

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada hakikatnya pendidikan adalah sebuah proses pembinaan dan pengembangan kepribadian manusia secara utuh. Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 menyebutkan bahwa fungsi dan tujuan pendidikan nasional adalah sebagai berikut:

“Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermanfaat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada tuhan yang maha esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif mandiri dan menjadi warga negara yang demokrasi dan bertanggung jawab”.<sup>1</sup>

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan di dunia pendidikan semakin *Kompetitif*. Terlalu banyak lembaga pendidikan yang membuat berbagai lembaga pendidikan baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta tidak memperoleh peserta didik baru. Hal tersebut berimplikasi pada tingginya persaingan antara sekolah yang semakin *interaktif*. Untuk mendapatkan peserta didik baru.<sup>2</sup>

Pemasaran di dunia pendidikan terdengar asing di masyarakat karena pada umumnya istilah pemasaran lebih sering digunakan di dunia perusahaan atau pemasaran pendidikan tentu harus menyesuaikan dengan perkembangan yang ada dilingkungan. Melihat tantangan lembaga pendidikan di zaman yang akan datang terlalu bnyak persaingan sehingga jasa lembaga pendidikan meningkat.

---

<sup>1</sup>Nurlaili, “Analisis Keterampilan Dasar Mengajar Guru Dalam Perspektif Guru Pamong Pada Mahasiswa Prodi PGMI Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Uin Raden Fatah Palembang,” *Jurnal Imiah*, vol 4, no 1, (2018), 28.

<sup>2</sup>Qamaruddin Dwi Antoro, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten,” Tesis, s2, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015), 1.

Pada akhirnya yang menjadi perhatian publik pada lembaga ialah bagaimana dengan keterbatasan dan tantangan masih mampu berkembang.

Kepala sekolah merupakan pemimpin di lembaga pendidikan, karena seluruh program pelaksanaan pendidikan di setiap sekolah dilaksanakan dan dicapai tergantung dengan kecakapan kepala sekolah selaku pimpinan.<sup>3</sup> Kepala sekolah merupakan pusat dimana tugas kesehariannya ialah menjalankan *principalship*. Istilah *Principleship* mengandung arti sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan fungsi dan tugas pokok pemimpin sekolah. Penjelasan tersebut sangat penting, sebab terdapat beberapa istilah dalam menyebut jabatan kepala sekolah, seperti *school administrator* (administrasi sekolah), *school leader* (pimpinan sekolah), *school manajer* (manajer sekolah), dan lainnya.<sup>4</sup> Oleh karenanya peran kepala sekolah sangatlah berpengaruh terhadap pemasaran pendidikan di setiap lembaga.

Beberapa fenomena menarik terjadi pada proses penyelenggaraan pendidikan terutama saat penerimaan siswa baru, masyarakat seolah mengerti sekolah yang layak untuk putra dan putrinya, menurut mereka kriteria yang memiliki citra yang baik adalah sekolah yang dapat memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap para pengguna jasa pendidikan. Hal tersebut menjadi tugas bagi pengurus sekolah terutama kepala sekolah untuk melakukan pemasaran jasa pendidikan agar mendapat citra yang diharapkan oleh masyarakat.<sup>5</sup> Saat ini

---

<sup>3</sup>Noer Rohmah, "Peran Kepala Sekolah Dalam Melakukan Kontrol Mutu Pendidikan," *Jurnal Tarbiyah*, vol 2, no 1, (2017), 149.

<sup>4</sup>Noer Rohmah, "Peran Kepala Sekolah Dalam Melakukan Kontrol Mutu Pendidikan," *Jurnal Tarbiyah*, vol 2, no 1, (2017), 153.

<sup>5</sup> Adita Fradito, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam ( Studi Multukasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)," Tesis, s2, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016), 5.

banyak sekolah yang membuka penerimaan siswa baru dari jauh jauh hari, hal tersebut dikarenakan tingginya antusiasme masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka di lembaga yang mempunyai *image* yang baik.

Dilihat dari banyaknya persaingan antar lembaga pendidikan tingkat menengah pertama yang ada di Kota Mojokerto yang berjumlah 22 dan khususnya di kecamatan kranggan terdapat 10 lembaga pendidikan maka lembaga pendidikan SMPN 2 Mojokerto harus mempunyai keunggulan dibanding dengan lembaga lainnya, dengan meningkatkan dan menyusun strategi pemasaran yang baik. Dari banyaknya pendaftar yang terus meningkat per tahunnya maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh SMPN 2 Mojokerto sehingga pelayanan pendidikannya sangat baik, dan siswa terus meningkat setiap tahunnya. Paling tidak gambaran tersebut menjadi acuan bahwa peminat layanan senang terhadap layanan yang telah diberikan.

Begitu pula dengan tuntutan yang diberikan oleh masyarakat di lingkungan sekolah tersebut, tentang pendidikan yang berkualitas juga perlu untuk diperhatikan oleh kepala sekolah SMPN 2 Mojokerto. Masyarakat sekarang lebih fokus dengan adanya out put (lulusan) pendidikan dalam kategori tinggi seperti: prestasi akademik, ujian nasional, dan lomba yang diraih dengan perolehan yang maksimal. Melalui harapan tersebut jika tidak tercapai maka lembaga lambat laun akan mengalami kemunduran dan akhirnya peserta didik berkurang.

Tidak lupa dengan strategi kepala sekolah yang juga perlu untuk diperhatikan jika lembaga tersebut ingin menjadi lembaga pembelajaran yang diminati banyak masyarakat. Oleh sebab itu peningkatan kualitas oleh kepala

sekolah merupakan kenyataan yang harus dilakukan secara terarah, terencana, efektif, dan efisien.

Namun karena adanya pandemi covid 19 menjadikan penelitian tidak dapat dilakukan secara optimal karena melihat kondisi yang tidak mendukung untuk melakukan proses pembelajaran di sekolah. Namun dengan adanya pandemi tersebut menjadi tantangan terhadap kepala sekolah untuk merancang strategi agar dapat menarik perhatian masyarakat melalui pemasaran pendidikan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Kepala Sekolah Terhadap Pemasaran Lembaga Pendidikan Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 (SMPN 2) Mojokerto.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mencoba untuk menjawab persoalan yang berkaitan dengan “Strategi Kepala Sekolah Terhadap Pemasaran Lembaga Pendidikan”. dengan rumusan masalah ialah :

1. Bagaimana strategi yang digunakan Kepala sekolah dalam meningkatkan pemasaran lembaga pendidikan di SMPN 2 Mojokerto ?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi dalam meningkatkan pemasaran di lembaga pendidikan yang digunakan Kepala sekolah di SMPN 2 Mojokerto?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mencoba untuk menjawab persoalan yang berkaitan dengan “Strategi Kepala Sekolah Terhadap Pemasaran Lembaga Pendidikan”. dengan rumusan masalah ialah:

1. Bagaimana strategi yang digunakan Kepala sekolah dalam meningkatkan pemasaran lembaga pendidikan di SMPN 2 Mojokerto?

2. Bagaimana pelaksanaan strategi dalam meningkatkan pemasaran di lembaga pendidikan yang digunakan Kepala sekolah di SMPN 2 Mojokerto?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi secara teori dan penelitian, sesuai dengan tema dan judul Proposal. Utamanya pada masalah “strategi kepala sekolah terhadap pemasaran pendidikan di SMPN 2 Mojokerto”.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah pengetahuan bagi sekolah agar dapat menjadi masukan sekaligus contoh bagi sekolah lain untuk memasarkan sekolah masing-masing.

