

## BAB 1 PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Pendidikan adalah salah satu komponen terpenting dalam kehidupan manusia, karna dengan mengikuti pendidikan manusia dapat membuka jendela dunia. Dengan demikian, masa depan suatu negara sangat ditentukan oleh kualitas pendidikannya. Peserta didik merupakan salah satu komponen inti dari terlaksananya proses pendidikan. Apabila lembaga pendidikan diibaratkan sebagai penjual dan keberadaan peserta didik disini sebagai pelanggan, maka lembaga pendidikan harus berupaya mencari solusi untuk meningkatkan animo masyarakat serta melalui jasa yang ditawarkan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain.<sup>1</sup>

Seiring perkembangan zaman, banyak lembaga pendidikan yang terus berbenah meningkatkan kualitas pelayanan pendidikannya, baik lembaga pendidikan swasta ataupun negeri seperti melakukan *rekrutmen* tenaga pendidik dalam hal ini lebih mengutamakan pendaftar yang *fresh graduate*, meng *upgrade* sarana dan prasarana sekolah, serta menerapkan kurikulum terbaru. Dengan demikian, hal ini dapat menjadikan salah satu faktor perubahan globalisasi disektor pendidikan. Sehingga, harapannya kebutuhan masyarakat terkait pendidikan dapat terpenuhi dengan baik. Hal ini membuktikan bahwa persaingan antar lembaga pendidikan semakin

---

<sup>1</sup> Putri Jumilah, Hamsi Mansur, dan Adrie Satrio, “Pengembangan Vidio Pembelajaran Menggunakan Pendekatan Kognitif Untuk Meningkatkan Minat Belajar Mata Kuliah Pemasaran,” *Journal of Instructional Technology* 5, no. 1 (2024): 25–32.

ketat, maka penting bagi sebuah lembaga pendidikan harus turut andil melakukan pemasaran pendidikan agar mampu meningkatkan animo masyarakat dan membangun citra sekolah.<sup>2</sup>

Dalam upaya manajemen pemasaran pendidikan yang sekolah tawarkan harus bisa meyakinkan masyarakat, sehingga animo masyarakat sebagai *customer* terus mengalami peningkatan dan *customer* merasa tertarik dengan strategi pemasaran yang ditawarkan. Sehingga, *ending* nya masyarakat akan menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut. Hakikat pemasaran pendidikan yakni menawarkan kualitas pelayanan intelektual secara menyeluruh dan *komprehensif*.<sup>3</sup>

Pada dasarnya, pemasaran jasa pendidikan merupakan kegiatan lembaga pendidikan yang berfokus kepada penyampaian visi misi sekolah ataupun memberikan pelayanan pendidikan kepada *customer* dengan memiliki tujuan agar mencapai kepuasan pelanggan. Pada saat penerimaan peserta didik baru (PPDB) disetiap tahunnya mulai dari lembaga pendidikan tingkat mendasar sampai tingkat perguruan tinggi, lembaga pendidikan berlomba-lomba memasarkan sekolahnya, mulai dari mencetak dan menyebarkan brosur untuk disosialisasikan oleh pihak sekolah kepada jenjang lembaga pendidikan sebelumnya, membuat iklan promosi pada sosial media, memasang spanduk promosi pendidikan di sepanjang jalan

---

<sup>2</sup> Lili Apriani, Ruslan Abdul Gani, dan Rasito Rasito, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Di Pondok Pesantren Madinatul Ulum Merangin," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 2, no. 6 (2023): 1817–36.

<sup>3</sup> Sarifudin Sarifudin dan Rahendra Maya, "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor," *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 02 (2019): 133.

dan juga prestasi peserta didik serta pencapaian setelah kelulusan alumni sendiri hingga ucapan apresiasi dari beberapa pihak pemerintahan/non pemerintahan terhadap sekolah.<sup>4</sup>

SMAN 5 Taruna Brawijaya ini merupakan sekolah unggulan dan sekolah menengah atas yang berbasis *boarding school* dibawah naungan bapak TNI-AD yang berada diwilayah Kodam V/Brawijaya Jawa Timur, tepatnya di Kota Kediri, Jawa Timur. Sistem pendidikan di SMAN 5 Taruna Brawijaya ini meliputi: membentuk karakter mulia, penguatan nilai-nilai religius, berjiwa kepemimpinan, serta memiliki karakter kebangsaan yang kuat. Peserta didik selain mendapatkan kurikulum nasional juga mendapatkan kurikulum khusus bela negara dengan mengadopsi sistem pendidikan yang ada pada TNI-AD. Pada awalnya, SMAN 5 Kediri ini didirikan pada tahun 9 Oktober 1982 dan berdasarkan kesepakatan bersama antara pemerintah provinsi Jawa Timur yang diwakili gubernur provinsi Jawa Timur dengan TNI-AD yang diwakili oleh Pangdam V/Brawijaya Bapak Letjend TNI (Purn) R. Wisnoe Prasetja Boedi dihalaman Gedung Negara Grahadi Surabaya ditanda tangani oleh kesepakatan bersama (KBS) Nomor : 120.23/207/KSB/033.4/ dan SPK/02/V/2019 tentang peningkatan kualitas sumber daya manusia bidang pendidikan menengah di Jawa Timur dengan disaksikan kepala staf TNI-AD, pada tanggal 2 Mei 2019 terjadi peralihan semula SMAN 5 Kediri berubah menjadi SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur.

---

<sup>4</sup> Muhammad Iqbal, "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta," *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2019): 127–46.

Dalam *study riset* kali ini, peneliti memilih SMAN 5 Taruna Brawijaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri diantaranya:

1. Menerapkan program *boarding school* dimana karakter peserta didik dapat terbentuk dengan maksimal, karena jadwal kegiatan yang terstruktur 24 jam full serta dengan memegang teguh prinsip kedisiplinan dan kejujuran. Selain itu, peserta didik mendapatkan kurikulum bela negara dengan membentuk calon generasi pemimpin bangsa yang berwawasan kebhinekaan global. Dan juga peserta didik hadir dari berbagai daerah, kebudayaan, suku, dan agama yang berbeda, sehingga tingkat toleransi yang sangat tinggi.
2. Selain itu, SMAN 5 Taruna Brawijaya sendiri sering mendapatkan kunjungan dari pejabat daerah maupun luar daerah, dari instansi negara seperti kakak-kakak dari akademi kepolisian yang hadir dengan senang hati dan penuh semangat memberikan motivasi pengetahuan untuk peserta didik. Hal ini juga dapat mempengaruhi animo masyarakat untuk menyekolahkan anak anaknya .

Dengan menerapkan program *boarding school*, kurikulum bela negara, dan kesempatan yang diampu oleh TNI-AD dan juga totalitas seorang guru dalam mendidik peserta didiknya. Banyak alumni SMAN 5 Taruna Brawijaya yang melanjutkan pendidikan kedinasan baik militer maupun non militer, perguruan tinggi negeri dan juga kedokteran. Sehingga dengan adanya bukti prestasi dari alumni tersendiri dapat meningkatkan

animo masyarakat untuk menyekolahkan anak anaknya di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur. Meskipun SMAN 5 Taruna Brawijaya baru dibentuk pada tanggal 2 Mei 2019 dan seleksi pendaftaran yang sangat ketat. Namun, jumlah minat peserta didik cukup banyak disetiap tahunnya.

Atas dasar itulah peneliti kemudian ingin mengetahui lebih dalam apa yang terjadi dengan permasalahan tersebut, sehingga peneliti memilih SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur menjadi objek penelitian dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur Berbasis *Boarding School*”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka fokus penelitian dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Analisis Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?
2. Bagaimana Perencanaan Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?
3. Bagaimana Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?

4. Bagaimana Pengawasan dan Evaluasi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian, maka tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk Mengetahui Analisis Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?
2. Untuk Mengetahui Perencanaan Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?
3. Untuk Mengetahui Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?
4. Untuk Mengetahui Pengawasan dan Evaluasi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat di SMAN 5 Taruna Brawijaya Berbasis *Boarding School*?

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam sebuah penelitian pasti mempunyai manfaat dari hasil proses meneliti dan menguji suatu kebenaran dalam pengetahuan. Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan peneliti maka manfaat yang dapat diambil terbagi dua kelompok, yakni secara teoritis dan secara praktis.

## 1. Secara Teoritis

- a) Dapat mengembangkan hasanah keilmuan manajemen pendidikan pada umumnya dan dapat memberikan kontribusi keilmuan untuk peneliti serta menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pendidikan.
- b) Selain itu bisa bermanfaat untuk memberikan masukan dan sumbangan pemikiran tentang upaya sekolah dalam memasarkan lembaga pendidikan melalui manajemen pemasaran pendidikan.

## 2. Secara Praktis

### a) Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini peneliti berharap dapat berguna dalam memahami masalah yang berkaitan dengan bagaimana manajemen pemasaran pendidikan untuk meningkatkan animo masyarakat melalui program *boarding school*.

### b) Bagi Akademisi

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan objek yang sama. Selain itu juga menambah wawasan keilmuan di bidang manajemen pemasaran pendidikan sekaligus menambah referensi perpustakaan fakultas.

### c) Bagi sekolah

Dapat dijadikan sebuah bahan untuk meningkatkan kembali manajemen pemasaran pendidikan untuk meningkatkan animo masyarakat di sekolah tersebut.

### E. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu ini berperan penting untuk dijadikan sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. Fungsinya adalah untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus dapat berfungsi sebagai perbandingan serta gambaran yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan penelitian berikutnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu:

**Table 1.1 Penelitian Terdahulu**

|                            |  |
|----------------------------|--|
| Peneliti                   | Lutfia Nur Alam, skripsi   |
| Judul Penelitian dan Tahun | “Manajemen Pemasaran Pendidikan di Neva Private Lesson and Bimbel Cilongok” tahun 2022   |
| Metode Penelitian          | Penelitian Deskriptif Kualitatif   |
| Hasil Penelitian           | Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa manajemen pemasaran pendidikan yang digunakan meliputi perencanaan pemasaran secara <i>daring</i> maupun <i>luring</i> , kegiatan pelaksanaan pemasaran dengan cara menyebar brosur dan memposting kegiatan di media sosial, dan pengawasan terhadap pemasaran yang telah dilakukan sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. |
| Perbedaan                  | Penelitian terdahulu membahas terkait bauran pemasaran, sedangkan penelitian yang akan peneliti  |



|                            |   |
|----------------------------|---|
|                            | bahas terkait manajemen pemasaran   |
| Persamaan                  | Sama sama membahas pemasaran pendidikan   |
| Peneliti                   | Neneng Nurmalasari dan Imas Masitoh dalam jurnal ilmiahnya  |
| Judul Penelitian dan Tahun | “Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial” tahun 2024   |
| Metode Penelitian          | Metode kualitatif   |
| Hasil Penelitian           | Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa implementasi media pemasaran yang paling efektif yakni dengan manajemen strategi pemasaran berbasis media sosial. Dengan berbasis sosial media ini dapat meningkatkan animo calon siswa. |
| Perbedaan                  | Pada penelitian terdahulu lebih cenderung membahas strategi pemasaran, sedangkan penelitian yang akan peneliti bahas berfokus pada manajemen pemasaran  |
| Persamaan                  | Sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif  |
| Peneliti                   | Muhammad Iqbal  |
| Judul Penelitian dan Tahun | “Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta”  |
| Metode Penelitian          | Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif   |

|                  |   |
|------------------|---|
| Hasil Penelitian | Dalam <i>riset</i> kali ini menjelaskan bahwa penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan berupa strategi pemilihan pasar. Langkah selanjutnya adalah <i>targeting</i> (sasaran yang dituju yakni anak-anak yang rentang usia 12 tahun dan beragama islam), dan <i>positioning</i> (terbagi menjadi 2, yaitu sekolah yang berbasis pendidikan karakter dan jejaring <i>networking</i> ). |
| Perbedaan        | Pada penelitian terdahulu lebih cenderung membahas strategi pemasaran, sedangkan penelitian yang akan peneliti bahas berfokus pada manajemen pemasaran  |
| Persamaan        | Sama sama membahas pemasaran pendidikan   |

## F. Definisi Konsep

Untuk memudahkan pemahaman terkait beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan definisi terkait beberapa istilah sebagai berikut:

### 1. Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu maupun kelompok memperoleh apa yang

mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan serta saling menukar dan memanfaatkan jasa dengan pengguna jasa pendidikan.<sup>5</sup>

## 2. Animo Masyarakat

Animo masyarakat adalah kecenderungan yang menetap dalam subjek untuk merasa tertarik pada suatu bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang tersebut.<sup>6</sup>

## 3. *Boarding School*

*Boarding School* merupakan lembaga pendidikan yang menyediakan tempat tinggal (asrama) yang digunakan untuk peserta didik selama proses pendidikan dan peserta didik hidup serta belajar secara totalitas dilingkungan sekolah tersebut selama kurun waktu yang telah ditentukan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Lutfi N U R Alam, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Neva Private Lesson and Bimbel Cilongok” (UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, 2022).

<sup>6</sup> Putri Erika, Indra Harahap, dan Muhammad Ali Azmi Nasution, “Eksistensi Masyarakat Islam dan Kristen Terhadap Kegiatan Keagamaan Dalam Perspektif Islam dan Kristen di Desa Jawi Jawi,” *Jurnal Pendidikan dan Dakwah* 3, no. 1 (2023): 899–914.

<sup>7</sup> Jannati Aliyah, Fajri Ismail, dan Muhammad Win Afgani, “Pengembangan Program Boarding School Dalam,” *Jurnal Pendidikan dan keguruan* 1, no. 2 (2023): 65–7

