

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lingkup Dunia Pendidikan saat ini mengalami revolusi yang sangat cepat, Revolusi IPTEK menjadikan iklim persaingan dalam dunia bisnis sudah merambah di dunia lembaga Pendidikan. Dalam kondisi persaingan saat ini, sangatlah sukar bagi sebuah lembaga pendidikan untuk dapat bertahan, jika tidak memiliki kemampuan beradaptasi dengan cepat serta mampu berkembang dengan berbagai tuntutan pengguna jasa lembaga pendidikan.

Kondisi persaingan antar Lembaga pendidikan dahulu belum begitu terasa. Banyak yang belum menyadari adanya persaingan antar lembaga pendidikan. Sehingga dalam pengelolaan lembaga pun kurang memiliki inovasi, Beberapa tahun terakhir ini, beberapa lembaga pendidikan mulai terasa kesulitan mencari calon peserta didik, Menurut Buchari Alma, dampak keberhasilan program KB dengan berkurangnya jumlah angka kelahiran turut laju pertumbuhan penduduk serta mempengaruhi kesulitan sekolah atau madrasah dalam mencari peserta didik baru, akibatnya ada SD, SMP dan perguruan tinggi swasta banyak yang ditutup..<sup>1</sup> serta kebijakan pemerintah mengenai “ Sekolah Gratis “ dengan pembiayaan melalui dana BOS sehingga masyarakat kian leluasa memilih sekolah mana yang tepat untuk buah hatinya.

Dengan berbagai alasan masyarakat menentukan sekolah atau madrasah mana yang menjadi tempat mendidik buah hatinya, Ada yang dengan pertimbangan jarak yang dekat dengan rumah, kualitas proses pembelajaran yang bermutu serta hasil lulusan yang baik secara akhlak maupun kecerdasan intelektual, Namun ada pula sebagian masyarakat karena keterbatasan biaya memilih sekolah yang memberi iming-iming “Hadiah berupa sejumlah uang atau barang”, jika Putra- putrinya bersedia sekolah di lembaga pendidikannya. Padahal Sekolah / Madrasah harus memiliki anggaran yang besar yang anggaran

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung;Alfabet CV, 2016)203

tersebut tidak ada dalam Akun/Laporan Pertanggung jawaban DIPA/ dana BOS. Hal yang demikian amatlah tidak terpuji, selain bertentangan dengan amanat Undang-Undang nomor 20 tahun 2003, dimana Output keberadaan sekolah/ madrasah harus memiliki pengaruh serta ikut berkontribusi terhadap perkembangan serta kemajuan masyarakat, khususnya dilingkup madrasah/ sekolah tersebut dan kemajuan bangsa dan negara sesuai amanat undang-undang juga mendidik masyarakat untuk hidup bermalasan-malasan dengan menggantungkan pemberian dari pemerintah. Selain itu, menjamurnya Sekolah Dasar Islam Terpadu di Kabupaten Pati, meski baru berdiri namun perkembangannya pun semakin baik serta mampu mengambil hati masyarakat, padahal orang tua peserta didik juga harus mengeluarkan biaya untuk menyekolahkan anaknya disekolah ini. Oleh karena itu perlunya suatu institusi pendidikan bergerak cepat dengan perlu berbenah diri dengan menganalisa kekurangan yang ada pada institusi di lembaganya tersebut, Kemudian dengan tekad yang kuat memperbaiki manajemen pemasaran serta pengelolaan isntitusinya.

Institusi pendidikan harus dapat melakukan perombakan yang cepat, sejalan dengan perkembangan revolusi IPTEK. kondisi masyarakat yang terus mengalami perubahan untuk lebih berkemajuan. Banyak sekolah yang gulung tikar atau regroup karena tidak dapat bersaing dengan sekolah yang lain. Pola pikir masyarakat yang semakin modern akibat revolusi informasi membuat pemikiran mereka semakin kritis dalam memilih sekolah/madrasah mana yang cocok untuk anak mereka menimba ilmu. Banyak sekolah yang belum menyadari dinamika tersebut mereka kurang adaptif dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi pola pikir dan bertindak masyarakat. Jika sekolah tersebut adalah sekolah milik pemerintah mungkin tidak begitu khawatir apabila sekolah tersebut mengalami gulung tikar. Lain halnya dengan sekolah yang dikelola oleh masyarakat mereka berusaha sekuat tenaga untuk berinovasi dan beradaptasi sehingga dapat mempertahankan kuantitas serta kualitasnya.

UU NO 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang merupakan landasan yuridis bagi pengelolaan pendidikan di Indonesia. Menurut undang-undang No 20 tahun 2003, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk

mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang dipelrukaan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.<sup>2</sup>

Madrasah sebagai Sekolah Dasar Islam memiliki mempunyai tantangan yang berat yaitu harus beradaptasi dengan perubahan budaya masyarakat, revolusi IPTEK yang sangat mempengaruhi sikap, tingkah laku kepribadian peserta didik. Namun juga madrasah juga diuntungkan karena masyarakat lebih condong menyekolahkan anaknya di madrasah, karena masyarakat memiliki harapan besar anak-anaknya memiliki akhlak moral yang baik jika bersekolah di Madrasah,

Oleh karena itu, dalam situasi persaingan antar lembaga pendidikan maka sangat penting suatu lembaga pendidikan untuk mempersiapkan Perbaikan, pembenahan, analisis daya saing, strategi taktis pemasaran untuk memenangkan persaingan tersebut. untuk memenangkan persaingan antar lembaga Pendidikan.

Manajemen Bauran pemasaran bagi sebuah Institusi pendidikan terutama madrasah sangat perlu untuk melaksanakannya karena persaingan antar sekolah yang semakin kuat Posisi Kepala madrasah sangat penting sebagai penentu kebijakan dalam rangka berhasilnya Manajemen Bauran Pemasaran. Tugas dan fungsi Kepala Madrasah sangat penting sebagai manajer, motivator, Inovator, perencana dan pengendali jalannya proses manajerial di madrasah.

Pada Institusi Madrasah, disatu sisi harus berusaha meningkatkan mutu dan kompetensi lulusan sehingga mampu memberikan harapan kepada masyarakat sebagai user pendidikan; dmasyarakat, dunia kerja, pemerintah dan sebagainya. Sebagai lembaga pendidikan yang sudah lama berkembang di Indonesia, madrasah selain telah berhasil membina dan mengembangkan kehidupan beragama di Indonesia, juga ikut berperan dalam menanamkan rasa kebangsaan ke dalam jiwa rakyat indoneisa.

---

<sup>2</sup> Pemerintah Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional ( Jakarta : Tim Permata Press 2009), 8

Disamping itu madrasah juga sangat berperan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa.<sup>3</sup>

Terdapat 54 lembaga pendidikan tingkat dasar di Kecamatan Kayen . dengan 15 Madrasah Ibtidaiyah (MI) dibawah naungan Kementerian Agama Kabupaten Pati, salah satunya adalah MIN 1 Pati dan 39 Sekolah Dasar (SD) dibawah naungan Dinas Pendidikan Kabupaten Pati. yang d MIN 1 Pati yang terletak diDesa Slungkep berbatasan dengan Desa Sumbersari,berdekatan dengan MI Sumbersari, MI Al-Khoiriyah, MI Miftahul Huda dan MI Mambaul Ulum dekat juga dengan SD Sumbersari 1, 2, 3, SD Slungkep 1, 2 dan SD Kayen 6. Posisi tersebut tidak dapat dipungkiri menimbulkan persaingan dalam mendapatkan peserta didik ketika masuk tahun ajaran baru. Oleh karena itu, Supaya memenangkan persaingan tersebut, maka Madrasah harus melakukan upaya strategi pemasaran dengan melakukan promosi dan sosialisasi melalui berbagai sarana baik, media online maupun offline, tentang program-program unggulan yang menarik, produk, sarana prasarana serta pelayanan yang terbaik untuk menarik orangtua agar memasukkan anaknya ke sekolah tersebut dan juga menarik minat peserta didik itu sendiri.<sup>4</sup>

Sasaran penelitian terfokus pada MIN 1 Pati. Karena Madrasah tersebut terlihat menonjol meskipun terletak berdekatan dengan sekolah – sekolah Dasar serta Madrasah tetapi mempunyai banyak peserta didik. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pendaftar yang banyak serta prestasi yang banyak diraih para peserta didik di MIN 1 Pati. MIN 1 Pati adalah Madrasah negeri dibawah naungan Kementerian Agama. Madrasah Ibtidaiyah Negeri Slungkep berdiri sejak tahun 1997, semula adalah MI Swasta dengan nama MI Miftahul Khoir. Dalam perkembangannya MI Miftahul Khoir mengalami kesulitan dalam hal pengembangan gedung serta minimnya minat animo masyarakat yang akan menyekolahkan anaknya di Madrasah swasta tersebut. Sehingga para pengurus sepakat untuk mengusulkan penegerian .Usulan itu kemudian direspon

---

<sup>3</sup> Abdul Choliq, *MT Manajemen Madrasah dan Pembinaan Santri* (Yogyakarta : PT LKIS Printing Cemerlang 2011) , 4

<sup>4</sup> Sami'an, Ketua PPDB MIN 1 Pati, wawancara oleh Rochim, IAIN KUDUS 13 Agustus , 2019, pukul 10.00

oleh pemerintah yaitu dengan terbitnya Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 107 Tahun 1997 tentang penegerian MI Miftahul Khoir menjadi Madrasah Ibtidaiyah Negeri Slungkep.<sup>5</sup> Yang saat ini berganti nama menjadi MIN 1 Pati. Setelah berganti nama menjadi MIN 1 Pati dibawah kepemimpinan H. Ni'am, M.Pd.I, MIN 1 Pati mengalami banyak kemajuan, terutama mengenai jumlah murid yang semakin meningkat setiap tahunnya. Karena H. Ni'am pindah tugas di MIN 2 Dukuhseti, maka MIN 1 Pati dipimpin oleh Hj.Siti Aminah, M.Pd.I. Pada Tahun Ajaran 2018/2019 Murid di MIN 1 Pati berjumlah 451 Peserta didik. Sedangkan pada tahun ajaran 2019-2020 peserta didik MIN 1 Pati mengalami peningkatan, yakni 520 Peserta didik. Strategi yang digunakan oleh MIN 1 Pati adalah dengan membentuk TIM khusus PPDB yang bertugas Melakukan Sosialisasi di Pondok, RA maupun TK serta di Media Sosial tentang Penerimaan Peserta didik Baru di MIN 1 Pati, kemudian tentang capaian output dan produk-produk serta layanan pendidikan MIN 1 Pati yang banyak menorehkan berbagai Prestasi Akademik dan non akademik, semuanya tidak lepas dari Manajemen Pengelolaan Madrasah yang baik. Meningkatnya peserta didik selama 5 tahun ini sampai tahun ini, menjadikan penulis tertarik untuk meneliti Manajemen marketing mix pendidikan yang dilaksanakan MIN 1 Pati. Sebagai upaya penerapan strategi bauran pemasaran dan dampaknya dalam peningkatan daya saing lembaga pendidikan. Peserta didik yang banyak merupakan power tersendiri bagi MIN 1 Pati. Keuntungan yang diperoleh adalah mendapatkan Dana BOS yang besar pula. Namun dengan peserta didik yang banyak harus pula melakukan pelayanan yang baik terhadap peserta didik. Sehingga masyarakat semakin percaya dan mampu menjadi marketing yang efektif bagi MIN 1 Pati. Untuk mendapatkan peserta didik yang meningkat maka diperlukan strategi pemasaran jasa pendidikan yang tidak dilakukan secara insidental namun harus dilakukan manajemen marketing mix yang terkoordinir dan terencana dengan baik,<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Kyai Machali, Komite madrasah, wawancara oleh Penulis, tanggal 28 Agustus 2019 pukul 12.00

<sup>6</sup> Aminah, Siti Wawancara oleh penulis Tanggal 20 Mei 2020

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“IMPLEMENTASI MANAJEMEN BAURAN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN DI MIN 1 PATI”**.

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian yang akan dilaksanakan, akan dibatasi untuk permasalahan mengenai Implementasi Manajemen Marketing Mix Pendidikan berbasis Madrasah dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MIN 1 Pati. Atas dasar masalah latar belakang diatas, maka gambaran yang didapat dalam dimensi sangat luas, Menyadari keterbatasan penulis dalam masalah waktu serta pengalaman penulis, maka perlu untuk memberikan batasan masalah secara terfokus dan jelas.

Kemudian masalah objek penelitian ini, dibatasi bagaimana Implementasi Manajemen Marketing Mix Pendidikan berbasis madrasah dalam meningkatkan daya saing di MIN 1 Pati yang pada akhirnya membuat masyarakat tergerak hati untuk menyekolahkan anaknya di MIN 1 Pati sehingga dalam penerimaan peserta didik baru selalu meningkat setiap tahunnya. Kemudian Manajemen yang dilaksanakan, dapat meningkatkan daya saing MIN 1 Pati. Sehingga disegani oleh lembaga lain.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Manajemen Pemasaran PPDB di MI Negeri 1 Pati ?
2. Bagaimana Daya Saing lembaga pendidikan di MI Negeri 1 Pati ?
3. Bagaimana Implementasi Manajemen Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan berbasis Madrasah dalam meningkatkan Daya Saing lembaga pendidikan di MI Negeri 1 Pati ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dari pemaparan latar belakang serta rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Manajemen PPDB di MIN 1 Pati
2. Untuk mendeskripsikan Daya Saing lembaga pendidikan di MIN 1 Pati.
3. Untuk mengungkap “Implementasi Manajemen Bauran Pemasaran Pendidikan berbasis Madrasah” dalam meningkatkan Daya Saing lembaga pendidikan di MIN 1 Pati.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis  
Upaya memberikan wawasan pengetahuan baru sebagai upaya memunculkan teori yang baru tentang Implementasi Manajemen Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan berbasis Madrasah dalam meningkatkan Daya Saing lembaga pendidikan di MIN 1 Pati
2. Manfaat Praktis  
Dapat dijadikan kajian informasi dan evaluasi bagi segenap keluarga besar MIN 1 PATI agar selalu memperbaiki kualitas layanan pendidikannya demi kemajuan madrasah.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika pembahasan dan penulisan dalam tesis sebagai berikut:

**BAB I:** Pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan sebagai kerangka dalam menyusun dan mengkaji tesis.

**BAB II:** Memuat kajian teori yang terdiri dari sub bab pertama, landasan teori, tentang kajian Implementasi Manajemen Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MIN 1 Pati, Sub bab ketiga tentang telaah pustaka dan dilanjutkan sub bab keempat tentang kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian, serta tentang

penelitian terdahulu.

- BAB III: mengemukakan metode penelitian, yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber penelitian, wilayah kerja penelitian, pengujian keabsahan data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data
- BAB IV: Memaparkan analisis terhadap hasil Manajemen Pemasaran PPDB di MIN 1 Pati, Daya Saing Lembaga Pendidikan MIN 1 Pati, Implementasi Manajemen Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MIN 1 Pati
- BAB V: Bab ini berisi penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran saran yang kemudian di lanjutkan daftar referensi.

