, pengkomunikasian, penyampaian sesuatu dan menukar suatu tawaran yang bernilai bagi para pelanggan, mitra dan masyarakat umum. Oleh karena itu, pemasaran melibatkan identifikasi kebutuhan konsumen, penentuan harga jual produk dan jasa yang ditawarkan, memutuskan cara mengiklankannya, dan mempertimbangkan metode dan strategi apa yang dapat diterapkan.

Keberhasilan program dapat didukung dengan pemilihan strategi yang tepat. Oleh karena itu, dalam hal ini pemasaran memegang peranan penting dalam mensukseskan program, khususnya di lembaga pendidikan. Karena itu perlu dipikirkan suatu strategi khusus di bidang pemasaran. Dengan strategi pemasaran yang sesuai dan sudah tepat, sekolah bisa meningkatkan minat peserta didik untuk memilih sekolah tersebut. Sekolah yang menjadi minat memiliki manajemen sekolah yang baik serta menghasilkan output lulusan yang berkualitas akan tetap bertahan dan eksis serta mampu mengembangkan serta meningkatkan mutu kualitas pendidikan.

Sekolah merancang dan melaksanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat calon peserta didik. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Mukmin (2020), yang menyimpulkan SDIT Alami subang dalam menarik minat calon peserta didik sudah melakukan manajemen pemasaran jasa dimana sebelumnya sudah dilakukan dengan penganalisisan hasil dari kegiatan pemasaran, pengkajian kekuatan dan kelemahan serta ancaman, menentukan apa yang menjadi tujuan, menetapkan strategi, menetapkan target, menyusun rencana, menyusun program serta melakukan penyusunan anggaran.

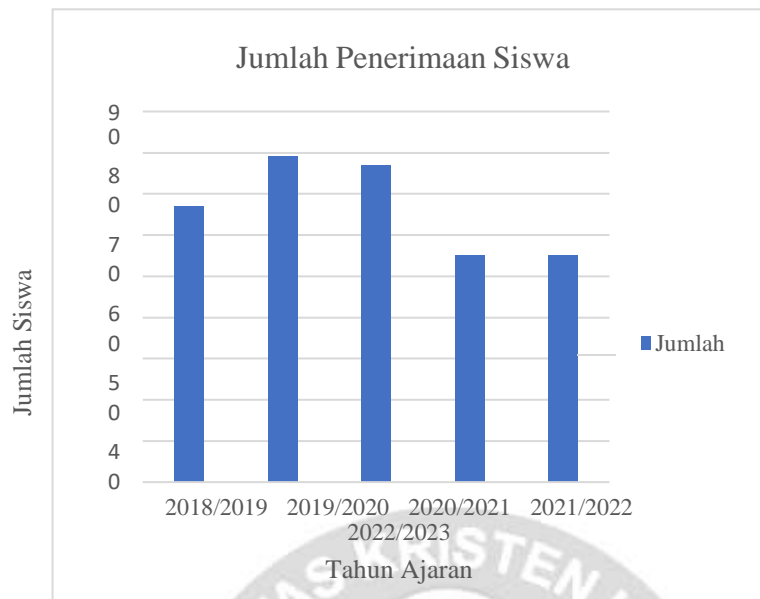
SD Santo Bellarminus Bekasi ialah sebuah Sekolah Dasar yang sudah berdiri sejak tahun 1992 berada di bawah naungan Yayasan Santo Bellarminus. Sekolah ini sudah menyelenggarakan kegiatan Pendidikan selama 30 tahun

dan sampai sekarang masih tetap berdiri dengan tetap mempertahankan kekhasannya sebagai sekolah Katolik. SD Santo Bellarminus Bekasi berada di Jalan Kemang Sari IV no 97, Jatibening Baru, kecamatan Pondok Gede, Kota Bekasi. SD Santo Bellarminus sendiri memiliki 16 ruang kelas yang tiap kelas memiliki rombel yang berbeda.

Kurikulum di SD Santo Bellarminus Bekasi saat ini menggunakan kurikulum 13 dengan agama Katolik yang menjadi ciri khasnya. Di tengah masa pandemi ini, SD Santo Bellarminus Bekasi melakukan pembelajaran secara online. Bahkan pernah melakukan pembelajaran dengan hybrid learning saat Dinas Kota Bekasi memperbolehkan pembelajaran tatap muka dilakukan. Sebagian siswa diberikan kebebasan untuk memilih melakukan pembelajaran secara online atau tatap muka. Namun sayangnya, dengan tren kasus covid yang terus meningkat, pembelajaran hybrid learning harus dihentikan dan kembali ke pembelajaran yang dilakukan secara online dengan menggunakan media zoom.

SD Santo Bellarminus selama ini selalu mampu memenuhi kuota penerimaan murid baru yang sudah ditargetkan, namun dalam 3 tahun belakangan ini terjadi penurunan penerimaan jumlah peserta didik baru. Penurunan jumlah peserta didik baru menjadi perhatian karena mempengaruhi biaya operasional sekolah dimana pemasukan dari siswa sangat berpengaruh terhadap kelangsungan sekolah.

Berikut ini ditampilkan data penerimaan siswa baru 5 tahun terakhir. Dari data di bawah ini terlihat adanya penurunan jumlah penerimaan siswa baru 3 tahun terakhir ini. Hal ini menjadi pertimbangan dan menjadi alasan untuk benar-benar mencari strategi apa yang cocok digunakan di SD Santo Bellarminus untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru.



Gambar 1.1: Jumlah Penerimaan Siswa Baru

Sekolah Dasar Santo Bellarminus Bekasi idealnya hadir untuk memberikan jawaban atas persoalan layanan pendidikan dimana orang tua mengharapkan agar putra putrinya mendapatkan pendidikan yang berkualitas dan yang menanamkan nilai kerohanian. Sehingga pihak yayasan berusaha mewujudkan hal tersebut dengan menyusun visi dan misi sekolah, kurikulum serta kegiatan pendidikan yang dibuat dan dirancang semaksimal mungkin.

Agar terwujudnya hal tersebut, maka sekolah SD Santo Bellarminus Bekasi melakukan bermacam-macam kegiatan antara lain ialah Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Kegiatan operasional dilakukan melalui serangkaian kegiatan sistem pendaftaran yang didalamnya terdapat waktu pendaftaran dan seleksi penerimaan peserta didik baru. PPDB ini menentukan kualitas dari input suatu sekolah. Diperlukan prosedur yang sesuai agar siswa yang masuk di sekolah sesuai dengan minat dan harapan. Strategi promosi sekolah diawali dengan pemetaan target siswa. Dengan pemetaan target siswa terus dilakukan setiap tahunnya sehingga memudahkan dalam pemilihan target yang cocok. Pemilihan target yang tepat akan mampu meningkatkan jumlah penerimaan peserta didik baru.

Kegiatan promosi selama masa pandemic dilakukan baik secara konvensional maupun secara online. Namun demikian, promosi secara online dinilai lebih efektif dilakukan. Hal tersebut dilakukan karena terbatasnya pembelajaran yang dilakukan tanpa tatap muka. Sehingga bagi pihak sekolah dalam melakukan promosi secara online dianggap lebih efisien dan sesuai dengan target yang sudah dibuat.

Proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SD Santo Bellarminus diawali dengan penyusunan panitia yang terdiri dari tenaga pendidik yang diberi tugas tambahan untuk menangani proses PPDB. Panitia tersebut terjun langsung dalam proses pemasaran, penyeleksian, sampai dengan proses wawancara. Melihat situasi yang kompetitif saat ini, kegiatan pemasaran dan promosi amat penting dilakukan agar proses PPDB dapat berjalan dengan baik dan masyarakat merespon baik serta mempercayakan putra-putrinya untuk dapat mengikuti Pendidikan di SD Santo Bellarminus. Kegiatan promosi ini merupakan ujung tombak dari bagi sekolah itu sendiri Sehingga menjadi salah satu kegiatan yang amat penting dan pihak sekolah tidak bisa mengenyampingkan kegiatan promosi ini. Melihat penurunan minat calon peserta didik baru dalam kurun waktu 5 tahun ini, strategi pemasaran dilakukan dalam penelitian ini guna mencari solusi dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru.

B. Fokus Penelitian dan Sub Fokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Berdasar atas latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka penelitian ini berfokus pada penurunan minat calon peserta didik.

2. Sub Fokus Penelitian

Sub focus pada penelitian ini adalah :

- a) Upaya atau strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam mengembangkan minat siswa;
- b) Implementasi strategi pemasaran dalam proses penerimaan mahasiswa tahun pertama;

C. Perumusan Masalah

1. Startegi pemasaran apa saja yang dapat sekolah manfaatkan untuk menarik calon siswa baru dalam meningkatkan minat mereka?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada saat penerimaan siswa yang baru?

D. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mencari tahu beberapa strategi yang tepat untuk digunakan dalam pemasaran sehingga dapat mempromosikan sekolah dan meningkatkan minat siswa.
- b. Untuk melakukan analisis dalam pengimplementasian pelaksanaan strategi pemasaran di dalam proses Penerimaan Peserta Didik Baru.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan bisa menjadi rujukan di dalam dunia keilmuan mengenai strategi pemasaran atau promosi yang bisa digunakan dalam sebuah lembaga Pendidikan khususnya sekolah.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan deskripsi tentang strategi pemasaran atau promosi yang dipakai oleh sekolah.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti lainnya yang tertarik unutup membahas strategi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah.

Sedangkan jika dilihat dari manfaat yang diperoleh institusional dan individu maka penelitian ini mempunyai manfaat antara lain:

- a. Sebagai hasil strategi pemasaran yang sudah di pertimbangkan dan dipikirkan saat penerimaan peserta didik baru.
- b. Sebagai sarana informasi mengenai strategi pemasaran yang ada di dalam prosesPenerimaan Peserta didik baru.