

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan di Indonesia merupakan satu dari beberapa aspek esensial dalam pembangunan nasional. Sejak kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, pemerintah telah berkomitmen untuk memajukan sistem pendidikan nasional. Hal ini sesuai dengan Pembukaan UUD 1945 yang menjelaskan bahwa salah satu tujuan nasional ialah mencerdaskan kehidupan bangsa guna menjadi fondasi baru dalam melindungi dan memajukan kesejahteraan bangsa. Hal ini jelaskan kembali dalam UU No.2 tahun 1989 yang menegaskan bahwa untuk meningkatkan kualitas hidup bangsa dan memajukan individu Indonesia secara keseluruhan diperlukan rakyat Indonesia yang beriman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha esa serta memiliki sikap dan perilaku yang baik. Selain itu, individu tersebut harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai, kesehatan fisik dan mental yang baik, kepribadian yang kuat dan mandiri, serta tanggung jawab sosial dan jiwa nasionalis yang kuat.

Pendidikan yang baik dapat menciptakan generasi yang cerdas dan kreatif, serta mampu bersaing di kancah global. Tuntutan agar meningkatnya pendidikan ini menjadi lebih tinggi karena saat ini, peran sumber daya manusia semakin penting bagi kesuksesan sebuah organisasi. Pendidikan sendiri dijelaskan dalam *Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003* tentang Sistem Pendidikan Nasional (Indonesia) yang memberikan penjelasan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Dalam pelaksanaan kegiatan pendidikan tersebut telah ditetapkan tujuan pendidikan nasional (Ghafar et al. 2020).

Menurut Ki Hajar Dewantara pendidikan merupakan panduan kehidupan dan perkembangan anak-anak. Tujuannya untuk membimbing seluruh potensi

alami yang dimiliki anak-anak agar mereka dapat tumbuh menjadi manusia yang bertanggung jawab. Pendidikan menuntut mereka untuk menjadi anggota masyarakat yang mampu mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang paling tinggi. Salah satu ide dalam dunia pendidikan yang sering diajarkan di institusi pendidikan adalah ketika guru menggambarkan pendidikan sebagai dukungan yang diberikan oleh pendidik untuk membantu siswa mencapai kedewasaan. Di sini, kedewasaan mengacu pada kemampuan untuk membuat keputusan sendiri, bertanggung jawab atas tindakan dan perilaku, serta menetapkan pilihan secara mandiri, yang menunjukkan bahwa kegiatan pendidik akan berhenti apabila peserta didik telah mencapai kedewasaan tertentu (Tarigan et al. 2022)

Pendidikan di Indonesia menyediakan sarana bagi peserta didik untuk mengembangkan potensi diri melalui berbagai proses pendidikan. Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, terdapat tiga jalur pendidikan yang disebutkan, yaitu jalur formal, nonformal, dan informal. Pelaksanaan pendidikan yang merupakan proses pengembangan potensi dan kemampuan manusia melalui pembelajaran, sementara itu lembaga pendidikan sebagai institusi yang didirikan pemerintah untuk memberikan pendidikan kepada masyarakat melalui serangkaian perencanaan. Perencanaan dalam lembaga pendidikan tersebut harus sesuai dengan serangkaian pedoman dalam pengelolaan sekolah (M. Rifa'i 2019)

Lembaga pendidikan mencakup baik yang tertulis maupun tidak tertulis, termasuk perlengkapan materi dan organisasi simbolik, serta kelompok manusia yang terdiri dari individu-individu yang dibentuk sengaja atau tidak untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini, kepala sekolah yang berfungsi sebagai manajer, pimpinan, pendidik, pengawas dan motivator bagi guru-guru dalam proses kependidikan. Lembaga pendidikan dengan model seperti ini dapat ditemukan di berbagai tempat, seperti masjid, sekolah, dan sebagainya. (Marpaung 2021b)

Sekolah sebagai lembaga pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan perguruan tinggi Sekolah merupakan tempat diadakannya kegiatan ajar mengajar, dilaksanakan oleh berbagai pihak seperti kepala sekolah, guru, staff dan siswa. Kepala sekolah, guru dan para staff merupakan pihak yang mengelola sekolah, dan peserta didik dapat dikatakan sebagai konsumen dalam lembaga pendidikan tersebut. Dalam proses pengelolaan tersebut ada proses rekrutmen peserta didik yang dipimpin oleh kepala sekolah sebagai pembina dalam serangkaian proses pembelajaran. (Marpaung 2022)

Sekolah sebagai organisasi *nonprofit* yang bergerak pada bidang jasa pendidikan akan berlomba-lomba mempertahankan dan meningkatkan citra yang telah mereka miliki terhadap masyarakat, terutama pada saat penerimaan siswa baru. Hal ini menuntut sekolah agar dapat menyampaikan keunggulannya sehingga menimbulkan impresi yang baik dari masyarakat. Di era informasi digital yang selalu meningkat dari masa ke masa, sekolah sebagai lembaga pendidikan akan terus memacu kualitas serta inovasi yang mereka miliki agar dapat dilihat oleh calon konsumen. Meskipun kualitas suatu sekolah sangat baik, jika tidak dipromosikan dengan cara yang sesuai maka dapat memengaruhi jumlah siswa yang mendaftar di sekolah tersebut

Terlihat bahwa persaingan di dunia pendidikan sangat kompetitif, karena semakin banyaknya jumlah sekolah yang menawarkan keunggulan masing-masing setiap tahunnya, siklus ini merupakan hal yang pertama dilakukan dalam proses daur kehidupan produk. Akibatnya, wali dari peserta didik menjadi semakin kritis dalam memilih lembaga pendidikan terbaik bagi anak mereka. Satu di antara cara untuk menampilkan diri diantara persaingan ini adalah dengan mempromosikan sekolah secara efektif sehingga masyarakat dapat menerima informasi dengan baik tentang sekolah tersebut. (M. Rifa'i 2020)

Promosi lembaga pendidikan dapat dilakukan melalui beragam cara, tujuannya untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan kepada calon siswa terkait sekolah dapat diterima dengan jelas dan meyakinkan, sehingga promosi

yang dilakukan harus disampaikan dengan cara yang inovatif, mengundang minat, dan akurat. Proses promosi tentunya akan mengimplementasikan proses manajemen, yang pada umumnya kita kenal dengan *POAC* (*planning, organizing, actuating, dan controlling*)(C. W. Rifa'i and Wijaya 2016) .

Pemanfaatan kemajuan teknologi digital dengan efektif untuk mempromosikan sekolah dapat dilakukan dengan menggunakan strategi *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan suatu tren dalam mempromosikan produk atau dengan menggunakan media digital, sekolah dapat mencapai target pasar secara lebih luas, tanpa batasan waktu dan lokasi. Dengan mengimplementasikan strategi promosi sekolah berbasis *digital marketing* akan meningkatkan efisiensi daripada menggunakan cara tradisional. Nur Sobihatul dkk dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa proses promosi secara *digital* ini akan mempermudah masyarakat dan calon peserta didik untuk melakukan akses informasi terhadap sekolah yang diinginkan. Perubahan dari cara tradisional menuju digital merupakan proses perubahan guna mengatasi krisis yang akan dihadapi sekolah di masa sekarang dan dimasa mendatang (M. Rifa'i, Ananda, and Fadhli 2018).

Promosi berbasis *digital marketing* ini dapat dikatakan berawal dari tren di sektor bisnis, bukan pendidikan, kemudian mulai merambat ke dunia pendidikan. Meskipun promosi sekolah melalui digital marketing bukan faktor utama dalam keputusan calon siswa dalam memilih sekolah, namun penting bagi sekolah untuk menyediakan layanan pendidikan yang berkualitas, termasuk produk unggulan, fasilitas yang memadai, dan lingkungan sekolah yang mendukung kebutuhan siswa. Meskipun begitu, strategi promosi sekolah berbasis digital marketing dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan promosi sekolah dan memberikan kesan positif kepada calon siswa potensial, yang mungkin mendorong mereka untuk memilih layanan pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah tersebut.

Kegiatan pra-observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 9 Maret 2022, peneliti mengetahui bahwa SMP IT Nurul Ilmi Medan merupakan satu diantara sekolah yang mulai memanfaatkan promosi berbasis *digital marketing* di era *digital* saat ini. SMP IT Nurul Ilmi Medan melakukan promosi sekolah melalui *digital marketing* sejak tahun 2016. Kegiatan promosi ini dilakukan dengan cara memaparkan benefit yang akan didapatkan jika memasuki sekolah tersebut dengan cara pemanfaatan media sosial yang dapat dikategorikan sebagai interaksi dari *digital marketing*. Promosi berbasis *digital marketing* ini memberikan peran penjagaan dan perluasan citra yang baik serta dapat meningkatkan ketertarikan calon peserta didik di SMP IT Nurul Ilmi Medan yang masih dapat dikategorikan sebagai sekolah yang baru karena pertama kali mendapat surat keterangan izin operasional pada tahun 2015 dan masih dalam kategori pesaing dengan institusi pesaing lainnya.

Berdasarkan situasi tersebut, tujuan dari riset ini adalah untuk menjelaskan bagaimana SMP IT Nurul Ilmi Medan melakukan promosi sekolah dan memberikan gambaran tentang proses tersebut. Kegiatan tersebut merupakan promosi berbasis *digital marketing*. Penelitian ini menunjukkan kegiatan *digital marketing* bukan cuma penting dalam lingkup bisnis yang mengincar keuntungan, melainkan juga bermanfaat dalam konteks pendidikan untuk meningkatkan dan menjaga reputasi suatu sekolah.

Berdasarkan pra-observasi yang dilakukan pada tanggal 9 Maret 2022, melalui proses wawancara, penulis menemukan beberapa indikasi di SMPT IT Nurul Ilmi. SMP IT Nurul Ilmi Medan, berdiri sejak tahun 2015 dan masih dapat dikatakan sebagai “sekolah baru” di Kota Medan, sehingga sangat dibutuhkan promosi agar target peserta didik SMP IT Nurul Ilmi Medan dapat terpenuhi. Strategi promosi seperti *sales promotion* dan *event marketing* yang diadakan oleh SMP IT Nurul Ilmi masih belum mencapai target jumlah calon peserta didik yang mendaftar. Koordinator Bidang Humas masih menggunakan metode *multitasking*, sehingga diperlukan peningkatan keterampilan sehingga mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi,

1.2 Fokus Masalah

Supaya dapat terhindar dari kesalahpahaman dari pembaca terkait judul dalam penelitian ini, maka penelitian “Promosi Sekolah Berbasis *Digital Marketing* Di SMP IT Nurul Ilmi Medan” mengerucutkan pembahasan *Digital Marketing* tersebut pada media sosial resmi SMP IT Nurul Ilmi Medan yaitu Instagram, Facebook dan Youtube.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas, sehingga dapat ditetapkan rumusan masalah, diantaranya:

1. Bagaimana penerapan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP IT Nurul Ilmi Medan?
2. Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP IT Nurul Ilmi Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang terdapat diatas, maka penulis dapat merumuskan diantaranya :

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat diatas, maka penulis merumuskan tujuan penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui penerapan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP IT Nurul Ilmi Medan.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor yang mendukung dan menghambat dalam pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP IT Nurul Ilmi Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Harapannya, hasil penelitian ini dapat kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dengan meningkatkan pemahaman dan menyediakan informasi mengenai promosi sekolah melalui *digital marketing*.

b. Secara Praktis

1) Temuan dari riset ini dapat digunakan untuk bahan penilaian dalam implementasi promosi sekolah berbasis digital marketing di SMP IT Nurul Ilmi Medan.

2) Temuan dari riset ini bisa menjadi pertimbangan, petunjuk, sumber informasi yang valid untuk perkembangan serta meningkatkan promosi sekolah di SMP IT Nurul Ilmi Medan.

3) Temuan dari riset ini dapat memberikan wawasan tambahan kepada peneliti melalui pengamatan terkait pelaksanaan promosi sekolah berbasis *digital marketing* di SMP IT Nurul Ilmi Medan.

4) Sebagai satu diantara beberapa syarat dalam menyelesaikan program studi Manajemen Pendidikan Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN