

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran, Mengapa sekolah memerlukan pemasaran? Pemasaran dalam jasa pendidikan sangat diperlukan, walaupun sekolah merupakan lembaga nirlaba (non profit organisation) yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan.

Menurut Indrajaya dan Karno (2007) dalam Wijaya D (2012:2) Pemasaran dalam jasa pendidikan mutlak diperlukan karena hal-hal sebagai berikut:

1. Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan (siswa, orangtua siswa, dan pihak yang terkait lainnya) bahwa sekolah yang kita kelola masih tetap eksis.
2. Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan yang kita lakukan relevan dengan yang mereka butuhkan.
3. Kita perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar jenis jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat, khususnya pelanggan jasa pendidikan.
4. Kita perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar eksistensi sekolah tidak ditinggalkan oleh masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan potensial.

Pendidikan merupakan suatu proses putaran yang saling mempengaruhi dan berkesinambungan/berkelanjutan. Jadi, sekolah perlu pemasaran agar dapat memenangkan suatu persaingan antar sekolah kejuruan swasta ataupun negeri, serta meningkatkan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah yang bermanfaat, dan terciptanya lingkungan pembelajaran yang baik bagi seluruh siswa. Dalam hal pemasaran ini SMK Farmasi Sekesal Surabaya berusaha untuk menarik peminat atau merekrut calon siswanya dengan membuat suatu daya tarik yang bisa dijadikan sebagai sekolah pilihan calon siswanya. Ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai daya tarik pengguna

jasa pendidikan, yaitu orangtua siswa dan siswa itu sendiri, diantaranya mutu yang baik, fasilitasnya lengkap dan sekolah yang berkarakter, serta kualitas lulusannya yang siap kerja dan patut diperhitungkan, karena sekolah ini merupakan salah satu sekolah swasta yang menerapkan sistem “semi militer”, yang berada dibawah naungan Pusdikkes (Pusat Pendidikan Kesehatan), Kobangdikal (Komando Pengembangan Pendidikan Angkatan Laut) yaitu salah satu kesatuan dari TNI Angkatan Laut, dan sebagian pengajarnya dari anggota TNI Angkatan Laut sendiri. SMK Farmasi Sekesal Surabaya lebih dikenal oleh kalangan TNI Angkatan Laut sendiri daripada masyarakat umum, padahal sekolah ini tidak hanya khusus untuk anggota TNI Angkatan Laut saja namun juga untuk masyarakat umum, akan tetapi ada batasan yang harus dicapai dalam merekrut calon siswa dari keluarga anggota TNI Angkatan Laut, serta dari anggota TNI Angkatan Laut sendiri (di sebut siswa Tugas Belajar atau TUBEL), selanjutnya ruang belajar di penuh dari siswa umum.

Tabel 1.1 Data SMK Farmasi Sekesal Surabaya  
(Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, mulai tahun 2009-2014)

Tahun	Pendaftar	Penerimaan siswa (pagu)	Diterima	Laki-laki	Prempuan
2009-2010	459	150	150	24	126
2010-2011	501	159	159	21	138
2011-2012	415	151	151	29	122
2012-2013	311	152	152	29	123
2013-2014	451	200	208	34	174

Sumber: Tata Usaha SMK Farmasi Sekesal Surabaya (2014).

Dari data diatas dapat diketahui begitu banyak peminat (calon siswa) yang ingin bersekolah di SMK ini, walaupun pendaftarannya mengalami fluktuasi (naik turun) dan dibatasi oleh jumlah penerimaan siswa, maka pada tahun pelajaran 2013-2014 dimulailah dengan penambahan jumlah ruang kelas dan jumlah penerimaan siswa agar dapat memenuhi permintaan pasar yang berminat untuk bersekolah di SMK Farmasi Sekesal Surabaya ini. Dari hal tersebut penulis dapat membandingkan dengan 2 (dua) SMK lain yang juga mempunyai keahlian yang sama di kota Surabaya diantaranya SMK Farmasi Jl. Gembong Surabaya dan SMK Gama Cendikia di Jl. Kalijudan Surabaya, diantara ke dua sekolah tersebut yang penulis ketahui faktor kualitas produk masih dibawah SMK Farmasi Sekesal Surabaya, termasuk juga prestasi yang pernah diraih diantaranya ranking dua ujian nasional se Jawa Timur.

Pemasaran jasa menawarkan jasa pendidikan dengan bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah 7P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Proces*), Bukti Fisik (*Physical Avidance*), yang mana dapat diterapkan secara langsung dalam usaha peningkatan jumlah siswa di SMK Farmasi Sekesal Surabaya.

Dari uraian latar belakang masalah diatas, menggugah penulis untuk mengangkat permasalahan tersebut karena SMK Farmasi Sekesal Surabaya walaupun keberadannya tidak banyak yang mengetahui dan promosinya tidak segenyar seperti sekolah lain yang memiliki produk sama namun peminatnya semakin meningkat, maka penulis melakukan penelitian dalam skripsi dengan

judul “Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Siswa Pada Jasa Pendidikan”.

### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat ditarik suatu rumusan masalah yang ditujukan untuk merencanakan pembahasan dari skripsi ini yaitu: Bagaimanakah Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Siswa Pada Jasa Pendidikan?

### **B. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Bagaimanakah Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Siswa Pada Jasa Pendidikan.

### **C. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi SMK Farmasi Sekesal Surabaya, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan pemasaran pada jasa pendidikan dan sebagai masukan dalam suatu pengambilan kebijakan serta mengefektifkan bauran pemasaran yang selama ini telah dilaksanakan .
2. Bagi pelaku pemasar jasa pendidikan, sebagai sarana mengukur sejauh mana peran pemasaran yang dilakukan selama ini dalam menyampaikan

produk jasa pendidikan, agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan, meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan.

3. Bagi kebijakan promosi pendidikan, sebagai bahan evaluasi serta mengukur efektifitas promosi penjualan jasa pendidikan, yaitu melalui data penjualan produk jasa, pendataan lapangan dan sebagai bahan uji sejauh mana pelaksanaan promosi yang sudah diterapkan selama ini.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Bab ini menguraikan secara langsung dan singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Tinjauan Pustaka: Bab ini penulis menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

Bab III Metode Penelitian: Bab ini menguraikan tentang pendekatan penelitian, keterlibatan peneliti, lokasi penelitian, sumber data, dan keabsahan temuan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Bab ini menggambarkan tentang gambaran umum sekolah, deskripsi hasil penelitian, pembahasan

Bab V Kesimpulan dan Saran: Bab ini berisi tentang kesimpulan yang sudah penulis uraikan dari bab I, bab II, bab III, dan bab IV, serta saran atau masukan yang membangun bagi sekolah dalam penentuan bauran pemasaran untuk penerimaan siswa baru pada setiap tahun ajaran baru.

