

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Peneliiian

Pondok Pesantren Ulumul Qur'an merupakan salah satu lembaga pendidikan yang cukup banyak diminati masyarakat Kabupaten Barito Kuala dalam memilih melanjutkan pendidikan tingkat Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, dan Madrasah Aliyah. Hal ini dilihat dari kian bertambahnya santri yang melanjutkan pendidikan dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya. Masalah yang ada di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an beberapa tiga tahun terakhir kenaikan peserta didik baru sangat sedikit walaupun tidak mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh banyaknya muncul persaingan lembaga pendidikan pondok pesantren baru di Kabupaten Barito Kuala.¹

Persaingan yang ketat di dunia pendidikan menuntut untuk melaksanakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran membutuhkan konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasaran serta kebutuhan dan keinginan pelanggan. Strategi pemasaran jasa pendidikan menjadi sangat penting di era globalisasi, di mana iklim kompetitif merambah semua aspek kehidupan.

Pendidikan dipercaya sebagai alat untuk meningkatkan taraf hidup manusia. Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan atau

¹Hasil Wawancara dengan Bapak Abdurrahman Addiba'I, S.Pd Selaku Wakil Pimpinan Bidang Pendidikan Formal Sementara Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala, Pada Tanggal 7 Maret 2024/ bit.ly/HasilWawancaradenganBapakAbdurrahmanAddibai.

keterampilan, serta sikap hidup yang baik, sehingga mampu bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan menjadi investasi yang memberikan keuntungan sosial dan pribadi, menjadikan bangsa bermartabat, dan individu menjadi manusia yang memiliki derajat.²

Lembaga pendidikan harus selalu berusaha agar tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing sebagaimana yang telah disahkan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 pasal 35 ayat (1) dinyatakan bahwa:

Standar nasional pendidikan terdiri atas standar isi, proses, kompetensi lulusan, tenaga kependidikan, sarana dan prasarana, pengelolaan, pembiayaan, dan penilaian pendidikan yang harus ditingkatkan secara berencana dan berkala.³

Berdasarkan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 merupakan babak baru bagi pendidikan untuk bangkit, berbenah, meningkatkan mutu dan kualitasnya serta lebih mengenalkan dirinya di tengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu menentukan dan menetapkan strategi atau sebuah rencana, serta melakukan aktivitas pemasaran jasa pendidikan. Aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sebuah lembaga pendidikan dapat mengubah penilaian masyarakat terhadap kualitas pendidikan tersebut dalam jangka panjang dan merupakan cara untuk membangun citra lembaga secara keseluruhan.

Strategi pemasaran diadopsi dari dunia bisnis, di mana pemasaran berfokus pada kepuasan konsumen dengan dasar pemikiran yang logis. Jika konsumen tidak

² Widya Astuti Permana, "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan," *Jurnal Islamic Educational Manajemen* 5, no. 7 (June 2020). 84

³ Undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Departemen Agama RI: Jakarta, 2006). 24.

puas, berarti pemasaran gagal. Dengan kata lain, jika lembaga pendidikan tidak mampu memuaskan pengguna jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan pasar, maka lembaga tersebut tidak akan mampu terus eksis.⁴

Pemasaran yang mengedepankan kejujuran menjadi landasan yang penting dalam menjalin hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dan peserta didik. Dalam praktiknya, pemasaran yang jujur tidak hanya mengandalkan janji-janji yang tidak dapat dipertanggung jawabkan, tetapi juga berkomitmen untuk memberikan informasi yang benar dan transparan kepada konsumen.

Dalam Al-Qur'an Surat Asy-Syu'ara Ayat 181-183 terdapat keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis seperti berdagang, berniaga dan atau jual beli baik barang dan jasa, diterangkan dengan jelas antara lain firman Allah SWT:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ١٨٣

Menurut tafsir Ibnu Katsir, Nabi Syu'aib memerintahkan kepada mereka agar menyempurnakan takaran dan timbangan, dan melarang mereka mengurangi takaran dan timbangan. Yaitu jika kalian membayar kepada orang lain, maka sempurnakanlah takaran mereka dan janganlah mengurangi takaran mereka sehingga kalian menyerahkan pembayaran yang kurang. Tetapi jika kalian mengambil dari mereka, maka kalian memintanya dalam keadaan sempurna dan cukup. Maka ambillah seperti yang kalian serahkan, dan serahkanlah sebagaimana yang kalian mengambil.

⁴Sri Minarti, *Manajemen Sekolah: Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri* (Ar-Ruzz Media: Yogyakarta, 2011). 370-371.

Maksud dari ayat diatas adalah setiap yang kita tanam baik itu kebaikan maupun keburukan, pasti akan menuaikan hasilnya, begitu juga dalam pemasaran jasa pendidikan, ketika kita bersungguh-sungguh memasarkan dengan baik dan jujur akan menuai hasil bagus dari pemasaran itu.

Dari permasalahan diatas, penting untuk melakukan penelitian terkait strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala.

B. Definisi Operasional

Menghindari kesalah pahaman istilah dalam judul penelitian, maka peneliti memberikan penegasan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran

Strategi berasal dari bahasa latin yaitu *strategia* yang diartikan sebagai seni penggunaan rencana.⁵ Sedangkan pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.⁶

Strategi Pemasaran yang maksud disini adalah serangkaian langkah-langkah yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Ulumul Qur'an untuk mempromosikan dan membuat dirinya lebih terlihat serta meningkatkan daya tarik pendidikan mereka kepada calon peserta didik baru.

⁵Iban Sofijan, *Manajemen Strategi* (Graha Ilmu; Jakarta, 2015). 3

⁶Mohammad Nurul Huda, "Manajemen Pemasaran Sekolah," *Ta'dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2020). 26.

2. Pendidikan

Pendidikan dalam SISDIKNAS adalah Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.⁷

Pendidikan yang dimaksud disini adalah proses penyampaian ilmu pengetahuan dan nilai-nilai agama islam di lingkungan Pondok Pesantren Ulumul Qur'an.

3. Meningkatkan Minat Peserta Didik

Peningkatan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan meningkatkan.⁸

Minat menurut Gunarso dalam jurnal Makmun Khairani adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya.⁹

Pengertian peserta didik, di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian murid berarti orang (anak) yang sedang berguru/belajar, bersekolah.¹⁰

Meningkatkan minat peserta didik yang dimaksud disini yaitu upaya untuk menarik perhatian dan mempengaruhi calon peserta didik agar mendaftarkan dirinya untuk belajar di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an

⁷Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

⁸Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pengertian Peningkatan

⁹Makmun Khairani, *Psikologi Belajar* (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2014). 136

¹⁰Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Peserta Didik

4. Pondok Pesantren Ulumul Qur'an

Pondok Pesantren Ulumul Qur'an merupakan suatu lembaga pendidikan yang di bawah naungan Kementerian Agama Berdiri sejak tahun 2006. Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala berlokasi di jalan Brigjen H. Hasan Basri, Desa Sungai Gampa Asahi Kecamatan Rantau Badauh, Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan definisi operasional penelitian di atas, fokus penelitian sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran berbasis nilai pelanggan dalam meningkatkan minat peserta didik di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala.
2. Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik di Pondok Pesantren Barito Kuala.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Mengetahui strategi pemasaran berbasis nilai pelanggan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala.
2. Mengetahui strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik baru di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala.

E. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan tentang strategi pemasaran pendidikan dan dapat bermanfaat bagi Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala terutama tentang strategi pemasaran pendidikan serta bagi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan khususnya program studi Manajemen Pendidikan Islam. Berikut beberapa manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini:

1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang mengimplementasikan strategi pemasaran agar terjadinya peningkatan minat peserta didik baru. Khususnya pada aspek strategi pemasaran berbasis nilai pelanggan, dan bauran pemasaran.

2. Signifikansi Praktis

a. Bagi Peneliti

Harapannya penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pemahaman dan pengetahuan tambahan tentang strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Selain itu, penelitian ini juga merupakan persyaratan untuk menyelesaikan tugas skripsi guna mendapatkan gelar Sarjana (S1) dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

b. Bagi Pondok Pesantren Ulumul Qur'an

Sebagai referensi tambahan dalam mengelola lembaga pendidikan menjadi lebih berkualitas guna untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan peserta didik baru.

c. Bagi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang yang dapat digunakan sebagai referensi oleh mahasiswa yang tertarik dalam mengembangkan studi pendidikan dan sebagai bahan untuk pengembangan penelitian atau karya tulis ilmiah di lingkungan Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

d. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai strategi pemasaran dalam lembaga pendidikan yang sekaligus sebagai pijakan dalam menentukan Penelitian selanjutnya terkait dengan strategi pemasaran.

e. Bagi Pembaca

Harapan dari hasil penelitian ini adalah menjadi sumber referensi yang dapat meningkatkan pemahaman ilmiah dan mendorong pengembangan penelitian di masa yang akan datang.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan langkah bagi peneliti untuk melakukan perbandingan, kemudian peneliti dapat menemukan inspirasi yang dapat dijadikan

sebagai acuan penelitian. Pada bagian ini peneliti mencantumkan hasil beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Di bawah ini adalah beberapa temuan sebelumnya yang diperoleh peneliti yang masih relevan dengan topik yang sedang penulis teliti.

1. Skripsi Maulida (2020) judul "Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah di kabupaten Hulu Sungai Tengah". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Dalam penelitian ini memfokuskan kepada strategi pemasaran serta faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam mengembangkan strategi pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Dari hasil analisis penelitian ditemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh pihak Pondok Pesantren Darul Inabah diantaranya melalui safarah amal, brosur-brosur, melalui dakwah yang dilakukan para alumni, serta melalui kegiatan-kegiatan santrinya dengan mengikuti lomba. Faktor pendukung yang dapat dilihat dari bangunan kelas, mushola, pembiayaan SPP terjangkau, lokasi yang mudah diakses dan kemudahan proses masuk. Sedangkan faktor penghambat yang dapat dilihat dari gedung yang kurang mencukupi, ruang kelas yang kurang, tidak ada promo melalui media sosial, website dan tidak ada tim khusus pemasaran.¹¹
2. Skripsi Muhammad Darwis (2022) judul "Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru. Penelitian

¹¹Maulida, *Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah di Kabupaten Hulu Sungai Tengah*, Skripsi UIN Antasari Banjarmasin (2020) <https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/14854>

ini menggunakan pendekatan Kualitatif dan jenis penelitian ini penelitian lapangan. Dalam penelitian ini memfokuskan kepada implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan, dan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru. Berdasarkan hasil penelitian Perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru yaitu dengan memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dengan promosi dengan mempromosikan program unggulan yang ada di madrasah, sarana dan prasarana, sehingga dengan hal tersebut dapat menarik minat masyarakat dengan mempromosikan program unggulan yang ada di madrasah, sarana dan prasarana, sehingga dengan hal tersebut dapat menarik minat masyarakat yaitu dengan mengembangkan strategi pemasarannya sesuai dengan perkembangan zaman, secara kurikulum mengikuti kurikulum terakhir, kurikulum terbaru, Kurikulum Merdeka. Secara teknologi seluruh teknologi sudah terlibat di dalamnya unsur-unsur yang kekinian, dari media sosial, sekarang kemudian gurunya juga diikutkan pelatihan untuk meningkatkan sumber daya manusianya. Faktor pendukung dalam implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di antaranya, tenaga pendidik yang berkualitas, letak sekolah yang geografis, memiliki banyak kegiatan ekstrakurikuler dan program unggulan, berakreditasi A dan satu-satunya madrasah tsanawiyah di Banjarbaru yang mendapatkan SK untuk melaksanakan Kurikulum Merdeka, dan banyak diminati oleh masyarakat.

Faktor penghambat dalam implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan di antaranya, persaingan antar lembaga yang semakin ketat, masjid yang kurang besar, dan kurangnya lokal sehingga berdampak pada terbatasnya penerimaan peserta didik baru.¹²

3. Skripsi Mauliana (2016) judul "Strategi Pemimpin Dalam Pemasaran Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Al Mursyidul Amin Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan mengambil kesimpulan menggunakan deduktif. Dalam penelitian ini memfokuskan kepada strategi pimpinan Pondok Pesantren Al Mursyidul Amin dalam pemasaran pendidikan islam sehingga dapat minat masyarakat terhadap pondok tersebut. Berdasarkan hasil penelitian di Pondok Pesantren Al Mursyidul Amin Kecamatan Gambut meliputi: Segmentasi pasar jasa pendidikan, strategi penentuan pasar sasaran jasa pendidikan, strategi penentuan posisi pasar jasa pendidikan dan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan (*marketing mix*). Dengan adanya strategi pemimpin dalam pemasaran jasa pendidikan Islam, maka pondok pesantren Al Mursyidul Amin dapat merekrut jumlah santri dan santriwati lebih banyak, mulai dari kepemimpinan KH. Ahmad Bakeri (Alm), sampai sekarang kepemimpinan Guru H. Muhammad Rasyid Ridha.¹³

¹² Muhammad Darwis, *Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Uhumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru*, Skripsi UIN Antasari Banjarmasin (2022). <https://idr.uin-antasari.ac.id/21699/>

¹³ Mauliana, *Strategi Pemimpin Dalam Pemasaran Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Al Mursyidul Amin Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar*. Skripsi UIN Antasari Banjarmasin (2016) <http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/5915>

Berikut lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1 tentang Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan yang peneliti lakukan.

Tabel 1.1 Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan yang peneliti lakukan

No	Penelitian Terdahulu	Pendekatan/ Metode Penelitian	Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang
1.	Maulida, Skripsi (2020) <i>Strategi Pemasaran Pondok Pesantren Darul Inabah di kabupaten Hulu Sungai Tengah.</i>	Kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran pendidikan, dan pendekatan/metode penelitian menggunakan kualitatif	Terdapat perbedaan objek penelitian serta fokus penelitian.
2.	Skripsi Muhammad Darwis (2022) <i>Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Ulumul Qur'an Al-Madani Banjarbaru.</i>	Kualitatif	Sama-sama membahas tentang Strategi Pemasaran pendidikan, dan pendekatan/metode penelitian menggunakan kualitatif	Terdapat perbedaan objek penelitian, serta fokus penelitian.
3.	Mauliana, Skripsi (2016) <i>Strategi Pemimpin Dalam Pemasaran Pendidikan Islam di Pondok Pesantren Al Mursyidul Amin Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.</i>	Kualitatif	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran pendidikan pondok pesantren, dan pendekatan/metode penelitian menggunakan kualitatif	Terdapat perbedaan objek penelitian, serta fokus penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi atas beberapa bab yaitu, bab I, bab II, bab III, bab IV, bab V.

Bab I adalah pendahuluan yang merupakan gambaran umum dari seluruh pembahasan yang berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

Bab II adalah kajian teori, yang terdiri dari pengertian strategi, pemasaran pendidikan, strategi pemasaran pendidikan, dan minat peserta didik.

Bab III adalah metode penelitian, memuat uraian secara rinci tentang metode dan langkah-langkah penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, teknik keabsahan data, dan tahapan penelitian.

Bab IV adalah hasil penelitian, gambaran dari objek penelitian, penyajian data penelitian, serta analisis data penelitian.

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.