

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekolah atau institusi pendidikan adalah lembaga yang menyediakan jasa untuk terjadinya proses *transfer knowledge* atau kegiatan belajar dan mengajar menurut tingkatannya. Sebagaimana diketahui bahwa sumber daya adalah faktor yang penting untuk menunjang tercapainya tujuan suatu organisasi. Sumber daya pendidikan di sekolah menurut Noor Miyono (2011:148) meliputi: siswa, reputasi, sarana dan prasarana yang memadai, serta pembiayaan. Sumber daya tersebut adalah input yang akan diproses untuk menghasilkan output yang berupa para lulusan sekolah yang memiliki pengetahuan dan kemampuan sesuai dengan kompetensi yang diharapkan orang tua dan sekolah. Jasa pendidikan menurut uraian di atas adalah jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah atau institusi kepada pihak penerima pelayanan pendidikan yaitu para peserta didik.

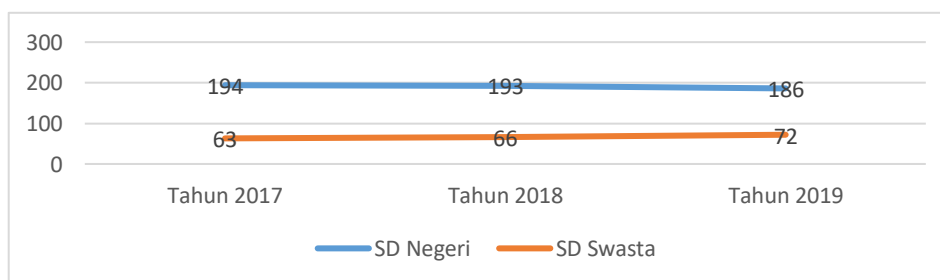
Sekolah memegang peranan penting untuk ikut serta dalam melaksanakan tujuan Negara Republik Indonesia, yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa. Sebuah sekolah, khususnya sekolah swasta memerlukan pemasukan untuk pembiayaan gaji guru dan karyawan, penyediaan sarana dan prasarana serta pengembangan yayasan sekolah. Oleh karena itu, sebuah sekolah juga perlu melakukan usaha pemasaran. Kegiatan pemasaran terdiri dari memilih target pasar, mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan loyalitas para pelanggan dengan cara penciptaan, pengantaran dan pengomunikasian nilai yang unggul kepada mereka untuk dapat bertahan dan berkembang.

Persaingan di dunia pendidikan, khususnya sekolah dasar dapat dilihat dan dirasakan oleh masyarakat. Pada zaman dahulu, orang tua akan menyekolahkan anaknya di sekolah dasar yang dekat dengan rumah atau sekolah negeri yang favorit, sedangkan sekolah swasta dianggap sebagai alternatif terakhir ketika anak mereka tidak dapat diterima di sekolah negeri. Namun pada saat ini, kualitas sekolah adalah pertimbangan orang tua dalam memilih sekolah dasar untuk

anaknya. Banyak sekolah swasta yang berhasil mengungguli kualitas sekolah negeri dari segi reputasi, cara pengajaran yang lebih baik serta sarana dan prasarana yang lebih memadai. Para orang tua merasa puas dengan menyekolahkan anaknya di sekolah yang berkualitas, hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Aswin (2017:666-667) bahwa terdapat lima faktor yang mendorong kepuasan konsumen, yaitu: (1) kualitas produk atau jasa, (2) harga, (3) kualitas pelayanan, (4) emosional, dan (5) biaya.

Program wajib belajar 12 tahun yang dicanangkan oleh pemerintah berimplikasi kepada gratisnya biaya pendidikan sekolah negeri dari jenjang sekolah dasar sehingga sekolah menengah atas. Keadaan ini di samping menjadi ancaman, juga bisa menjadi peluang bagi sekolah swasta. Tidak dipungkuri banyak orang tua yang berharap anak-anak mereka dapat masuk ke sekolah negeri dengan alasan biaya yang murah dan memiliki status yang lebih bergengsi dari beberapa sekolah swasta yang ada. Namun keadaan ini juga menjadi pendorong bagi para pengelola sekolah swasta untuk meningkatkan kualitas dan mutu pendidikannya, sehingga orang tua siswa tertarik untuk menyekolahkan anaknya dengan mengeluarkan uang untuk pembangunan sekolah dan juga sumbangan pembinaan pendidikan (SPP) setiap bulannya. Realita yang ada, banyak sekolah swasta yang bermunculan dan memiliki peminat yang cukup tinggi dan dapat menyaingi bahkan melampaui kualitas sekolah negeri.

Dari data yang peneliti dapatkan, di kota Bandar Lampung sendiri terdapat 258 sekolah dasar, dengan rincian 186 sekolah dasar negeri dan 72 sekolah dasar swasta dan 63 madrasah ibtidaiyyah yang terdiri dari 12 madrasah yang dikelola oleh Departemen Agama dan 51 madrasah dikelola oleh yayasan swasta.



Gambar 1.1 Jumlah Sekolah Dasar di Bandar Lampung Tahun 2017-2019
 Sumber: Data Referensi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11.php?kode=126000&level=2>

Gambar 1.1 memperlihatkan perkembangan sekolah dasar negeri dan swasta dari tahun 2017 sampai dengan 2019. Setiap tahun sekolah dasar negeri mengalami pengurangan. Hal ini bisa disebabkan *marger* antara sekolah dasar negeri satu dengan sekolah dasar negeri lainnya yang saling berdekatan. Pada tahun 2017, diketahui terdapat 194 sekolah dasar negeri, dan pada tahun 2018 berkurang menjadi 193 dan terus berkurang menjadi 186 pada tahun 2019. Penurunan jumlah sekolah dasar negeri diikuti dengan peningkatan jumlah sekolah swasta yang pada tahun 2017 berjumlah 63, terus meningkat pada tahun 2018 menjadi 66 dan menjadi 72 pada tahun 2019.

Minat masyarakat dalam alternatif menyekolahkan anak sudah mulai bergeser. Orang tua tidak lagi peduli dengan status negeri atau swasta. Jumlah sekolah swasta meningkat pesat dari tahun ke tahun, dan beberapa kali terdengar ada sekolah-sekolah negeri berkurang dan dimerger. Peningkatan jumlah sekolah swasta dibarengi dengan peningkatan jumlah siswa baru yang bersekolah di sekolah swasta.

Banyak didapati sekolah swasta yang menetapkan iuran pembangunan dan SPP bulanan dengan nominal yang cukup tinggi tetapi tidak pernah kekurangan murid dan bahkan harus melakukan seleksi penerimaan murid yang ketat karena terlalu banyak jumlah peminaatnya, dan dikatakan kunci keberhasilannya juga adalah pelayanan. Fenomena ini tidak berlaku umum, karena juga ada banyak sekolah swasta yang gagal mendapatkan murid dan terpaksa harus ditutup.

Sistem zonasi atau bina lingkungan yang ditetapkan oleh pemerintah, di mana sekolah negeri di suatu wilayah diprioritaskan untuk warga di wilayah tersebut berakibat kepada hilangnya kesenjangan status antara sekolah favorit dan non favorit di sekolah-sekolah negeri karena siapa saja yang berada di kawasan zona sekolah yang dulunya adalah sekolah favorit memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memasuki sekolah tersebut dibandingkan anak yang cerdas tetapi dia bukan berasal dari kawasan wilayah tersebut. Hal ini menjadi peluang bagi sekolah swasta untuk menjadi salah satu sekolah favorit melalui seleksi peserta didik yang ketat untuk menyerap peserta didik yang memiliki kemampuan akademik dan non akademik di atas rata-rata yang kelak akan mendongkrak popularitas sekolah. Hal

ini disebabkan belum adanya aturan zonasi atau bina lingkungan yang ditetapkan pemerintah untuk sekolah swasta.

Pangsa pasar bagi sekolah dasar dapat diacu berdasarkan angka kelahiran. Angka kelahiran bayi akan menunjukkan pasar potensial untuk jasa pendidikan sekolah dasar, dan khusus untuk wilayah Bandar Lampung pada tahun 2015 angka kelahiran bayinya adalah sebesar 20268 jiwa. Jumlah angka kelahiran ini bisa digunakan sebagai gambaran jumlah peserta didik potensial atau target pasar untuk sekolah dasar pada tahun 2022.

Tabel 1.1 Jumlah Bayi Lahir Tahun 2015 di Provinsi Lampung

| No | Kabupaten/Kota | Bayi Lahir (Jiwa) |
|----|---------------------|-------------------|
| 1 | Lampung Barat | 5549 |
| 2 | Tanggamus | 12784 |
| 3 | Lampung Selatan | 20844 |
| 4 | Lampung Timur | 18059 |
| 5 | Lampung Tengah | 20844 |
| 6 | Lampung Utara | 10978 |
| 7 | Way Kanan | 8091 |
| 8 | Tulang Bawang | 7638 |
| 9 | Pesawaran | 7435 |
| 10 | Pringsewu | 8088 |
| 11 | Mesuji | 3856 |
| 12 | Tulang Bawang Barat | 4968 |
| 13 | Pesisir Barat | 2583 |
| 14 | Bandar Lampung | 20268 |
| 15 | Metro | 3182 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, <https://lampung.bps.go.id/>

Berdasarkan Tabel 1.1 dengan perbandingan angka kelahiran bayi yang akan menjadi target pasar sekolah dasar pada tahun 2022 dan jumlah sekolah yang ada pada tahun 2019 ini, maka apabila dibagi dengan rata pada tahun 2022 setiap sekolah hanya mendapatkan porsi peraihan 65 peserta didik saja dari jumlah peserta didik potensial. Penghitungan ini dilakukan tanpa mengasumsikan kemungkinan pertambahan jumlah sekolah dasar pada tahun 2020 sampai dengan 2021 dan juga tanpa mengasumsikan faktor-faktor lain seperti agama sebagai *brand image* dan penentu keputusan pemilihan sekolah. Padahal banyak sekolah yang sudah

membangun ruang belajar untuk menampung peserta didik baru sebanyak 200 orang.

Gambaran singkat mengenai faktor-faktor eksternal di atas adalah gambaran mengenai peluang dan ancaman untuk sekolah swasta. Sekolah swasta harus mampu mengamati situasi yang terjadi dan mempersiapkan strateginya untuk menghadapi ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada. Persaingan bukan hanya datang dari sekolah negeri, bahkan antara sekolah swasta satu dengan sekolah swasta lain yang memiliki produk, segmentasi dan target pasar yang hampir sama juga pasti terjadi persaingan antar mereka dalam mencari peserta didik baru.

SDIT Pelita Khoirul Ummah Berdiri pada tahun 2013 yang berstatus sebagai sekolah swasta di bawah yayasan Pelita Khoirul Ummah, dan beralamatkan di jalan Purnawirawan No. 41 Gunung Terang Kecamatan Langkapura Bandar Lampung. Proses pendidikan dilakukan dengan memadukan kurikulum khas Islam Terpadu (IT) dan kurikulum 2013/K13. Visi sekolah ini adalah menjadi sekolah unggul di Bandar Lampung tahun 2022. Agar sekolah dapat mewujudkan visinya tersebut, disusunlah beberapa misi, yang antara lain adalah: (1) Melaksanakan kegiatan belajar mengajar yang seimbang antara pendidikan umum dan pendidikan keagamaan bagi peserta didik. (2) Mengembangkan sumber daya manusia yang mumpuni, professional dan memiliki pemahaman serta pengamalan al-quran. (3) Menumbuhkan semangat berprestasi secara intensif kepada seluruh warga belajar. (4) Melengkapi sarana dan prasarana guna menumbuh kembangkan potensi dasar/fitrah peserta didik.

SDIT Pelita Khoirul Ummah dapat dikategorikan sebagai sekolah dasar yang diminati orang tua untuk memercayakan buah hati mereka belajar di sana. Hal ini dapat dilihat dari jumlah peserta didiknya di setiap tahun ajaran baru yang semakin meningkat. Seperti dijelaskan oleh tabel berikut 1.2. Keadaan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh pengelola sekolah guna menghadapi persaingan yang datang dari sekolah negeri ataupun swasta lainnya. Sekolah dituntut untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah peserta didik agar bisa terus beroperasi dan berkembang.

Tabel 1.2 Data Jumlah Peserta Didik SDIT Pelita Khoirul Ummah Tahun 2013-2019

| Tahun Ajaran | Jumlah Peserta Didik Baru (Orang) |
|---------------------|--|
| 2013/2014 | 15 |
| 2014/2015 | 13 |
| 2015/2016 | 19 |
| 2016/2017 | 45 |
| 2017/2018 | 73 |
| 2018/2019 | 84 |
| 2019/2020 | 100 |

Sumber: SDIT Pelita Khoirul Ummah

Pada tahun ajaran 2013 sampai dengan tahun 2015, SDIT Pelita Khoirul Ummah hanya membuka 1 ruang belajar setiap tahun ajaran barunya. Kemudian baru pada tahun ajaran 2016, sekolah membuka 2 ruang belajar untuk peserta didik baru, dilanjutkan pada tahun 2017 dan 2018 dengan membuka 3 ruang belajar setiap tahunnya. Pada tahun ajaran 2019, sekolah membuka 4 ruang belajar yang dapat menampung 100 orang peserta didik. Rencana pada tahun ajaran 2020-2021 sekolah akan membuka 4 ruang belajar dengan kapasitas peserta didik 110 orang. Pada tahun ini 2019 lalu, sekolah telah mendapatkan akreditasi A.

SDIT Pelita Khoirul Ummah perlu meningkatkan kedudukan yang telah dimiliki saat ini untuk terus bertahan hidup menghadapi persaingan yang semakin berat di masa depan. Agar keunggulan dan kemampuan bersaing SDIT Pelita Khoirul Ummah dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan, maka perlu untuk dilakukannya perencanaan strategis secara matang. Perencanaan strategis adalah sebuah langkah untuk membantu perusahaan menjadi lebih produktif dengan mengarahkan pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan. Perencanaan strategis merupakan bagian dari manajemen strategik. Di dalam manajemen strategik ada tahapan berupa analisis, keputusan dan pengaplikasian keputusan untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Maka manajemen strategik adalah proses berkesinambungan dalam menciptakan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan yang diambil perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Perencanaan strategik biasanya dimulai dengan analisis SWOT yang merupakan alat bantu untuk melakukan perencanaan strategis yang matang (Ariza Eka, 2015:137). Analisis SWOT merupakan suatu analisis yang dilakukan terhadap faktor lingkungan internal perusahaan dan faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Faktor internal berupa *strength* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), sedangkan faktor eksternalnya adalah *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Faktor-faktor ini perlu dianalisis untuk mengetahui posisi perusahaan dalam lingkungan bisnis dan memperkirakan kemungkinan yang akan terjadi di masa akan datang.

SDIT Pelita Khoirul Ummah perlu dengan cermat melakukan analisis perencanaan strategik dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif sekolah agar bisa terus bertahan dan memenangkan persaingan dengan sekolah lainnya. Analisis SWOT dilakukan agar dapat memberikan gambaran kepada pihak sekolah mengenai identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki sekolah secara terorganisir untuk memudahkan perencanaan strategi pemasaran dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal guna memperoleh keunggulan kompetitif sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Diharapkan dengan keunggulan kompetitif yang berhasil dicapai sekolah, sekolah dapat merebut peluang pasar dan sekolah dapat menarik minat para orang tua untuk mempercayakan anaknya dididik di SDIT Pelita Khoirul Ummah.

Pihak sekolah berusaha untuk memberikan pelayanan pendidikan dan hasil yang memuaskan untuk para konsumennya, yang dalam hal ini adalah para peserta didik dan wali mereka. Pemasaran dan penyusunan strategi pemasaran belum dianggap sebagai sesuatu yang penting. Fokus yang dilakukan sekolah adalah penciptaan jasa. Sedangkan dalam pemasaran, penciptaan jasa hanyalah satu proses dari rangkaian proses lainnya. Pemasaran berfokus bukan pada pencarian pelanggan yang sesuai dengan produk, bahkan berfokus kepada produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dengan cara perancangan strategi pemasaran yang berbasis pelanggan, dengan terlebih dahulu menganalisis lingkungannya, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang ada, dari identifikasi

tersebut diketahui apa yang sekolah bisa sediakan untuk pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Berdasarkan paparan yang telah peneliti kemukakan, peneliti bermaksud untuk mengangkat judul “**Analisis Strategi Pemasaran Sekolah Dasar Islam Terpadu Pelita Khoirul Ummah**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, dapat diambil rumusan masalah untuk penelitian ini, yaitu: bagaimanakah cara untuk meningkatkan keunggulan kompetitif SDIT Pelita Khoirul Ummah melalui perencanaan strategi pemasaran dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang dimiliki?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini terfokus dan tidak meluas, maka peneliti menetapkan ruang lingkup sebagai berikut:

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah para *stakeholder* SDIT Pelita Khoirul Ummah, yang terdiri dari anggota yayasan, kepala sekolah, dan wali peserta didik yang memiliki kepentingan terhadap penelitian ini.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian yang dibahas adalah faktor internal dan eksternal serta perencanaan strategik guna meningkatkan keunggulan kompetitif SDIT Pelita Khoirul Ummah.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian akan dilaksanakan di SDIT Pelita Khoirul Ummah yang beralamatkan di Jalan Purnawirawan Raya No. 41, Gn. Terang, Langkapura, Kota Bandar Lampung 35152.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2019 sampai dengan Maret 2020.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan untuk penelitian ini adalah manajemen pemasaran, analisis SWOT.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis SDIT Pelita Khoirul Ummah yang terdiri dari faktor internal yang berupa *strength* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), serta *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) yang berada di bawah faktor eksternal. Kemudian hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pihak yayasan dan kepala SDIT untuk menyusun perencanaan strategi pemasaran guna meningkatkan keunggulan kompetitif sekolah.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Mahasiswa
 - a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi media pembelajaran secara nyata dan faktual bagi peneliti dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.
 - b. Dengan penelitian ini diharapkan mahasiswa dapat lebih memahami indikator-indikator yang mempengaruhi lingkungan bisnis jasa pendidikan dalam mendukung strategi kompetitif sekolah.
2. Manfaat Bagi SDIT Pelita Khoirul Ummah

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi pihak yayasan, kepala SDIT Pelita Khoirul Ummah dalam menyusun rencana strategik untuk meningkatkan keunggulan kompetitif sekolah.
3. Manfaat Bagi Institusi

Penelitian ini dapat menambah referensi keilmuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran bagi perpustakaan IIB Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan ini akan terbagi dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mencakup tentang teori-teori yang mendukung penelitian dan kerangka berfikir dalam penyusunan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis metode penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data (Matriks IFAS, EFAS dan SWOT).

BA IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai uraian hasil penelitian tentang rancangan strategik untuk meningkatkan keunggulan kompetitif SDIT Pelita Khoirul Ummah dengan berpedoman pada teori-teori dan metode yang digunakan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat simpulan yang merupakan kesimpulan-kesimpulan yang menjelaskan tentang temuan masalah dan solusi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Kemudian saran adalah langkah-langkah atau tindakan yang perlu diperhatikan atau dipenuhi pihak yayasan dan kepala SDIT Pelita Khoirul Ummah untuk kebaikan atau pengembangan pengimplementasian strategi yang efektif dan efisien berdasarkan apa yang ditemukan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA