

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa ini membuat kondisi persaingan dunia pendidikan semakin kompetitif. Salah satunya di bidang pendidikan yang merasakan persaingan, serta banyak peluang yang menjanjikan bagi lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan siswa/i dalam belajar. Perkembangan zaman yang berubah pesat membuat siswa/i harus memiliki pola pikir yang terbuka dan modern dengan adanya perubahan teknologi sebagai sarana dan prasarana. Hal ini sangat berpengaruh untuk kemajuan pendidikan di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu sistem pendidikan di Indonesia secara dinamis mengikuti perkembangan zaman, perkembangan tersebut dapat dilihat dari pergantian kurikulum belajar yang berlaku. Menurut undang-undang No.20 Tahun 2003, Pendidikan di Indonesia didefinisikan sebagai usaha sadar 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.

Pendidikan adalah proses pembelajaran yang terstruktur dan sistematis yang bertujuan untuk mengembangkan potensi dan pengetahuan individu agar dapat berkontribusi secara positif dalam masyarakat. Pendidikan tentunya merupakan hal yang sangat penting bagi manusia, terutama pendidikan formal yang harus ditempuh oleh anak-anak di Indonesia agar memperoleh ijazah dari lembaga resmi pemerintah, baik dari tingkat PAUD, TK/RA, SD/MI, SMP/MTs, SMA/SMK/MA dan Perguruan Tinggi. Melihat hal yang sangat penting bagi anak-anak di Indonesia ini tentunya banyak sekali orang-orang yang ikut berperan penting dalam membangun sekolah. Berdasarkan laporan statistik Indonesia menyatakan pertahun ajaran 2023/2024 terdapat 399.376 unit sekolah di Indonesia pada tahun ajaran 2022/2023. Jumlah itu naik tipis 1,18% dari tahun ajaran sebelumnya 394.708 unit sekolah.

Jumlah Taman Kanak-Kanak (TK) di Indonesia mencapai 93.385 unit dengan 94,67% diantaranya TK swasta . Lalu ada sebanyak 31.049 unit Sekolah Raudatul Athfal (RA) yang dikelola di bawah Kementerian Agama. Berikutnya, Sekolah Dasar (SD) di Indonesia sebanyak 148.975 unit. Kemudian, Madrasah Ibtidaiyah (MI)

26.503 unit, dengan 93,54% di antaranya adalah Swasta. Jumlah Sekolah Menengah Pertama (SMP) tercatat sebanyak 41.986 unit, dengan 56,83% di antaranya dari SMP Negeri. Adapun, Madrasah Tsanawiyah (MTs) 19.150 unit, dengan 92,03% di antaranya swasta. Selanjutnya, Sekolah Menengah Atas (SMA) terdapat sebanyak 14.236 unit, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebanyak 14.265 unit hingga madrasah aliyah (MA) berjumlah sebanyak 9.827 unit dengan 91,75% di antaranya Swasta. Jika disimpulkan, sekolah di Indonesia paling banyak berasal dari jenjang SD. Jika dilihat berdasarkan penyelenggaranya, mayoritas TK, MI, MTs, SMA, SMK, dan MA dikelola oleh Swasta.



Gambar 1.1 Data Sekolah di Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia

Dilihat dari data di atas bahwa banyak sekolah tingkat SMA, SMK dan MA yang berdiri dibandingkan dengan sekolah SMK, tentunya situasi ini menjadi sebuah persaingan ketat bagi lembaga pendidikan tingkat SMA, SMK dan MA yang berlomba- lomba memberikan yang terbaik untuk setiap peserta didik yang masuk, khususnya di daerah Kabupaten Bogor tersendiri berdasarkan data yang penulis kutip dari data.sekolah-kita.net pada tahun 2023 terdapat 187 unit SMA, SMK terdapat 354 unit, dan MA terdapat 108 unit, dengan begitu semakin menjadi tantangan besar bagi lembaga Pendidikan SMK di Daerah Kabupaten Bogor.

Instansi Pendidikan khususnya tingkat SMK harus memiliki strategi pemasaran tersendiri, membahas mengenai strategi tentu sangat penting karena strategi pemasaran adalah suatu cara yang dilakukan sekolah dalam rangka memasarkan lembaga pendidikan agar dikenal oleh masyarakat guna meningkatkan mutu sekolah dan menarik peserta didik untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut, sebagaimana Sekolah SMK 98 Ciawi, lembaga pendidikan tersebut harus melakukan strategi pemasaran yang tepat di situasi banyaknya sekolah yang berdiri agar lembaga pendidikan semakin bertahan dan berkembang.

Ekstrakurikuler yang merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan di beberapa instansi begitupun sekolah baik dari tingkat PAUD sampai tingkat SMK. Ekstrakurikuler adalah media agar berkembangnya peserta didik untuk menggali kemampuannya dan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh peserta didik dalam bidang akademik maupun pembinaan karakter. Kegiatan ekstrakurikuler adalah kegiatan yang mewadahi kemampuan serta kebebasan dalam mengekspresikan kemampuan, wawasan dan potensi yang dimiliki siswa/i pada kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah SMK 98. Tentunya setiap sekolah memiliki aturan yang berbeda, sekolah memiliki aturan mana ekstrakurikuler yang wajib dan tidak wajib. Kegiatan ekstrakurikuler wajib adalah ekstrakurikuler yang harus diikuti oleh seluruh peserta didik. Adapun ekstrakurikuler yang tidak wajib ialah ekstrakurikuler yang diikuti oleh siswa/i yang memiliki niat untuk mengikuti ekstrakurikuler yang diminatinya. Adapun beberapa ekstrakurikuler yang ada di sekolah yaitu: Pramuka, Osis, Paskibra, Palang Merah Remaja, Olahraga, Beladiri, Marching Band, Seni Musik, Keagamaan.

Melihat dari kegiatan ekstrakurikuler adalah sangat penting membentuk karakter yakni, menjadikan peserta didik aktif dalam mengikuti pelaksanaan ekstrakurikuler dan mampu mengekspresikan karakter serta kemampuan dalam menjadi sifat yang terpuji sehingga siswa mampu berkomitmen akan memaksimalkan waktunya dalam hal-hal yang lebih positif dibandingkan dengan diluar sekolah, juga mengajarkan kerja sama tim, melatih skill komunikasi dan koordinasi pada peserta didik SMK 98 Ciawi.

Dengan teknologi yang semakin canggih dan seiring berkembangnya zaman, maka strategi pemasaran juga kurang efektif apabila hanya melalui sistem offline. Pada SMK 98 yang sudah mencoba menggunakan strategi pemasaran dengan sistem online tetapi ada beberapa hal yang belum bisa dijalankan seperti kurangnya pengenalan

langsung maupun tidak langsung mengenai pendaftaran online, dan juga para staff di SMK 98 belum bisa maksimal dalam menjalani sistem pendaftaran online.

SMK 98 Ciawi merupakan lembaga pendidikan swasta di Kabupaten Bogor yang berada di bawah naungan Yayasan Pembina Lembaga SMK 98 Ciawi yang beralamat di Banjar Sari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor Jawa Barat. Pendidikan yang ditawarkan SMK 98 Ciawi sesuai dengan kebutuhan masyarakat masa kini yaitu pendidikan umum dan pendidikan agama yang seimbang. Sehingga keberadaan SMK 98 Ciawi mudah diterima oleh masyarakat. Pada tahun ini SMK 98 Ciawi menargetkan 60 siswa, tentunya jika seperti itu lembaga pendidikan tersebut harus memiliki strategi pemasaran yang menarik dan berbeda dengan lembaga pendidikan yang lain serta meningkatkan kualitas para tenaga kependidikan dan menambahkan sarana prasarana sekolah agar menarik siswa yang akan mendaftar. Bisa dilihat pada data berikut :

Tabel 1.1 Data Jumlah Siswa SMK 98 Ciawi Periode 2019-2024

No	Tahun Pelajaran	Kelas			Jumlah Siswa
		X	XI	XII	
1	2019-2020	29	17	26	72
2	2020-2021	23	29	17	69
3	2021-2022	30	23	29	82
4	2022-2023	35	22	27	84
5	2023-2024	7	35	22	64

Sumber : SMK 98 Ciawi Tahun 2024

Pada tabel 1.1 terdapat jumlah siswa SMK 98 Ciawi Pada Tahun 2019-2020 terdapat 72 siswa kemudian mengalami penurunan sebesar 5% pada tahun 2020-2021 kemudian mengalami kenaikan sebesar 21% kemudian pada tahun 2021-2022 dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2022-2023 sebesar 2% dan kemudian pada tahun 2023-2024 mengalami penurunan sebesar 24%.

Dalam uraian di atas jumlah siswa setiap tahunnya mengalami kenaikan serta penurunan dengan berbagai permasalahannya maka penelitian ini bermaksud untuk

mengkaji mengenai strategi pemasaran yang berjudul “ Analisis Strategi Pemasaran Pada SMK 98 Ciawi-Bogor”. Yang bertujuan penulis ingin menganalisis strategi yang bisa diterapkan oleh SMK 98 Ciawi dengan cukup baik juga dengan strategi yang dilakukan oleh SMK 98 Ciawi untuk bisa menghadapi perubahan yang sedang dialami saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Jumlah siswa-siswi SMK 98 Ciawi yang tidak stabil
2. Promosi sudah menggunakan sistem online, namun belum maksimal.
3. Era semakin canggih banyak sekali masyarakat yang memilih untuk mendaftar sekolah melalui online, dengan ini sekolah kurangnya sarana pendaftaran melalui online
4. Kurangnya pengetahuan tentang kekurangan, kelebihan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh SMK 98 Ciawi

1.3 Pembatasan Masalah

Melihat permasalahan diatas, maka penulis membatasi penelitian ini pada alternatif strategi pemasaran di SMK 98 Ciawi di Banjar Sari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor Jawa Barat. Penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai dengan Agustus 2024. Pemilihan lokasi ini dikarenakan lokasi tersebut dapat dijangkau oleh peneliti dengan sangat baik, dengan demikian dapat dengan mudah mengumpulkan informasi terkait Strategi Pemasaran di SMK 98 Ciawi.

1.4 Perumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh SMK98 Ciawi?
2. Faktor apa saja yang menjadi peluang dan ancaman apa yang dihadapi oleh SMK98 Ciawi?
3. Bagaimana bentuk Strategi Pemasaran berdasarkan bauran pemasaran di oleh SMK98 Ciawi?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh SMK 98 Ciawi.
2. Mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh SMK 98 Ciawi.
3. Menganalisis alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh SMK 98 Ciawi dengan menggunakan analisis SWOT

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dengan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan bahan masukan yang dapat dijadikan saran dan informasi yang berguna bagi SMK 98 Ciawi.

2. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis dapat menjadikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai strategi pemasaran.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber bacaan dalam memperkaya ilmu dan menjadi bahan referensi atau masukan bagi penelitian di masa yang akan datang.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman, maka penulis membaginya kedalam lima bab. Adapun pokok yang dibahas pada bab tersebut dikemukakan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dari definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir serta beberapa literatur yang relevan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas dan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan dan menguraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran yang bermanfaat bagi pihak terkait (sekolah).

DAFTAR PUSAKA

Pada bab ini berisikan tentang berbagai buku dan jurnal yang untuk digunakan dalam penelitian.