

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan sebuah proses mencerdaskan kehidupan bangsa yang tertuang dan diamanatkan dalam pembukaan undang-undang dasar negara Republik Indonesia, di Indonesia sendiri terdapat sebuah kebijakan wajib belajar selama dua belas tahun bagi seluruh masyarakat disertai dengan akses fasilitas pendidikan secara gratis mulai dari sekolah tingkat dasar sampai dengan sekolah lanjutan tingkat atas, hal tersebut merupakan salah satu bentuk realisasi amanat pembukaan undang-undang dasar negara republik Indonesia.¹ Akan tetapi era globalisasi membawa lembaga pendidikan dihadapkan pada dinamika yang memberikan nilai terhadap berbagai sistem termasuk didalamnya aspek penunjang proses belajar mengajar, kualitas mutu merupakan suatu standar tolok ukur dalam meningkatkan derajat, taraf kecakapan dan kepandaian, serta daya saing sumber daya manusia yang menjadi sasaran utama dalam pendidikan sehingga mampu bersaing di kancan regional, nasional ataupun internasional.²

Dalam undang-undang No 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional, mengenai peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen

¹ Pasal 6 Ayat 1, Undang-undang nomor 20 Tahun 2003

² Mahbub, Eva Husnia Z, *Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru di MAN 3 Banyuwangi*, JMPID:Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam, Vol 2, No 1, (2020) Hal 115

pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan lokal, dimana hal tersebut memiliki dampak besar bagi kualitas pendidikan sehingga peningkatan derajat taraf kecakapan dan kepandaian, maupun kualitas sumber daya manusia dapat meningkat.³

Mutu merupakan dimensi yang memiliki andil cukup besar dan signifikan dalam berbagai sudut pandang, diantaranya merupakan pembangunan reputasi dan citra positif, sampai menumbuhkan kepercayaan konsumen, sehingga menimbulkan ketertarikan dan sikap yang berkesinambungan, dengan begitu instansi penyelenggara pendidikan bisa bertahan dalam melakukan kompetisi baik dalam skala regional atau nasional dan menunjukkan eksistensinya.⁴

Diantara bukti eksistensi dalam lembaga pendidikan ditandai dengan meningkatnya minat peserta didik dalam menentukan pilihan terhadap lembaga pendidikan tersebut. Peserta didik merupakan salah satu komponen utama dalam proses belajar mengajar, oleh karena itu, perkembangan jumlah peserta didik merupakan suatu indikator dan tujuan dari setiap masing-masing lembaga pendidikan yang diupayakan melalui berbagai hal diantaranya adalah peningkatan mutu pelayanan pendidikan yang dapat dicapai dengan strategi

³ Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003

⁴ Mutiara C.S, *Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*, *Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan*, Vol 30, No. 2, (2020) hal 186

pemasaran jasa pendidikan.⁵ Melihat adanya persaingan untuk meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru diantara lembaga pendidikan, perlu dilakukan suatu strategi pemasaran jasa pendidikan melalui promosi yang dianggap sebagai suatu komunikasi di bidang pemasaran yang juga tidak hanya fokus pada memperkenalkan produk, tetapi juga dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga bisa mencapai kepuasan pelanggan.⁶

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai usaha untuk melengkapi sesuatu, atau membuat sesuatu menjadi lebih memadai, kepuasan pelanggan merupakan respon atas keinginan konsumen yang telah terpenuhi, ada kemungkinan hal tersebut terletak pada fitur barang atau jasa yang ditawarkan.⁷ Promosi merupakan bentuk komunikasi persuasif atau teknik dalam membujuk dengan cara menyampaikan informasi tentang produk atau jasa kepada publik yang bertujuan untuk memengaruhi perilaku dan sikap dalam pengambilan keputusan agar menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁸

Promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan suatu program pemasaran jasa pendidikan. Mutu pelayanan lembaga pendidikan, apabila masyarakat belum pernah menemukan

⁵ Harina Y Dkk, *Indikator Mutu Program Pendidikan Sepanjang Hayat*, Jurnal Ilmiah VISI PTK-PNF

⁶ Mahbub, Eva Husnia Z, *Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru di MAN 3 Banyuwangi*, JMPID:Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam, Vol 2, No 1, (2020) Hal 116

⁷ Dakir, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*, K Media:Yogyakarta (2019) hal 45.

⁸ Ahmad J, *Pemasaran Jasa Pendidikan Teori dan Praktik*, Aswaja Pressindo:Yogyakarta(2022) hal 54.

dan mendengar tentang suatu lembaga pendidikan atau tidak memiliki keyakinan yang kuat terhadap suatu lembaga pendidikan akan membantu memecahkan permasalahan yang mereka miliki, masyarakat cenderung tidak akan memilih lembaga pendidikan tersebut.⁹

Bauran promosi yang dikemukakan Stanton yang ditulis dalam jurnal oleh Tufan Gojali bahwa bauran promosi merupakan “strategi terbaik yang memadukan dari variabel-variabel periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang seluruhnya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan” dari penjelasan tersebut, kita dapat melihat bahwa definisi tersebut menjelaskan mengenai variabel bauran promosi secara jelas.¹⁰

Mekanisme dalam strategi bauran promosi sebuah institusi pendidikan harus dilakukan sesuai dengan kondisi riil lembaga pendidikan dengan sebenarnya, promosi merupakan suatu bentuk dari syiar-syiar Allah atau suatu kebaikan yang dilakukan semestinya sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur’an surat Al-Hajj ayat 32 yang berbunyi:

ذٰلِكَ وَمَنْ يُعِظْكُمْ شَعَابِرَ اللّٰهِ فَاِنَّهَا مِنْ تَقْوٰى الْقُلُوْبِ

⁹ Eko W B, *Strategi Marketing Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Image Pendidikan di Lembaga Pendidikan Islam*, <http://download.garuda.kemdikbud.go.id> diakses pada 25 Februari 2025

¹⁰ Taufan G, *Strategi Bauran Promosi Dala Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik TMKM Karawang*, Media Mahardika, Vol 17, No. 2 (2019) Hal 373

Artinya: Demikianlah (perintah Allah), siapa yang mengagungkan syiar-syiar Allah, sesungguhnya hal itu termasuk dalam ketakwaan hati.¹¹

Syiar merupakan sebuah kegiatan menyampaikan pesan islami dengan melalui berbagai cara baik komunikasi langsung atau komunikasi tidak langsung kepada manusia untuk mengajak berperilaku positif dan meninggalkan perilaku negatif. Kaitannya dengan promosi lembaga pendidikan adalah suatu proses komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu dalam mengajak dan menyampaikan informasi kepada khalayak masyarakat mengenai lembaga pendidikan agar dapat diminati dan penyampaian tersebut merupakan bentuk dari kebaikan.¹²

Salah satu bentuk dari syiar di dalam lembaga pendidikan yaitu kegiatan promosi lembaga pendidikan yang dapat ditemui dalam program penerimaan peserta didik baru, penerimaan peserta didik baru merupakan sebuah kegiatan penerimaan peserta didik atau siswa baru pada lembaga pendidikan baik formal ataupun non formal di berbagai satuan pendidikan. Penerimaan peserta didik baru yaitu proses pendaftaran dan pelayanan kepada siswa yang baru masuk sekolah, setelah mereka memenuhi persyaratan yang

¹¹ Kementrian Agama RI, Juz 17 , Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan, (Lajnah Penasihan Mushaf Al-Qur'an:Jakarta 2019)

¹² Nur Ruliffatur R & Fatiha N M, *Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Cermin:Jurnal Manajemen dan Pendidikan Berbasis Islam, Vol. 1, No. 1 (2021) Hal 46

ditetapkan oleh sekolah tersebut, kegiatan ini merupakan awal pelayanan pendidikan dalam sebuah lembaga pendidikan.¹³

Proses penerimaan peserta didik baru perlu dilaksanakan oleh lembaga pendidikan dalam rangka untuk mendapatkan peserta didik. Proses awal dalam melakukan penerimaan, perlu dilakukan sebuah perencanaan oleh lembaga pendidikan terlebih dahulu, termasuk didalamnya merencanakan strategi dan bentuk-bentuk promosi lembaga pendidikan untuk meningkatkan jumlah peserta didiknya. Dalam hal ini, lembaga pendidikan perlu merancang strategi yang efektif untuk menarik minat calon peserta didik.¹⁴

Jumlah peserta didik menjadi salah satu tolok ukur apakah lembaga pendidikan mengalami perkembangan dan kemajuan, atau bahkan mengalami kemunduran. Bukti sebuah lembaga pendidikan mengalami kemajuan dalam hal pemasaran jasa pendidikan melalui promosi, apabila pada tiga tahun terakhir jumlah pendaftar peserta didik baru mengalami kenaikan yang cukup signifikan, hal tersebut menjadi salah satu indikator keberhasilan sebuah lembaga pendidikan dalam hal pemasaran jasa pendidikan melalui strategi promosi yang tepat. Oleh karenanya promosi merupakan suatu kegiatan yang

¹³ Purwoto, dkk, *Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru di Madrasah Tsanawiyah Al Jauhar Gunungkidul*, Didaktika:Jurnal Kependidikan, Vol 13, No 3, (2024) hal 3553

¹⁴ Lista N, Dkk, *Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Sma Kristen Palangka Raya*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam:Universitas Negeri Jakarta, (2023) Hal 73

sangat penting untuk dilakukan suatu lembaga pendidikan agar meningkatkan minat masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan tersebut.¹⁵

Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang merupakan salah satu sekolah lanjutan tingkat atas yang berada di Kota Serang. Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang termasuk kedalam kategori sekolah favorit dan sekolah dengan tata kelola yang baik. Hal ini dibuktikan melalui sistem pengajaran, sarana prasarana, ekstrakurikuler, dan kurikulum yang diberikan oleh sekolah ini dan diperkuat dengan hasil akreditasi sekolah yang memperoleh peringkat unggul diantara sekolah lain yang ada di Kota Serang. Proses pemasaran jasa pendidikan melalui kegiatan bauran promosi yang diselenggarakan oleh madrasah aliyah negeri 2 Kota Serang terbukti mampu membuat lembaga pendidikan tersebut menunjukkan eksistensinya dengan meningkatnya jumlah pendaftar pada proses penerimaan peserta didik baru, hal ini merupakan langkah strategis yang bisa diadopsi oleh sekolah lain dalam hal proses pemasaran jasa pendidikan melalui kegiatan promosi untuk meningkatkan minat dan jumlah pendaftar peserta didik baru.¹⁶

Dari penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini bermaksud untuk mengkaji dan ingin mengetahui lebih jauh tentang strategi bauran promosi di MAN 2 Kota Serang. Oleh karena itu judul yang diangkat

¹⁵ Akhwan M, Dkk, *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Sekolah Menengah Pertama Islam* , J-MPI:Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol 7, No 2, (2022) Hal 56

¹⁶ *Hasi wawancara dengan FN, selaku pihak manajerial MAN 2 Kota Serang, (Kota Serang:Selasa, 14 Januari 2025).*

pada penelitian ini adalah **“Pengaruh Strategi Bauran Promosi terhadap Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru di MAN 2 Kota Serang”**

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan pembahasan masalah dan menyebabkan pembahasan menjadi inkonsisten, berdasarkan pembahasan latar belakang dan untuk mempertegas ruang lingkup penelitian, penelitian ini dibatasi dan hanya memfokuskan tentang pengaruh strategi bauran promosi terhadap minat pendaftaran peserta didik baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Berapa tingkat ketercapaian strategi bauran promosi yang diterapkan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang?
2. Berapa tingkat ketercapaian minat pendaftaran peserta didik baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang?
3. Berapa tingkat pengaruh strategi bauran promosi terhadap minat pendaftaran peserta didik baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi bauran promosi yang diterapkan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang.

2. Untuk mengetahui minat pendaftaran peserta didik baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi bauran promosi yang diterapkan terhadap minat pendaftaran peserta didik baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a. Sebagai bahan informasi untuk memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya berkaitan dengan pemasaran pendidikan melalui strategi bauran promosi.
- b. Untuk memperkuat teori bahwa pemasaran pendidikan melalui strategi promosi sangat penting.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Sebagai sarana pembelajaran dan latihan dalam usaha memberikan kontribusi keilmuan baik secara teoritis ataupun praktis.

b. Bagi pengelola

Sebagai bahan masukan dalam mengembangkan strategi bauran promosi untuk meningkatkan minat pendaftaran peserta didik baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Serang.

F. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah dalam memahami isi dari skripsi ini, adapun sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori, dalam bab ini membahas mengenai teori yang relevan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir penelitian dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi penelitian, yang meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan teknik analisis data