

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan adalah proses yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan yang diperoleh melalui berbagai lembaga, baik formal atau informal, dengan tujuan menciptakan individu yang memiliki kualitas dan potensi yang optimal.¹ Tujuan pendidikan memainkan peran kunci dalam menentukan keberhasilan proses pembentukan individu yang berkualitas, meskipun penting untuk diingat bahwa faktor-faktor lain juga memiliki peran yang signifikan dalam pendidikan. Dalam mewujudkan tujuan Nasional (UUD 1945), pada UU Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) Nomor 20 Tahun 2003 melalui proses pendidikan, manusia yang beriman dan bertaqwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa mampu mengekspresikan dirinya secara lebih utuh, memiliki integritas karakter, pengetahuan dan keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang stabil dan mandiri, serta rasa tanggung jawab terhadap kemasyarakatan dan kebangsaan.² Dalam Kurikulum Merdeka saat ini juga dirancang bahwa untuk membentuk karakter anak dan mengembangkan bakat mereka, serta mewadahi seluruh peserta didik, termasuk anak berkebutuhan khusus. Berdasarkan hal itu,

¹ Jamilah Candra Pratiwi, 'Sekolah Inklusi Untuk Anak Berkebutuhan Khusus: Tanggapan Terhadap Tantangan Kedepannya', *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan 'Meretas Sukses Publikasi Ilmiah Bidang Pendidikan Jurnal Bereputasi'*, November, 237–242.

² Neneng Nurmalasari and Imas Masitoh, 'Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial', *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4.3 (2020), 543.

Negara berkewajiban memberikan layanan pendidikan yang bermutu kepada seluruh warga Negara tanpa kecuali, termasuk mereka yang memiliki perbedaan kemampuan.

Di Indonesia, hak warga negara untuk memperoleh pendidikan berkualitas dilindungi undang-undang. Namun pada kenyataannya masih banyak permasalahan terkait penyelenggaraan pendidikan yang masih sering dijumpai di Indonesia. Salah satunya adalah masih banyak masyarakat yang terlantar dan terdiskriminasi dalam kehidupan bermasyarakat. Kelompok-kelompok tersebut didiskriminasi karena perbedaan mereka yang mencolok. Kebanyakan dari mereka adalah masyarakat miskin secara ekonomi, minoritas budaya atau linguistik, dan berbeda secara fisik karena memiliki disabilitas. Kebanyakan dari mereka yang terlantar tidak mendapatkan kesempatan pendidikan yang setara seperti anak-anak pada umumnya.

Upaya pemenuhan dalam menegakkan hak asasi manusia atas pendidikan bagi anak berkebutuhan khusus (ABK) terus menemui kendala dan implementasinya belum sepenuhnya terlaksana. Hal ini terlihat dari gagasan pendidikan inklusif telah diusung oleh berbagai pihak dan pakar pendidikan selama bertahun – tahun, namun masih terdengar sebagian ABK yang masih mendapatkan pendidikan yang diskrimatif dan lalai.

Kenyataan tersebut membuat sebagian orang tua ABK merasa malu dan rendah diri karena merasa ditolak oleh lingkungannya, sehingga ada juga yang cenderung menyembunyikan atau tidak peduli terhadap pendidikan anaknya, terutama bagi orang tua yang kondisi ekonominya tergolong miskin dan kurang mampu membayar biaya sekolah anak-anak mereka. Slogan yang selalu

diusung adalah sekolah untuk semua yang artinya setiap orang harus bisa bersekolah, namun kenyataannya tidak semua ABK bisa mendapatkan sekolah yang memudahkannya melakukan penyesuaian sosial yang dapat mencegah ABK menjadi introvert.

Bagi orang tua yang ingin ABKnya mandiri masih cukup sulit mencari sekolah yang tidak diskriminatif seperti sekolah inklusi, walaupun ada sekolah inklusi yang ideal masih jauh dari harapan, namun setting sekolah inklusif ini adalah ideal bagi ABK untuk melaksanakan program pengembangan individu, terutama bagi mereka yang mengalami permasalahan perilaku dan sosial emosional seperti anak autisme, ADHD, ADD dan gangguan perilaku lainnya, maka pilihan sekolah inklusi menjadi sebuah harapan karena memungkinkan mereka berinteraksi dan meniru lingkungan mereka.

Pasal 31 ayat 1 UUD 1945 menegaskan hak setiap warga negara untuk memperoleh pendidikan, menegaskan tanggung jawab pemerintah untuk memberikan kesempatan kepada seluruh warga negara memperoleh pendidikan yang layak. Hal ini juga ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional khususnya pada Pasal 5 ayat 1, yang menegaskan bahwa negara Indonesia mempunyai kewajiban untuk menyelenggarakan pendidikan yang bermutu bagi seluruh warganya. Selain itu, Pasal 5 ayat 2 UU juga menegaskan bahwa warga negara penyandang disabilitas fisik, emosional, mental, intelektual, dan/atau sosial mempunyai hak yang sama untuk memperoleh pendidikan khusus yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini mencerminkan komitmen pemerintah Indonesia untuk memastikan bahwa pendidikan dapat diakses oleh semua individu,

termasuk mereka yang berkebutuhan khusus, dengan memastikan bahwa pendidikan yang diberikan memenuhi kebutuhan dan potensi mereka.³ Kemudian dijelaskan dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 70 Tahun 2009 tentang pemberian kesempatan bagi anak berkebutuhan khusus untuk mengakses pendidikan di sekolah reguler seperti SD, SMP, dan SMA/SMK. Sekolah-sekolah ini sering dikenal sebagai penyelenggara pendidikan inklusif, dimana mereka memberikan akses pendidikan yang setara bagi semua siswa, termasuk mereka yang berkebutuhan khusus. Mengingat pentingnya sekolah, maka sudah sepatutnya diadakan pendidikan inklusif agar mampu memberikan pelayanan kepada anak berkebutuhan khusus sehingga dapat memperoleh pendidikan yang wajar, bermutu, dan berkelanjutan seperti anak pada umumnya.⁴

Dalam hasil pengamatan pra lapangan, SDIT Bina Insani adalah salah satu sekolah inklusi di Kediri yang terletak di Liryobo. SDIT Bina Insani mampu menciptakan suasana sekolah yang manusiawi dan tidak diskriminatif untuk mencapai tujuan pendidikan setiap anak. Tidak terkecuali anak normal dan anak berkebutuhan khusus (ABK). SDI Terpadu Bina Insani membuka kelas inklusif, dimana ABK diberikan hak untuk belajar bersama dengan siswa normal. Hal ini dilakukan agar setiap siswa mendapatkan hak belajar yang sama sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu juga dapat melatih siswa untuk saling menghargai dan peduli, serta berusaha menanamkan nilai – nilai sosial dan toleransi pada siswa sejak dini.

³ Candra Pratiwi.

⁴ Direktorat Pembinaan Sekolah Luar Biasa, 'Pedoman Umum Penyelenggaraan Pendidikan Inklusif', *Departement Pendidikan Nasional*, 70, 2011, 1–36.

Setiap tahunnya, SDIT Bina Insani juga menerapkan strategi pemasaran, terbukti dengan jumlah peminat peserta didik baru di sekolah tersebut pada setiap tahunnya. Pada tahun ajaran 2021/2022 berjumlah 41 peserta didik, tahun 2022/2023 berjumlah 45 peserta didik, dan tahun ajaran 2023/2024 berjumlah 59 peserta didik dengan kuota 2 anak ABK per kelasnya. Dapat dikatakan bahwa setiap tahun ajaran di SDIT Bina Insani menerima peserta didik baru berdasarkan kuota dan lokasi kelas yang tersedia.

Dalam upaya meningkatkan minat calon peserta didik, SDI Terpadu Bina Insani menerapkan berbagai strategi melalui media sosial, promosi secara langsung ke TK – TK, website, pamphlet, serta promosi melalui wali murid yang potensial, meningkatkan sarana dan prasarana, serta menciptakan program sekolah yang berkualitas dan berbeda dengan program sekolah lainnya.

Berdasarkan dengan uraian diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan peserta didik, untuk karena itu dilakukanlah penelitian tentang **“Strategi Manajemen Pemasaran Sekolah Inklusif Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di SDIT Bina Insani Kota Kediri”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian diatas, maka peneliti mengidentifikasi fokus penelitian, yaitu :

1. Bagaimana perencanaan strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri?
3. Bagaimana evaluasi strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, adapun tujuan penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui evaluasi strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan minat peserta didik di SDIT Bina Insani Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas maka peneliti ingin mencapai tujuan penelitian. Apabila tujuan tersebut tercapai maka manfaat penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini bertujuan:

- a. Dapat berkontribusi dalam memikirkan strategi pemasaran khususnya di sekolah inklusi.
- b. Dapat mengembangkan strategi manajemen pemasaran pada SDIT Bina Insani Kota Kediri.
- c. Pengetahuan dan perspektif baru tentang strategi manajemen pemasaran pendidikan dapat ditambahkan untuk pertimbangan dan pengembangan penelitian di masa depan.

2. Secara praktis

Secara praktis manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah

- a. Bagi sekolah, dapat mengungkap secara valid terkait penerapan strategi manajemen pemasaran yang tepat dalam meningkatkan minat peserta didik sekolah inklusif
- b. Bagi orang tua, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan motivasi khususnya bagi para orang tua yang merasa malu memiliki anak berkebutuhan khusus (ABK) sehingga tidak menyekolahkanya. Dengan demikian, diharapkan para orang tua tidak menyerah karena saat ini sudah banyak sekolah inklusif yang siap menerima siswa reguler dan ABK. Hal ini memungkinkan

ABK untuk berintegrasi dan belajar bersama anak-anak seusianya di sekolah, demi masa depan mereka..

E. Definisi Konsep

Strategi pemasaran adalah suatu rencana atau metode pemasaran suatu sekolah. Langkah-langkah yang dapat dilakukan sekolah dalam strategi pemasarannya antara lain identifikasi pasar, segmentasi pasar, positioning dan diferensiasi produk. Jika diterapkan dengan baik, strategi pemasaran ini akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan sekolah. Dampaknya, calon peserta didik yang mendaftar akan semakin banyak sehingga jumlah peserta didik pun semakin meningkat. Selain itu, sekolah juga akan lebih berpeluang menerima tawaran kerja sama dari berbagai pihak.

Pendidikan inklusif adalah suatu sistem layanan pendidikan yang memungkinkan siswa untuk belajar di sekolah terdekat, mengikuti kelas reguler bersama teman-teman seusianya tanpa perlu ditempatkan di kelas khusus. Tujuan utama sekolah inklusif adalah menyatukan pendidikan umum dan pendidikan khusus dalam satu sistem fasilitas pendidikan terpadu yang dapat memenuhi kebutuhan seluruh siswa.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Tinjauan pustaka berfungsi sebagai bahan perbandingan dan informasi tambahan bagi penelitian yang dilakukan. Belum banyak penelitian yang berfokus pada strategi manajemen pemasaran sekolah di sekolah inklusif. Namun, para peneliti hanya menemukan sedikit penelitian yang membahas

pemasaran atau setidaknya membahas isu – isu terkait pemasaran pendidikan, diantaranya adalah:

1. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Ririn Tius Eka Margareta 2018 yang berjudul “Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan *Delta model*”.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan metode penelitian dan pengembangan. Teknik pengumpulan data meliputi studi dokumentasi, observasi, dan wawancara mendalam dan analisis data menggunakan model Miles and Huberman.

Hasil dari temuan tersebut adalah penerapan strategi pemasaran sekolah untuk meningkatkan minat peserta didik, antara lain penggunaan strategi promosi melalui pendistribusian materi promosi, hadir ke sekolah dan gereja yang ditunjuk. Menyebarkan informasi dari mulut ke mulut. Menyelenggarakan lomba Bulan Bahasa setiap tahun dan menyelenggarakan program yang diselenggarakan oleh sekolah.⁵

Penelitian ini sama – sama membahas tentang strategi pemasaran. Hanya saja penelitian ini berfokus berdasarkan *delta model*. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan tidak berdasarkan dengan model tersebut.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yoga Anjas Pratama 2019 yang berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif Melalui Media

⁵ Ririn Tius Eka Margareta, Bambang Ismanto, and Bambang Suteng Sulasmono, ‘Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model’, *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5.1 (2018), 1–14 .

Teknologi Informasi dan Komunikasi Di MAN 2 Sleman Yogyakarta”.

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kualitatif deskriptif. Subyek dari penelitian ini, yaitu : kepala madrasah MAN 2 Sleman, humas, coordinator pendidikan inklusi, GPK, pengelola media, dan peserta didik inklusif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, pengelolaan pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman dilaksanakan sesuai konsep pemasaran. Kedua, pengelolaan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman dilaksanakan sesuai tahapan penyelenggaraan pendidikan inklusif. Ketiga, MAN 2 Sleman menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif, dan Keempat, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pengelolaan pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman.⁶

Penelitian ini sama – sama membahas tentang pemasaran sekolah inklusif. Hanya saja penelitian ini berfokus berdasarkan pada strategi pemasaran dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada strategi manajemen pemasaran sekolah inklusif dalam meningkatkan peserta didik.

⁶ Anjas Pratama, Yoga. 2019. Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif Melalui Media Teknologi Informasi dan Komunikasi di Man 2 Sleman Yogyakarta. UIN Sunan Kalijaga

3. Penelitian yang dilakukan Dahlia Patiung 2019 yang berjudul “Strategi Manajemen Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik pada Satuan Paud”

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif jenis deskriptif. Data dikumpulkan dengan cara wawancara terstruktur, observasi, dan dokumentasi.

Hasil temuannya adalah lembaga PAUD ini belum memiliki materi promosi yang memadai. Lembaga ini hanya menggunakan materi iklan tertentu yang mematuhi alat manajemen periklanan. Media periklanan Taman Kanan – Kanan Amalia dimaksudkan untuk memperkenalkan lembaga PAUD ini kepada masyarakat Kabupaten Gowa dengan tujuan untuk meningkatkan minat calon orang tua dalam menyekolahkan anaknya di PAUD tersebut.⁷

Penelitian ini sama – sama membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Hanya saja penelitian ini berfokus berdasarkan pada sekolah jenjang PAUD. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada jenjang sekolah dasar serta pada sekolah inklusif.

4. Survey yang dilakukan oleh Yuli Purnamasari, Veronika Setyadji, dan Shulhuly Ashfahani tahun 2020 yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image pada Sekolah Aluna Montessori Jakarta”

⁷ Dahlia Patiung, Besse Marjani, and Dkk, ‘Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Pada Satuan Paud’, *NANAEKE: Indonesia Journal of Early Childhood Education*, 2 (2019), 29–34.

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Jenis dan teknik pengumpulan datanya adalah data primer yang diperoleh dari wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari data berupa buku, website, dan dokumen. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini merangkum data, menyajikan data, dan menyimpulkan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sekolah Aluna merupakan salah satu sekolah berbasis inklusif yang dibutuhkan oleh anak berkebutuhan khusus. Sekolah Aluna perlu meningkatkan pelayanan dan memperbarui strategi periklanan (brosur, spanduk, jejaring sosial) serta metode hubungan masyarakat untuk meningkatkan jumlah peserta didik dan meningkatkan *brand image*.⁸

Penelitian ini sama – sama membahas tentang strategi pemasaran di sekolah inklusif. Hanya saja penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam membangun *brand image*. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan peserta didik.

5. Jurnal dari EE. Junaedi Sastradiharja, Farizal MS, dan Maran Sutarya 2020 yang berjudul “Pendidikan Inklusi Di Perguruan Tinggi”.

Jenis penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi, serta dianalisis dengan teknik analisis data.

⁸ Yuli Purnamasari and Veronika S, ‘Strategi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Sekolah Aluna Montessori Jakarta’, *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 12.01 (2020), 34 .

Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa jumlah warga Negara berkebutuhan khusus (WNBK) dengan ketersediaan dan kesiapan lembaga pendidikan tinggi dalam memfasilitasi WNBK masih terdapat kesenjangan, sehingga WNBK yang dapat mengakses pendidikan tinggi masih sangat terbatas. Indikasi ini dapat terlihat dari kebijakan Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) mengenai pembatasan penerimaan mahasiswa WNBK dengan pertimbangan sumber daya manusia dan prasarana yang belum cukup untuk menampung mahasiswa dalam jumlah yang lebih banyak. Penulis juga menemukan langkah upaya implementasi pendidikan inklusi di PNJ melalui model kelas khusus penuh.⁹

Penelitian ini sama – sama membahas tentang pendidikan inklusi. Hanya saja penelitian tersebut berfokus pada perguruan tinggi. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada pendidikan inklusif pada sekolah dasar.

⁹ EE. Junaedi Sastradiharja, Farizal MS, and Maran Sutarya, 'Studi Pada Pusat Kajian Dan Layanan Mahasiswa Berkebutuhan Khusus Politeknik Negeri Jakarta', *Journal of Islamic Educatioan*, 2.1 (2020), 10–18.