

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran jasa di lembaga pendidikan yang kini memiliki banyak tantangan di era global. Pemasaran jasa pendidikan merupakan strategi peningkatan mutu pendidikan yang merupakan elemen terpenting bagi kualitas serta kemajuan taraf pada suatu lembaga pendidikan seiring dengan adanya persaingan antar sekolah yang semakin atraktif. Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif, apabila lembaga atau sekolah memiliki citra yang baik dimata masyarakat maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Jadi, pemasaran merupakan proses yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat. (Faizin,2017:h 262). Dalam kaitannya dengan pendidikan, jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskannya.

Sekolah merupakan lembaga pendidikan nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Selain itu kompetisi antar sekolah pun semakin ketat. Maka dalam hal ini penyelenggara pendidikan dituntut untuk kreatif dalam menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa pendidikan. Munculnya sekolah bertaraf internasiona

Lahirnya sekolah negeri dan swasta yang menawarkan keunggulan fasilitas, bahkan dengan biaya yang terjangkau, dapat menambah maraknya kompetisi pendidikan. Aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dahulu dianggap tabu karena berbau bisnis dan cenderung berorientasi pada laba, sekarang ini sudah dilakukan secara terbuka. Karena jasa pendidikan memegang peran penting untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Sekolah yang berkualitas merupakan impian seluruh elemen bangsa karena akan melahirkan kader-kader berkualitas yang mampu membawa perubahan besar bagi bangsa. Menurut Sudarwan Danim (2005) sekolah berkualitas tinggi merupakan sekolah yang memuaskan pelanggan. Di tengah krisis multidimensi yang mendera bangsa ini, terwujudnya lembaga pendidikan berkualitas tinggi menjadi kebutuhan yang tidak bisa ditawar. Oleh sebab itu, setiap elemen khususnya para praktisi pendidikan harus berjuang lebih kolektif kolegial untuk memajukan lembaga pendidikan yang menjadi tumpuan utama kemajuan bangsa. Peningkatan mutu menjadi tantangan utama pada setiap jalur, jenis dan jenjang pendidikan. Mutu harus ditingkatkan agar lembaga pendidikan mampu memberikan makna bagi bekal kehidupan anak didik di masa depan. Pemasaran menjadi salah satu mutu penggerak kemajuan lembaga pendidikan. Tantangan era global semakin kompleks dan harus direspon dengan kehadiran lembaga pendidikan berkualitas tinggi.

Sekolah Alam pertama kali berdiri di Indonesia pada tahun 1998, yaitu sekolah alam Cianjur. Setelah itu muncullah beberapa sekolah alam lainnya di Indonesia yang tersebar di berbagai daerah salah satunya yaitu Sekolah Alam

Kendari yakni Sekolah yang terletak di Jalan Khairil Anwar, Lr Durian Wua-wua Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Sekolah Alam Kendari merupakan sekolah yang menggunakan pembelajaran berbasis alam atau sekolah yang melakukan pendekatan pada alam, Sekolah ini merupakan sekolah dimana guru mengambil sumber dari alam dan lingkungan sekitar sebagai bahan belajar peserta didiknya. Pembelajaran dilakukan tidak hanya di dalam ruangan saja tetapi juga banyak menggunakan alam atau lingkungan sebagai kelasnya. Pembelajaran diluar ruangan dilakukan secara kondisional ketika anak dirasa jenuh berada di kelas, pembelajaran terkadang dilakukan di sawah, rumah pohon yang dibuat di dalam lokasi sekolah, di sungai, di lingkungan masyarakat, atau dengan kegiatan-kegiatan yang sifatnya langsung kepada praktek pada alam. Sekolah Alam didirikan dengan keinginan untuk mengubah paradigma bahwa sekolah yang berkualitas selalu mahal dan sulit dijangkau oleh masyarakat bawah, perubahan paradigma tersebut juga berusaha dilakukan oleh Sekolah Alam Kendari .Sekolah Alam Kendari berdiri pada tahun 2012 dimana pada tahun 2019 ini hanya mempunyai 15 siswa yakni Tk (3 siswa), kelas 1 SD (3 siswa), Kelas 2 (3 siswa), kelas 3 (0 siswa), kelas 4 (0 siswa). Kelas 5 (4 siswa), kelas 6 (1 siswa) SMP (1 Siswa). Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada salah satu guru di Sekolah Alam Kendari tersebut Bu Nursalama “mengatakan Sekolah Alam Kendari yang tidak hanya dari kalangan *dhu'afa* (tidak mampu) tetapi rata-rata anak dari kalangan Elit seperti anak dari kepala Kemenkumham kota Kendari, anak dari *Manager Swill Bellhotel*.

Terkait strategi pemasaran di sekolah ini menurut hasil observasi awal yang peneliti dapatkan di lapangan bahwa dalam memasarkan atau mensosialisasikan sekolah ini pihak sekolah mempunyai link sekolah alam dan membagikan brosur kepada masyarakat agar sekolah ini dikenal dan masyarakat mengetahui dan juga melalui informasi dari perindividu terkait Sekolah Alam. Berdasarkan fakta-fakta lapangan di atas penulis tertarik mengangkat judul skripsi yaitu **“Strategi Kepala Sekolah Dalam Memasarkan Sekolah Alam Kendari ”**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan pembatasan masalah yang membatasi sebuah penelitian. Fokus masalah ada untuk membatasi bahasan penelitian agar lebih terarah dan terfokus. Batasan dari penelitian ini yaitu membahas terkait masalah kurangnya jumlah siswa di sekolah alam kendari, serta motif atau pertimbangan orangtua menyekolahkan anaknya di sekolah alam Kendari.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan fokus penelitian makayang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah.

1.3.1 Bagaimana strategi kepala sekolah dalam memasarkan Sekolah Alam Kendari ?

1.3.2 Apa motif/pertimbangan orangtua menyekolahkan anaknya di Sekolah Alam Kendari ?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Untuk mengetahui bagaimana strategikepala sekolah dalam memasarkan Sekolah Alam Kendari .

1.4.2 Untuk mengetahui Motif/pertimbangan orangtua menyekolahkan anaknya di Sekolah Alam Kendari .

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Secara *teoritis*

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain :

1.5.1.1.1 Sebagai bahan informasi ilmu pengetahuan tentang strategi kepala sekolah dalam memasarkan sekolah.

1.5.1.1.2 Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya pada persoalan yang sama.

1.5.2 Secara *praktis*

Secara praktisnya dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain :

1.5.2.1 Bagi Sekolah Alam Kendari

Dapat dijadikan masukan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan pemasaran sekolah.

1.5.2.2 Bagi Perguruan Tinggi Penelitian ini untuk memperoleh gambaran tentang strategi kepala sekolah dalam memasarkan Sekolah Alam Kendari, sehingga dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi lembaga pendidikan.

1.5.2.3 Bagi siswa sebagai bahan referensi untuk belajar terkait strategi kepala sekolah.

1.5.2.4 Bagi penulis dan peneliti selanjutnya Penelitian ini diharapkan dapat mempermudah peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian terkait strategi kepala sekolah dalam memasarkan pendidikan.

1.6 Definisi operasional.

Untuk menghindari ambiguitas dari perbedaan persepsi terhadap beberapa istilah dalam penelitian ini, maka penulis perlu memberikan beberapa definisi operasional, yaitu sebagai berikut :

1.6.1 Strategi kepala sekolah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu cara atau metode yang digunakan oleh kepala sekolah dalam mencapai tujuan yang sudah direncanakan dalam upaya meminimalisir suatu kegagalan, kebijakan atau tujuan yang ditetapkan oleh seorang kepala sekolah dalam peningkatan pendidikan dalam hal ini peningkatan sarana dan prasarana serta sumber daya manusia (SDM), serta sebuah rencana yang dimiliki seorang pemimpin dengan kemampuan semaksimal mungkin dalam meningkatkan mutu atau kualitas sekolah serta menjalankan tugasnya dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

1.6.2 Pemasaran sekolah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu suatu cara atau metode yang dilakukan sekolah dalam rangka memasarkan lembaga pendidikan agar dikenal oleh masyarakat guna meningkatkan mutu sekolah dan menarik minat peserta didik untuk memilih sekolah tersebut.