**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Perubahan di dunia ini terus berjalan, sadari atau tidak telah menjadi kenyataan . Dampak dari perubahan menciptakan persaingan yang semakin tinggi pada aspek kehidupan masyarakat. begitu pula di dunia pendidikan yang saat ini kita jalani, dimana pengelolaannya tidak dapat dilakukan dengan cara tradisional akan tetapi membutuhkan kemampuan khusus sehingga output pendidikan sesuai dengan pangsa pasar baik secara Nasional maupun Internasional.

Pendidikan merupakan kegiatan yang kompleks, meliputi berbagai komponen yang berkaitan satu sama lain. Dalam pasal 1 Undang-undang no 20 tahun 2003 tentang system pendidikan Nasional dinyatakan bahwa sistem pendidikan nasional adalah keseluruhan komponen yang saling terkait secara terpadu untuk mencapai tujuan pendidikan nasional. Jika pendidikan ingin dilaksanakan secara teratur, maka berbagai elemen yang terlibat dalam kegiatan sistim pendidikan perlu dikenali sehingga dapat difungsikan dan dikembangkan, seperti pemerintah, tenaga pendidik, siswa, sarana prasarana dan masyarakat. Disinilah persoalan pentingnya penguasaan pendekatan sistim untuk mengkaji masalah-masalah, kelemahan, dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien, baik peningkatan mutu maupun usaha peningkatan jumlah pelanggan.

Disamping siswa yang menjadi obyek produk keluaran dari dunia sekolah, lembaga pendidikan juga merupakan sebuah lembaga yang bergerak di bidang layanan jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen seperti siswa, mahasiswa, dan masyarakat umum. Di era modern ini persaingan dalam bidang pendidikan tidak dapat dielakkan sehingga banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya. Kemampuan administrasi untuk memahami pemasaran pendidikan menjadi persyaratan dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya. Pemasaran menekankan bahwa sebagai visi, pemasaran harus menjadi suatu konsep bisnis strategis yang bisa memberikan kepuasan berkelanjutan, bukan kepuasan sesaat untuk tiga *stakeholder* utama yaitu pelanggan, karyawan, dan pemilik organisasi.

Selain pemasaran yang sangat diperlukan, juga dibutuhkan suatu perencanaan yang matang. Perencanaan diperlukan karena terkait dengan langkah dan strategi yang akan dijalankan di dalam melakukan pemasaran. Tanpa diikuti dengan strategi perencanaan yang baik, maka langkah pemasaran yang dilakukan dapat mengalami berbagai kesulitan sehingga hasil yang dicapai tidak memuaskan.

Dalam peraturan pemerintah no 19 tahun 2005 pasal 3 bahwa standar nasional pendidikan berfungsi sebagai dasar dalam perencanaan,pelaksanaan dan pengawasan pendidikan dalam rangka mewujudkan pendidikan nasional yang bermutu. Perencanaan merupakan dasar untuk menentukan kegiatan yang akan dilakukan dengan mengatur berbagai sumber daya yang ada sesuai dengan harapan. Sumber daya yang teralokasi secara baik dan tepat sasaran dapat mendorong keberhasilan di dalam mencapai apa yang direncanangkan. Sementara itu, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan sumber daya dan lingkungan secara efektif yang merupakan penerapan arah keseluruhan dari bisnis. Di dalam pemasaran diibaratkan sebagai medan tempur bagi para produsen dan pedagang sehingga perlu ditetapkan strategi apa yang harus dilakukan untuk memenangkan pertempuran itu.

Oleh karena itu, perencanaan strategi merupakan proses mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategis antara tujuan dan kemampuan organisasi/lembaga serta peluang pemasaran. Dengan sendirinya keadaan yang tercipta tersebut dapat dimanfaatkan sebagai suatu kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada di lingkungan. Terkait dengan hal tersebut, persaingan dunia pendidikan menjadi hal yang sangat penting agar masing-masing pihak dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas pemasarannya.

Mengatasi persaingan yang amat ketat saat ini baik lokal maupun nasional, lembaga pendidikan dituntut harus mampu menentukan strategi dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan yang diharapkan agar mampu mencetak dan mempersiapkan peserta didik yang dapat hidup dan bersaing. Salah satu strategi yang paling penting adalah strategi pemasaran yang tujuannya adalah memperkenalkan kepada masyarakat hasil produk dari suatu organisasi atau lembaga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Pelaksanaan strategi pemasaran yang baik harus ditunjang oleh pengetahuan sikap dan keterampilan tentang strategi apa yang harus dilakukan oleh atasan atau pimpinan. Menurut David (2011: 15) bahwa penyusunan strategi dapat membantu sebuah organisasi, mengumpulkan, menganalisis serta mengorganisasi informasi.

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Teomokole merupakan satu-satunya sekolah menengah atas yang bernuansa Islam yang didirikan di Pulau Kabaena Kabupaten Bombana Provinsi Sulawesi Tenggara. MAN hadir sebagai salah satu sekolah yang merupakan hasil dari tuntutan masyarakat. Kehadiran MAN sangat terlambat dibandingkan dengan pendidikan setingkat SMA/SMU yang telah hadir sejak tahun 1980-an. Oleh karena itu, kehadiran sekolah jenis ini (MAN) sangat membantu kebutuhan pendidikan masyarakat sehingga tidak lagi harus menyeberang ke daerah lain untuk mengeyam pendidikan MAN.

MAN Teomokole berdiri pada tanggal melalui keputusan .... Keberadaannya ditujukan untuk memenuhi kesetaraan standar pendidikan dengan wilayah lain di Propinsi Sulawesi Tenggara. Selain itu sebagai salah satu sarana pendidikan yang menunjang tujuan pendidikan nasional yang salah satunya adalah menciptakan manusia yang berakhlak mulia dan cerdas dalam tuntutan kehidupannya.

Secara teknis, pelaksanaan pembelajaran diadakan mulai hari Senin sampai dengan hari sabtu dengan durasi selama 8 jam pelajaran per hari, 1 jam pelajaran 45 menit. untuk memenuhi ketercapaian satuan pendidikan berdasarkan kurikulum yang telah ditetapkan. Selain itu juga disediakan pendidikan ekstra kurikuler bagi siswa yang mempunyai minat tertentu agar dapat mengembangkan wawasan dan kecakapan di bidang tertentu yang telah disesuaikan ....

Keberadaan sekolah MAN di harapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi masyarakat. Pilihan sekolah menjadi lebih banyak dibandingkan dengan sebelum ada MAN di Kabaena. Akan tetapi, sebagai sekolah yang masih terlalu muda, MAN tentu saja masih dalam keterbatasan-keterbatasan khususnya jumlah guru masih kurang, sarana dan prasarana juga belum memadai dibandingkan dengan kebutuhan pembelajaran . Kuantitas buku-buku pelajaran juga menjadi masalah yang harus segera dipenuhi agar seiring dengan proses belajar mengajar. Selain itu, perlengkapan pembelajaran sangat membutuhkan perhatian yang cukup agar seluruh rangkaian pembelajaran dapat berlangsung baik. Sarana belajar yang kurang dapat membawa pengaruh buruk dalam proses belajar mengajar sehingga kurang memberikan minat bagi calon siswa.

Apabila ditinjau dari sisi prestasi siswa, memang prestasi akademik lulusan MAN Teomokole tiga tahun terakhir lulus sebesar 100 persen. Dalam proses pembelajaran hanya sebesar 80 persen guru yang memahami KTSP (Kurilum Tingkat Satuan Pendidikan), silabus, dan RPP (Rencana Program Pembelajaran). Sementara itu, guru yang telah memiliki kualifikasi S1 sebesar 99 persen, untuk standar sarana dan prasarana belum memiliki laboratorium, serta perpustakaan belum memadai, sedangkan sarana olahraga sudah memadai. Program studi yang ada hanyalah IPS karena keterbatasan sarana ruang belajar. Oleh karena itu pihak skolah belum memprogramkan program studi lebih dari satu.

Keadaan internal sekolah dapat berpengaruh secara eksternal terhadap sekolah tersebut. Begitu pula kemampuan pimpinan sekolah dalam melakukan pengelolaan akan turut mempengaruhi kualitas mutu serta peningktan jumlah siswa. Kualitas guru yang kurang, sarana yang tidak memadai, dan keluaran yang tidak berkualitas menjadi faktor yang berdampak pada citra sekolah tersebut. Apalagi ditambah dengan ketidakmampuan pihak sekolah dalam mengelola secara kelembagaan, akan menjadi batu sandungan di dalam menarik perhatian masyarakat khususnya calon siswa.

Seperti diketahui bahwa dunia pendidikan perlu memahami pentingnya menarik minat calon siswa. Apalagi sekolah-sekolah yang berlabel negeri, kadang-kadang kurang memperhatikan hal ini. Padahal jumlah siswa yang kurang dapat dipengaruhi oleh anggapan masyarakat terhadap sekolah tersebut. Di sinilah pentingnya pola pemasaran sekolah di publik. Pola pemasaran yang berjalan baik akan memberikan rangsangan baru bagi para calon siswa. Hal ini menjadi salah satu faktor yang memerlukan perhatian agar jumlah siswa sesuai dengan kebutuhan sekolah tersebut sehingga sekolah dapat dijalankan secara baik dan menghasilkan keluaran yang bermutu. Berikut adalah jumlah siswa hasil penerimaan peserta didik baru (PPDB).

**Tabel 1.1**

**Target dan** **Realisasi Jumlah Siswa Hasil PPDB**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Tahun Pelajaran | Target | Realisasi |
| 1. | 2008-2009 | 40 | 20 |
| 2. | 2009-2010 | 50 | 24 |
| 3. | 2010-2011 | 40 | 30 |
| 4. | 2011-2012 | 70 | 30 |

Sumber : Wakasek Humas MAN Teomokole

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut terlihat bahwa antara target yang ditetapkan dan realisasi jumlah siswa yang diterima dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) masih jauh dari harapan, bahkan pada periode tahun 2011-2012 perbedaan antara target dan realisasi masih terlalu jauh yaitu baru mencapai 42,86%. Hal ini menunjukkan bahwa MAN Teomokole belum menjadi sekolah pilihan bagi colon siswa yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang yang setara dengan sekolah menengah umum.

**Tabel 1.2**

**Data Jumlah Siswa**

**Kelas X,XI,XII MAN Teomokole**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Kelas X** | **Kelas XI** | **Kelas XII** | **Jumlah** |
| L | P | JML | L | P | JML | L | P | JML |  |
| 1. | 2008-2009 | 11 | 9 | 20 | 12 | 10 | 22 | 12 | 11 | 25 | 67 |
| 2. | 2009-2010 | 11 | 13 | 24 | 12 | 11 | 23 | 14 | 12 | 26 | 73 |
| 3. | 2010-2011 | 17 | 13 | 30 | 12 | 13 | 25 | 13 | 15 | 28 | 83 |
| 4. | 2011-2012 | 16 | 14 | 30 | 17 | 13 | 30 | 14 | 16 | 30 | 90 |

Sumber : Wakasek Humas MAN Teomokole

Dari data tersebut, dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2012 peningkatan jumlah siswa belum sesuai dengan target yang telah ditetapkan sekolah, walaupun secara jumlah mengalami kenaikan, sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam menarik minat calon siswa, agar MAN Teomokole mampu menjadi sekolah pilihan yang dapat meningkatkan jumlah siswa dan kualitas pendidikannya.

Berbagai langkah telah dilakukan oleh pihak MAN dalam meningkatkan jumlah siswa dan mutu keluarannya. Pihak MAN tidak saja mengupayakan pengembangan ilmu, namun termasuk kecakapan hidup (*life skill*). Masyarakat dilibatkan dalam memahami program pengembangan sekolah yang dilakukan dengan tujuan agar termotivasi untuk memberikan bantuan baik pemikiran maupun materil. Peran serta masyarakat dalam satu visi, misi, dan tujuan dapat menyukseskan program-program sekolah. Upaya ini selaras dengan asa demokrasi, keadilan, dan keterkaitan sekolah dengan karakter nilai-nilai budaya masyarakat. Dengan demikian, akan terbangun kerja sama yang sinergi dalam mengembangkan program dan kegiatan sekolah sesuai dengan prinsip pendidikan seumur hidup (*Long life education*) dan pendidikan untuk semua (*Education for all*).

Langkah-langkah sebagaimana tersebut di atas, diantaranya direalisasikan dalam bentuk penyediaan seragam sekolah bagi calon siswa yang kurang mampu, dalam memikat hati calon siswa atau penerimaan siswa baru (PSB) dilakukan tanpa penyaringan. Hal ini bertujuan untuk memberikan peluang seluas-luasnya kepada para peminat tanpa melalui tes. Hubungan kerja sama dengan komite sekolah ditumbuhkan secara kondusif dengan memberi pertimbangan dan dukungan partisipatif dan komunikatif seperti menganalisis aspirasi dan ide serta tuntutan yang diajukan oleh masyarakat. Menjamin sarana-sarana yang diprogramkan dengan tetap berprinsip keadilan, transparansi, dan partisipatif dengan tetap berdasarkan pada skala prioritas.

Untuk merealisasikan usaha pencapain tujuan lembaga, pihak sekolah menuangkan dalam suatu program yaitu Rencana Strategi Sekolah yang diharapkan mampu mengakomodasi berbagai tuntutan dan kebutuhan konsumen yang sejalan dengan standar pelayanan minimal yang bertumpu pada peningkatan kinerja.Lembaga dinilai mempunyai kinerja yang baik jika lembaga tersebut menghasilkan keluaran yang bermutu secara efektif, efisien, dan berkelanjutan. Pencapaian kinerja seperti ini ada dua diantara faktor yang berpengaruh yaitu faktor dari dalam (intern) madrasah itu sendiri dan faktor dari luar (eksternal) madrasah. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi dan analisis dari kedua faktor tersebut.

Mengevaluasi dan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal, dapat mempengaruhi keorganisasian madrasah. Evaluasi dan analisis tersebut diharapkan dapat menjadi jalan untuk mengetahui kapasitas kemampuan dan strategi selanjutnya untuk meningkatkan kinerja di masa yang akan datang. Faktor internal yang dapat mempengaruhi kinerja yang dimaksud adalah hal-hal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan. Sedang faktor eksternal adalah yang berkaitan dengan peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi kinerja madrasah. Oleh karena itu, penyusunan rencana sekolah dengan mengembangkan manajemen berbasis sekolah merupakan suatu keharusan. Hal ini dapat mendorong efektivitas serta dukungan komite sekolah melalui mitra pihak ketiga atau dunia usaha.

Pentingnya perencanaan pengembangan program sekolah dilakukan untuk menentukan arah dan tujuan yang diharapkan. Penyusunan perencanaan pengembangan program sekolah bersifat komprehensif dengan memperhatikan aspek internal maupun eksternal. Pada aspek internal peningkataan kompetensi tenaga pendidik MAN Teomokole harus berusaha menyesuaikan bidang keahliannya dengan mata pelajaran untuk beberapa guru yang belum sesuai.

Pencapaian tujuan sekolah/organisasi yang telah dirumuskan, membutuhkan berbagai keahlian dalam bidang pendidikan khususnya di dalam pengelolaan sekolah tersebut. Secara internal sekolah membutuhkan orang-orang yang memiliki keahlian seperti kepala sekolah sebagai manajer sekolah dengan keahliannya sebagai manajer dan pimpinan, para guru bidang studi yang sesuai dengan kurikulum yang berlaku, tenaga bimbingan dan konseling, ketatausahaan yang memiliki keterampilan dalam sistem manajemen informasi untuk berbagai kebutuhan data yang berkenaan dengan kegiatan sekolah.

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh suatu lembaga untuk meningkatkan harapan, keinginan, dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan. Konsumen yang dimaksud bukan hanya membutuhkan barang akan tetapi ada sesuatu yang lain yang diharapkan, sesuatu yang lain itu merupakan citra yang terbentuk dalam suatu produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, organisasi perlu memberi informasi kepada publik tentang produk yang dihasilkan agar dapat terbentuk suatu citra yang baik yang akan menjadi dasar dalam menentukan pilihan di masa yang akan datang.

Disinilah pentingnya pemasaran pada suatu lembaga pendidikan (sekolah) agar menjadi sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang baik. Lembaga pendidikan perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan yaitu peserta didik, masyarakat serta pihak-pihak terkait lainnya bahwa lembaga pendidikan yang dikelola tetap eksis dan layanan jasa yang diberikan relevan dengan kebutuhan mereka serta mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain yang setingkat. Kegiatan pemasaran penting dilakukan agar jasa pendidikan yang ditawarkan dapat dikenal dan dipahami serta eksistensi lembaga pendidikan yang dikelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat. Sebaik dan sebagus apapun *output* yang dihasilkan tanpa diimbangi dengan kemampuan memasarkan secara efektif, maka hasil yang dicapai tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “**Analisis Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Tujuan Lembaga.”(Studi Kasus Pada MAN Teomokole)**

* 1. **Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dari MAN Teomokole agar sekolah tersebut dapat meningkatkan jumlah siswa. Dari hasil penelitian awal yang dilakukan melalui observasi dan studi dokumentasi sekolah diperoleh gambaran yang berupa pokok masalah yang masih bersifat umum, untuk mempertajam penelitian ini maka difokuskan pada strategi pemasaran MAN Teomokole meliputi:

1. Pemenuhan kebutuhan pasar (Calon siswa, siswa dan orang tua siswa), yaitu bagaimana sekolah memenuhi kebutuhan calon siswa, siswa dan orang tua siswa sehingga konsumen merasa puas.
2. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pemasaran MAN Teomokle.
3. Mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan di MAN Teomokole.
4. Mengidentifikasi program pemasaran yang tepat di MAN Teomokle.
	1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebaga berikut:

1. Bagaimana Lingkungan eksternal pemasaran di MAN Teomokole
2. Bagaimana Lingkungan internal pemasaran di MAN Teomokole
3. Bagaimana Strategi pemasaran yang dilakukan MAN Teomokole
4. Seberapa besar pengaruh program pemasaran yang dilakukan MAN Teomokole terhadap minat calon siswa
	1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengetahui, dan mengkaji:

1. Kondisi lingkungan eksternal pemasaran di MAN Teomokole.
2. Kondisi Lingkungan internal lembaga MAN Teomokole.
3. Peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan MAN Teomokole
4. Strategi pemasaran yang tepat dan dapat diterapkan oleh MAN Teomokole.
5. Program pemasaran yang tepat dan dapat dilakukan MAN Teomokole.
	1. **Kegunaan Penelitian**

Setiap kegiatan mempunyai kegunaan tertentu, begitu pula dalam penelitian ini, secara umum kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Kegunaan teoritis
* Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak sekolah agar terus melakukan perbaikan, terutama dalam kajian tentang strategi pemasaran dalam peningkatan jumlah siswa di MAN Teomokole.
* Membantu sekolah dalam menyusun strategi pemasaran.
1. Kegunaan praktis
* Diharapkan dapat menambah pengembangan khasanah pengetahuan bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran di sekolah dalam usaha mencapai tujuan di MAN Teomokole.
* Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya.