

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pendidikan adalah salah satu hal yang tak akan terlepas dalam kehidupan ini. Selain itu, pendidikan juga merupakan pembelajaran pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya yang disalurkan melalui pengajaran, pelatihan atau penelitian. Manusia pastilah sangat membutuhkan pendidikan agar dapat mengembangkan keterampilan, kemampuan serta mempertajam pengetahuan yang dimiliki untuk mampu bersaing di zaman era global sekarang ini.

Perkembangan dunia pendidikan di Indonesia sendiri telah mengalami banyak perkembangan yang cukup baik. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi perkembangan pendidikan sebagai lembaga yang menyediakan jasa yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Yang dimaksud dengan faktor internal yaitu faktor yang dipengaruhi oleh penyedia/pelaku jasa, sedangkan faktor eksternal yaitu sebuah faktor yang tidak dapat dikontrol dan akan langsung memberikan dampak dari hasil jasa yang telah ditawarkan.

Salah satu jalur untuk memperoleh pendidikan yaitu dengan bersekolah. Sekolah adalah sebuah lembaga pendidikan nirlaba yang bergerak di bidang jasa pendidikan. Di kota Medan sendiri telah banyak berdiri sekolah-sekolah yang berkualitas baik, sekolah negeri maupun sekolah bertaraf internasional. Sekolah-sekolah ini selalu menawarkan sistem pendidikan dan fasilitas-fasilitas yang

berkualitas untuk para calon siswa-siswi. Hal tersebut pula yang menimbulkan semakin ketatnya persaingan antar sekolah untuk dapat menarik para calon siswa-siswi.

Selain hal di atas, globalisasi juga memiliki dampak yang besar bagi perubahan pendidikan baik secara sistem maupun kurikulum yang diajarkan. Akibat dari globalisasi itu mengakibatkan adanya kompetisi persaingan didalam dunia pendidikan karena kemajuan teknologi dan informasi.

Salah satu sekolah swasta di kota Medan, Perguruan Buddhis Bodhicitta merupakan sekolah yang berdedikasi tinggi terhadap pembangunan manusia yang utuh secara rohani, jasmani dan intelektualitas nalar. Perguruan Buddhis Bodhicitta ini dinaungi oleh Yayasan Buddhis Bodhicitta yang sejak awal terbentuk bertujuan untuk mewadahi kegiatan-kegiatan sosial dan kerohanian Buddhis. Pendirian Perguruan ini sendiri diawali pada tahun 1998 dan mulai beroperasi secara resmi pada bulan Juli 2001.

Mengenai strategi pemasaran jasa yang digunakan oleh Perguruan Buddhis Bodhicitta, khususnya sekolah menengah atas yaitu dengan cara membagikan brosur ke beberapa daerah yang memang sesuai dengan customer segmen yang dituju seperti di daerah Medan Denai, Medan Area, Medan Tembung dan Medan Kota. Selain membagikan brosur, Perguruan Buddhis Bodhicitta juga memasang *billboard* di sekitar daerah tersebut dan di beberapa titik yang cukup strategis. Media sosial juga dimanfaatkan oleh Perguruan Buddhis Bodhicitta dalam memperkenalkan/mempromosikan Perguruan Buddhis Bodhicitta ke masyarakat, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Line* dan *Website*. *Website* ini baru dibentuk dan

kurang diperhatikan oleh pihak Perguruan Buddhis Bodhicitta. *Word of Mouth* (*WOM*) berperan besar pula dalam kontribusi menarik calon siswa ke Perguruan Buddhis Bodhicitta, bisa melalui peran relasi-relasi orang tua murid dan bisa pula dari murid itu sendiri yang mempromosikan sekolahnya. Selain hal-hal di atas, Perguruan Buddhis Bodhicitta juga melakukan *event* (kegiatan) perlombaan, baik yang diselenggarakan oleh Perguruan Buddhis Bodhicitta maupun kegiatan yang diikuti diluar Perguruan Buddhis Bodhicitta setiap tahun.

Berikut posisi jumlah siswa dan kelas Perguruan Buddhis Bodhicitta untuk tahun 2014 sampai dengan 2017 ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Siswa SMAS Perguruan Buddhis Bodhicitta tahun 2014 - 2017.

Tahun Ajaran	Jumlah Kelas	Jumlah Siswa
2014/2015	8 kelas	338 siswa
2015/2016	9 kelas	395 siswa
2016/2017	9 kelas	403 siswa
2017/2018	11 kelas	450 siswa
TOTAL		1586 SISWA

Sumber: Perguruan Buddhis Bodhicitta

Dengan melihat hal-hal diatas, Sekolah Menengah Atas Swasta Perguruan Buddhis Bodhicitta harus menyusun strategi pemasaran jasa pendidikan yang tepat agar dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualan yang signifikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut: Variabel apa yang paling dominan dari bauran pemasaran yang mempengaruhi penerimaan jumlah siswa di Sekolah Menengah Atas Swasta Perguruan Buddhis Bodhcitta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini, yaitu: Untuk mengetahui variabel yang dominan dari bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap penerimaan jumlah siswa di Sekolah Menengah Atas Swasta Perguruan Buddhis Bodhicitta.

1.4 Manfaat Pelaksanaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Sebagai bahan masukan bagi pengelola Sekolah Menengah Atas Swasta Perguruan Buddhis Bodhicitta dalam merumuskan strategi pemasaran jasa yang tepat untuk meningkatkan penerimaan siswa-siswi.
2. Sebagai bahan acuan bagi peneliti lainnya yang sesuai dengan topik penelitian ini.
3. Sebagai projek dalam menerapkan hasil pembelajaran selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Pemasaran International yang khususnya dalam topik bauran pemasaran jasa dan studi riset.
4. Sebagai informasi bagi masyarakat luas bagaimana sebuah sekolah dalam mempromosikan dan mempertahankan nama sekolah.

1.5 Batasan dan Ruang Lingkup Masalah Penelitian

Batasan dan ruang lingkup masalah penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu:

1. Peneliti akan melakukan penelitian di Sekolah Menengah Atas Swasta Perguruan Buddhis Bodhicitta yang berlokasi di Jalan Selam No. 44-59, Tegal Sari Mandala I, Medan Denai, Medan, Sumatera Utara.
2. Penelitian akan dilakukan terhadap siswa-siswi pada tahun 2017/2018 yang telah memilih SMAS Perguruan Buddhis Bodhicitta sebagai pilihannya.
3. Penelitian hanya akan berfokus pada pembahasan bauran pemasaran jasa pendidikan yang terdiri dari 6P yaitu, *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, dan *physical evidence*.