

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia telah memasuki zaman globalisasi, zaman di mana iklim kompetitif sudah masuk disemua lini kehidupan. Globalisasi merupakan kekuatan pemicu (*driver force*) pada semua aspek kehidupan. Konsep ini menciptakan paradig *borderless world*, yaitu dunia yang tidak mengenal batas-batas teritorial kedaulatan sebuah Negara/bangsa. dampaknya turut menciptakan persaingan yang semakin tinggi pada semua aspek kehidupan masyarakat, termasuk di dalamnya dunia pendidikan.

Hidup dalam iklim kompetisi seperti saat ini, sulit bagi organisasi untuk dapat hidup dengan baik jika tidak memiliki kemampuan mengubah diri dengan cepat dan mampu berkembang seiring dengan berbagai tuntutan *stakeholder*. Kondisi ini berlaku hampir pada seluruh organisasi yang bersifat profit maupun non profit.¹ Hal itu juga berlaku dalam dunia pendidikan, meskipun lembaga pendidikan tidak termasuk lembaga profit, namun pengelolaannya tidak dapat dilakukan secara tradisional akan tetapi membutuhkan kemampuan khusus sehingga *output* pendidikan memiliki daya saing yang tinggi untuk dapat bersaing di tingkat global.

Apalagi saat ini paradigma dalam memandang pendidikan mulai bergeser, yang awalnya pendidikan dilihat dan dikaji dari aspek sosial,

¹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah)* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 23.

sekarang orang melihat pendidikan lebih pada sebuah *corporate*. Artinya, lembaga pendidikan dipahami sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan mutunya tidak dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak laku.

Strategi tersebut diadopsi dari dunia bisnis, di mana istilah *marketing* terfokus pada sisi kepuasan konsumen dengan memakai dasar pemikiran yang logis. Jika konsumennya tidak puas, berarti *marketingnya* gagal. Dengan kata lain, jika lembaga pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan *user educations* sesuai dengan *need* pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan berlaku untuk terus eksis.²

Jika logika *corporate* ini dipakai dalam dunia pendidikan, maka lembaga pendidikan dapat dimaknai sebuah lembaga yang bergerak dibidang layanan jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa siswa, mahasiswa, maupun masyarakat umum yang dikenal dengan *stakeholder*. Sebab etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.³ Jadi, jika lembaga ingin memberikan citra yang baik dalam rangka menarik jumlah siswa, maka konsekuensi logisnya lembaga pendidikan harus mengembangkan berbagai upaya strategi pemasaran

² Sri Minarti, *Manajemen Sekolah (Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri)* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 370.

³ Ara Hidayat, dkk. *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah)* (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), 229.

sehingga *customer* tertarik untuk menggunakan jasa lembaga tersebut. Sebagai bentuk pertanggungjawaban dari pemasaran itu, sekolah harus berupaya semaksimal mungkin untuk mengelola serta meningkatkan kualitas layanannya sehingga apa yang dipromosikan bisa dipertanggungjawabkan. Karena pendekatan *marketing* menuntut mereka untuk menganalisis intra dan ekstrakurikuler, fasilitas pendidikan, dan suasana belajar mengajar sehingga kegiatan mereka selalu terpusat pada perbaikan mutu pendidikan.

Menurut Alma, perubahan paradigma pendidikan tersebut harus dapat menciptakan: (1) *makes regular repeat purchases* yaitu pelanggan yang selalu membeli atau memakai secara teratur program yang diluncurkan oleh lembaga, misalnya siswa menyelesaikan studi sampai akhir tetap pada lembaga yang sama; (2) *purchess across product and service line*, pelanggan membeli di luar lini produk/jasa, misalnya ketika guru mengeluarkan program lain yaitu pelatihan Bahasa Arab maka banyak siswa sekolah lain yang mengikuti pelatihan tersebut; (3) *refers other* yaitu merekomendasikan produk lain, misalnya siswa merekomendasikan kepada keluarga, teman ataupun masyarakat setiap program layanan pendidikan; (4) *demonstrates an immunity to the full of the competition* yaitu menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk lain sejenis dari pesaing.⁴

Permasalahan yang pokok adalah bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh organisasi atau manajemen pendidikan di madrasah itu sendiri. Seperti yang dikemukakan oleh Ikke Dewi Sartika yang menyatakan bahwa:

⁴ Ara Hidayat, dkk. *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah)*... 232.

“Kualitas pada dasarnya dapat berupa kemampuan, barang, dan pelayanan, kualitas pendidikan dapat menunjuk kepada kualitas proses dan kualitas hasil (produk). Suatu pendidikan dapat bermutu dari segi proses, jika proses belajar mengajar berlangsung secara efektif, dan peserta didik mengalami proses pembelajaran yang bermakna (*meaningful learning*) dan juga memperoleh pengetahuan yang berguna baik bagi dirinya maupun bagi orang lain (*functional knowledge*) yang ditunjang secara wajar oleh sumber daya (manusi, dana, sarana, dan prasarana)”.⁵

Pentingnya pelayanan pendidikan yang bermutu salah satu masalah yang harus dihadapi di sekolah. Proses pemberian layanan pendidikan yang masih jauh dari harapan. Di satu pihak pemberian layanan pendidikan belum menemukan cara yang paling tepat, dipihak lain pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta semakin tingginya kehidupan masyarakat telah semakin meningkatnya tuntutan kebutuhan hidup sosial masyarakat sebagai pelanggan pendidikan.

Semakin tingginya kehidupan sosial masyarakat sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah semakin meningkatkan tuntutan kebutuhan kehidupan sosial masyarakat. pada akhirnya tuntutan tersebut bermuara kepada pendidikan, karena masyarakat meyakini bahwa pendidikan mampu menjawab dan mengantisipasi berbagai tantangan tersebut. Pendidikan merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh sekolah sebagai institusi tempat masyarakat berharap tentang kehidupan yang

⁵ Ikke Dewi Sartika, *Quality Service In Education. Edisi Khusus Untuk Kalangan Mahasiswa* (Bandung: Kantor Yayasan Potensia, 2012), 8.

lebih baik di masa yang akan datang. Pendidikan perlu perubahan yang dapat dilakukan melalui perubahan dan peningkatan dalam pengelolaan atau manajemen pendidikan di sekolah.⁶

Mutu pendidikan di Indonesia merupakan salah satu isu sentral dalam kerangka wacana pedagogi kritis dewasa ini. Isu mutu pendidikan terkait dengan kualitas guru dan tenaga kependidikan (kepala sekolah, pengawas), kurikulum pengajaran, metode pembelajaran, bahan ajar, alat bantu pembelajaran, dan manajemen sekolah. Keenam elemen tersebut saling berkaitan dalam upaya meningkatkan kualitas pembelajaran yang berpuncak pada peningkatan mutu pendidikan. Peningkatan mutu pendidikan tidak bisa lepas dari strategi pembelajaran yang dilakukan oleh kepala sekolah dan pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat.

Kritik mengenai kualitas pendidikan di Indonesia sangat banyak dikemukakan oleh para pakar pendidikan, para peneliti bidang pendidikan, dan para pemerhati pendidikan. Ibrahim menyatakan bahwa pendidikan di Indonesia sedang mengalami masalah besar. Masalah yang dihadapi meliputi (1) mutu pendidikan yang masih rendah, (2) sistem pembelajaran di sekolah-sekolah yang belum memadai, dan (3) krisis moral yang melanda masyarakat kita.⁷

Purwanto mengemukakan bahwa kemerosotan mutu pendidikan nasional tidak terletak kepada kemampuan intelegensi para siswa Indonesia,

⁶ Nanang Fattah, *Landasan Manajemen Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 2.

⁷ Ibrahim, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 9.

tetapi disebabkan oleh kesempatan yang tidak merata dalam memperoleh pendidikan yang baik pada anak-anak bangsa ini. Selain itu, kualitas pembinaan para guru, kesempatan belajar yang tersedia di dalam lingkungan sekolah dan masyarakat, serta biaya-biaya yang optimal yang dibutuhkan di dalam pendidikan yang berkualitas rupa-rupanya belum secara merata dapat dinikmati oleh anak-anak bangsa. Sebagaimana telah diketahui bahwa kualitas pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kurikulum (standar isi), tetapi juga oleh faktor-faktor yang lain seperti penguasaan para siswa terhadap isi yang telah digariskan di dalam kurikulum serta tersedianya sumber-sumber belajar yang memadai.⁸

Berdasarkan berbagai pengamatan dan analisis, sedikitnya ada tiga faktor (*Three Factor*) yang menyebabkan mutu pendidikan tidak mengalami peningkatan secara merata, yaitu: *Faktor pertama*, kebijakan dan penyelenggaraan pendidikan nasional menggunakan pendekatan *education function* atau *input-output* analisis yang tidak dilaksanakan secara konsekuen. Pendekatan ini melihat bahwa lembaga pendidikan berfungsi sebagai pusat produksi yang apabila dipenuhi semua *input* (masukan) yang diperlukan dalam kegiatan produksi tersebut, maka lembaga ini akan menghasilkan *output* yang dikehendaki. Pendekatan ini menganggap bahwa apabila *input* seperti pelatihan guru, pengadaan buku dan alat pelajaran, dan perbaikan sarana serta prasarana pendidikan lainnya, dipenuhi, maka mutu pendidikan (*output*) secara otomatis akan terjadi. Dalam kenyataan, mutu pendidikan

⁸ M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 27.

yang diharapkan tidak terjadi. Mengapa? Karena selama ini dalam menerapkan pendekatan *educational production function* terlalu memusatkan pada *input* pendidikan dan kurang memperhatikan pada proses pendidikan. Padahal, proses pendidikan sangat menentukan *output* pendidikan. *Faktor kedua*, penyelenggaraan pendidikan nasional dilakukan secara *birokratik-sentralistik* sehingga menempatkan sekolah sebagai penyelenggaraan pendidikan sangat tergantung pada keputusan birokrasi yang mempunyai jalur yang sangat panjang dan kadang-kadang kebijakan yang dikeluarkan tidak sesuai dengan kondisi sekolah setempat. Sekolah lebih merupakan subordinasi birokrasi di atasnya sehingga mereka kehilangan kemandirian, keluwesan, motivasi, kreativitas/inisiatif untuk mengembangkan dan memajukan lembaganya termasuk peningkatan mutu pendidikan sebagai salah satu tujuan pendidikan nasional. *Faktor ketiga*, peran serta warga sekolah, khususnya guru dan peran serta masyarakat, khususnya orang tua siswa, dalam penyelenggaraan pendidikan selama ini sangat minim. Partisipasi guru dalam pengambilan keputusan sering diabaikan, pada hal terjadi atau tidaknya perubahan di sekolah sangat tergantung pada guru. Dikenalkan pembaruan apapun jika guru tidak berubah, maka tidak akan terjadi perubahan di sekolah tersebut. Partisipasi masyarakat selama ini pada umumnya sebatas pada dukungan dana, sedangkan dukungan-dukungan lain seperti pemikiran, moral dan barang/jasa kurang diperhatikan. Akuntabilitas sekolah terhadap masyarakat juga lemah. Sekolah tidak mempunyai beban untuk mempertanggung jawabkan hasil pelaksanaan pendidikan kepada

masyarakat, khususnya orang tua siswa, sebagai salah satu unsur utama yang berkepentingan dengan pendidikan (*stakeholder*).

Saat ini belum banyak Madrasah Tsanawiyah yang melakukan manajemen pemasaran jasa pendidikan dengan baik, walaupun mereka meyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan dalam dunia pendidikan yang semakin ketat adalah melakukan manajemen pemasaran jasa pendidikan yang baik. Madrasah Tsanawiyah yang tidak baik dalam manajemen pemasaran berbasis layanan pendidikan dapat dilihat dari beberapa indikator diantaranya: (1) profesionalisme manajemen pembelajaran yang masih rendah, (2) model pembelajaran pendidikan masih menekankan kepada pendekatan konvensional, sehingga sistem pendidikannya masih mandul, terbelakang dan mematikan daya kritis anak, (3) masih lemahnya komitmen birokrat dan pengelola Madrasah untuk mencapai keunggulan serta kurangnya kecakapan mereka dalam mengelola Madrasah, (4) tidak sedikit dari para guru yang tidak memiliki latar belakang disiplin ilmu pendidikan dan (5) tercerabutnya fungsi madrasah dalam memberikan pengetahuan, ketrampilan, keahlian, dan nilai-nilai moral serta sepiritual pada siswa.⁹

Kesan masyarakat dan fakta di atas menjadi persoalan yang memerlukan solusi bagaimana mengatasinya. Salah satu jawabannya karena lemahnya manajemen pemasaran layanan jasa di madrasah. Pemasaran bagi madrasah sangatlah penting, dikarenakan pertama, sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, perlu meyakinkan masyarakat

⁹ Haidar Putra Daulay. *Pendidikan Islam dalam Sistem Pendidikan Nasional di Indonesia*. (Jakarta : Kencana. 2007). 10.

dan pelanggan pendidikan bahwa lembaga pendidikan kita masih tetap eksis, kedua, kita perlu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” bahwa layanan jasa madrasah yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka, ketiga, kita perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam jasa layanan madrasah yang kita berikan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat, apalagi “pelanggan” keempat, tuntutan masyarakat yang tinggi terhadap mutu Madrasah, dan adanya persaingan antar madrasah/sekolah semakin atraktif.

MTs Negeri Cilegon adalah bagian dari mitra pemerintah untuk memajukan pendidikan di Indonesia. Secara ringkas MTs Negeri Cilegon adalah struktur organisasi atau lembaga yang berada dalam naungan Kementerian Agama. Meskipun banyaknya substansi atau sekolah, dan munculnya sekolah-sekolah yang berbesik Islam terutama di Kota Cilegon, namun grafik pendaftaran siswa di MTs Negeri Cilegon terus meningkat setiap tahunnya.

Kendala atau masalah internal yang dialami MTs Negeri Cilegon antara lain, belum tersedianya fasilitas teknologi yang memadai sebagai madrasah negeri, tidak mempunyai inovasi dalam peningkatan pelayanan pendidikan yang baik, dan berkualitas, serta suasana atau iklim madrasah yang menarik minat pengguna jasa pendidikan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Pemasaran Jasa dan*

Layanan Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan”. Dengan pendekatan studi kasus di MTs Negeri Cilegon sebagai lokasi penelitian.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Lembaga pendidikan belum mampu menemukan metode yang tepat dalam memberikan layanan pendidikan yang bermutu.
2. Masih rendahnya layanan pendidikan yang diberikan oleh lembaga pendidikan madrasah.
3. Mutu pendidikan di madrasah yang masih dipandang rendah oleh masyarakat.
4. Strategi dalam memasarkan jasa pendidikan yang belum dilakukan secara optimal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi masalah dalam penelitian untuk mendapatkan spesifikasi permasalahan sehingga peneliti dapat memberikan rumusan dan jawaban atas permasalahan yang diajukan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah: *pertama*, strategi pemasaran jasa pendidikan yang belum secara optimal dilakukan oleh lembaga pendidikan madrasah, *kedua*, layanan pendidikan masyarakat terhadap lembaga pendidikan di madrasah belum mendapatkan perhatian yang memadai. dan *ketiga*, mutu pendidikan dalam penelitian ini adalah

segala aspek yang terdapat pada delapan standar mutu pendidikan yang harus dipersiapkan oleh madrasah.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri Cilegon?
2. Bagaimana strategi layanan pendidikan di MTs Negeri Cilegon?
3. Bagaimana strategi peningkatan mutu pendidikan di MTs Negeri Cilegon?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri Cilegon.
- b. Untuk mendeskripsikan strategi layanan pendidikan di MTs Negeri Cilegon.
- c. Untuk mendeskripsikan strategi peningkatan mutu pendidikan di MTs Negeri Cilegon.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan banyak manfaat, diantaranya adalah :

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pendidikan. Kemudian memberikan masukan-masukan yang berarti bagi kalangan akademisi tentang penelitian mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan dan layanan pendidikan dalam mutu pendidikan.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi atau pemecahan masalah bagi lembaga pendidikan tentang bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan dan mutu pendidikan dalam meningkatkan peminat layanan pendidikan.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam mempermudah susunan penulisan karya ilmiah ‘tesis’, penulis membuat sistematika pembahasan agar dalam penulisannya dapat terarah sesuai dengan rumusan dan tujuan penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang penulis buat sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang meliputi tentang; latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Mutu Pendidikan dan Minat Layanan Pendidikan, yang memuat: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, yang berisikan tentang: Pengertian Strategi, Pengertian

Pemasaran, Pengertian Jasa Pendidikan, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, dan Fungsi Pemasaran Jasa Pendidikan; Mutu Pendidikan, yang memuat; Pengertian Mutu Pendidikan, Standar Mutu Pendidikan, Faktor-faktor yang Meningkatkan Mutu Pendidikan, dan Strategi Meningkatkan Mutu Pendidikan; Peminat Layanan Pendidikan, yang memuat tentang: Pengertian Peminat Layanan Pendidikan, Fungsi Layanan Pendidikan, Faktor yang Mempengaruhi Minat, dan Strategi Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan.

Bab III Metodologi Penelitian, mencakup; tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, memuat tentang: Hasil Penelitian, yang berisikan: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Negeri Cilegon, Strategi Meningkatkan Mutu Pendidikan di MTs Negeri Cilegon, dan Strategi Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di MTs Negeri Cilegon; dan Pembahasan Hasil Penelitian.

Bab V Penutup, memuat tentang simpulan, implikasi, dan saran.