

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga pendidikan anak usia dini adalah suatu lembaga yang memberikan layanan pengasuhan, pendidikan dan pengembangan bagi anak lahir sampai enam tahun atau enam sampai delapan tahun, baik yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah dan non pemerintah.¹ Lembaga pendidikan anak usia dini dapat diselenggarakan melalui jalur pendidikan formal, nonformal, dan informal. Lembaga pendidikan anak usia dini pada jalur formal berbentuk Taman Kanak-kanak (TK), Raudhatul Athfal (RA), pada jalur nonformal berbentuk Kelompok Bermain (KB), Taman Penitipan Anak (TPA), pada jalur informal berbentuk pendidikan keluarga atau pendidikan yang diselenggarakan oleh lingkungan.² Lembaga pendidikan anak usia dini di Indonesia memang memiliki banyak jenis, sedangkan di negara-negara yang lain hanya di bedakan menjadi 2 jenis saja yaitu *Kindergarten* dan *Day Care*.

Lembaga pendidikan anak usia dini memiliki fungsi yang sangat penting untuk perkembangan anak usia dini, dengan adanya lembaga pendidikan anak usia dini akan membantu para orang tua dalam membimbing anak-anaknya seperti mengenalkan anak dengan lingkungan sekitar, menumbuhkan sikap dan perilaku yang baik, mengenalkan

¹ Yuliani N. Sujiono, *Konsep Dasar Pendidikan Anak Usia Dini*,(Jakarta: PT Indeks Permata Puri Media, 2012), Cet. 5, hlm. 15

² Suyadi, *Psikologi Belajar PAUD*,(Yogyakarta: PT Pustaka Insan Madania,2010), Cet. 1, hlm. 9

peraturan dan menanamkan disiplin, mengembangkan kemampuan yang dimiliki anak dan lain sebagainya.³ Secara garis besar tujuan lembaga pendidikan anak usia dini adalah untuk mengembangkan berbagai potensi anak sejak dini sebagai persiapan untuk hidup dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya.⁴ Dilihat dari fungsi dan tujuan lembaga pendidikan dapat disimpulkan bahwasannya begitu pentingnya pendidikan sejak usia dini.

Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) merupakan salah satu lembaga pendidikan anak usia dini yang memiliki peran yang sangat penting untuk mengembangkan dan membentuk kepribadian anak sejak dini karena pada masa tersebut anak sangat mudah dan cepat dalam menerima semua stimulus yang ada, oleh karena itu pada masa ini setiap aspek perkembangan dapat dikembangkan dengan sangat optimal sehingga mencapai keberhasilan pendidikan yang lebih baik. Mengetahui akan pentingnya hal tersebut, maka diperlukan layanan pendidikan sejak dini. Pendidikan bagi anak usia dini merupakan salah satu penyelenggaraan pendidikan yang fokus pada pertumbuhan dan perkembangan fisik, sosio emosional, bahasa, dan agama.

Perkembangan lembaga-lembaga pendidikan anak usia dini mengalami peningkatan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Lembaga pendidikan anak usia dini sekarang tidak hanya di perkotaan saja akan tetapi sudah merambah ke daerah-daerah pedesaan bahkan dalam 1 desa bisa ada

³ Sabil Risaldi, *Manajemen Pengelolaan Sekolah Usia Dini*, (Jakarta: PT Luxima Metro Media, 2015), Cet. 2 Hlm. 6

⁴ Suyadi, *Op. Cit*, hlm. 12

beberapa lembaga pendidikan untuk anak usia dini, hal tersebut mengakibatkan adanya persaingan antar lembaga untuk mendapatkan peserta didik. Maka dari itu untuk menjaga agar lembaga tersebut tetap diminati oleh masyarakat, lembaga tersebut harus memiliki program sekolah yang bagus dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat, untuk menunjukkan program dan kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah tersebut maka sekolah harus mempromosikan/ memasarkan sekolah tersebut ke masyarakat sekitar maupun masyarakat luas.

Pemasaran pada saat ini bukan hanya dilakukan oleh perusahaan dalam hal memasarkan produk-produk yang dimilikinya, akan tetapi juga perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan memerlukan suatu pemasaran untuk memenangkan kompetisi diantara lembaga pendidikan yang lain. Apabila pemasaran tersebut terus menerus dilakukan maka lembaga pendidikan tersebut akan di kenal dan dipahami oleh masyarakat di sekitar sekolah tersebut maupun di masyarakat luas, sehingga akan lebih mudah dalam mendapatkan peserta didik baru. Pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan di perlukan untuk menunjukkan keunggulan yang di miliki oleh suatu lembaga tersebut agar tidak di tinggalkan oleh pelanggan jasa pendidikan. Agar lembaga pendidikan tersebut tidak di tinggalkan oleh pelanggan jasa maka lembaga tersebut harus memiliki cara untuk membuat pelanggan jasa tetap mempercayai lembaga tersebut, salah satu caranya adalah lembaga pendidikan harus menawarkan produk yang sesuai dengan apa yang di

butuhkan oleh masyarakat terutama masyarakat yang berada di lingkungan lembaga tersebut, hal tersebut dilakukan melalui pengelolaan pemasaran jasa pendidikan. Lembaga pendidikan anak usia dini saling bersaing dan berusaha menarik perhatian masyarakat dengan menawarkan keunggulan yang dimiliki oleh lembaga tersebut. Semakin kuat nilai perbedaan, kian baik bagi perusahaan atau lembaga. Dalam menemukan perbedaan dibutuhkan kejelian, kecermatan, dan kreativitas tinggi.⁵ Dari hal tersebut dapat difahami bahwasannya untuk mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat luas suatu lembaga pendidikan tidak dapat mengelola lembaga tersebut dengan cara tradisional namun memerlukan kemampuan khusus sehingga *output* pendidikan memiliki daya saing tinggi dan sesuai dengan di harapkan .

Untuk memenangkan kompetisi sehingga dapat bertahan dan diterima oleh masyarakat diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan yang ingin dicapai. Strategi pemasaran harus didasarkan pada analisis internal sekolah dan disesuaikan dengan perubahan yang ada. Dalam dunia bisnis, apabila konsumen tidak merasa puas dengan layanan yang telah diberikan, maka pemasaran yang telah dilakukan tersebut dinyatakan tidak berhasil (gagal). Bahkan bukan hanya tidak berhasil akan tetapi akan kehilangan pelanggan. Begitu juga dengan lembaga pendidikan, suatu lembaga pendidikan harus memberikan layanan

⁵ Jamal Ma'mur A, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah* (Yogyakarta:DIVA Press, 2015) Cet 1, hlm117

yang memuaskan kepada masyarakat, sebelum memberikan pelayanan yang memuaskan untuk masyarakat pihak lembaga tersebut harus membina hubungan yang baik antar karyawan (pendidik). Dengan demikian akan terjalin suatu kerjasama yang baik untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan (masyarakat).

Dengan demikian jelas bahwasannya strategi pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan untuk memberikan kepuasan pada masyarakat. Pemberian kepuasan secara terus menerus dan berkesinambungan mengindikasikan adanya proses layanan yang harus selalu melakukan inovasi dan pengembangan, karena kepuasan *stakeholder* merupakan proses yang selalu berubah.⁶ Maka dari itu setiap lembaga pendidikan harus melakukan strategi pemasaran baik dengan cara langsung ataupun lewat media sosial dengan mencantumkan berbagai macam keunggulan yang dimiliki lembaga tersebut.

Semakin bertambahnya jumlah lembaga pendidikan khususnya lembaga pendidikan anak usia dini, hampir di setiap desa memiliki lembaga pendidikan anak usia dini bahkan sekarang dalam 1 desa ada beberapa lembaga pendidikan anak usia dini seperti halnya di desa telang saat ini ada 4 lembaga pendidikan anak usia dini meliputi KB, TK, dan RA yang sudah terdaftar atau sudah memiliki NPSN.⁷ Semakin banyaknya lembaga dalam satu Desa mengakibatkan adanya persaingan untuk

⁶ Muhaimin dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hlm. 98

⁷ Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan (PDSPK) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Referensi.data.kemdikbud.go.id)

mendapatkan peserta didik baru. Setiap lembaga pendidikan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang layak, baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat. Seperti yang telah di paparkan di atas bahwasannya perlunya melakukan strategi pemasaran untuk mengenalkan lembaga pendidikan anak usia dini di lingkungan masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Strategi pemasaran dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan baik lembaga yang sudah lama didirikan maupun lembaga yang masih baru didirikan.

PAUD Al- Masduqie adalah sebuah lembaga pendidikan untuk anak usia dini yang baru saja didirikan pada bulan Juni tahun 2018, beralamatkan di Jl. Drs. KH. Masduqie Fadly No. 1-2 Telang-Kamal Bangkalan. PAUD Al-Masduqie bertujuan untuk menjadi lembaga pendidikan yang berkualitas dalam mencetak generasi masa depan yang berilmu dan berakhlakul karimah serta siap guna dan berperan dalam *iqomatuddin*. PAUD Al-Masduqie berada di bawah naungan pondok pesantren Al-Masduqi yang mayoritas santrinya adalah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura, karena lokasi Pondok Pesantren Al-Masduqie tidak jauh dari Universitas Trunojoyo Madura kurang lebih berjarak 1,2 Km. Letak Gedung PAUD Al-Masduqie berdampingan dengan Gedung Pondok Pesantren Al-Masduqie, karena masih baru didirikan PAUD Al-Masduqie memiliki satu ruang kelas yang luas sekali dan didalamnya sudah dilengkapi fasilitas-fasilitas seperti ruang kelas ber-AC, *playground in door*, *rest room*, *reading corner*, penggunaan

multimedia dan UKS. PAUD Al-Masduqie juga sudah menyiapkan berbagai program diantaranya penanaman aqidah, pembiasaan ibadah dan dzikir, makan sehat dan bergizi, kurikulum *fullday school*, pemeriksaan kesehatan secara berkala, lingkungan bersih dan nyaman, melatih kemandirian anak, menghafal surat-surat pendek dan do'a sehari-hari. PAUD Al- Masduqie menggunakan kurikulum *fullday school* dengan penerapan kurikulum tersebut sangat membantu bagi dosen dan orang tua yang bekerja karena, kurikulum *fullday school* adalah sekolah sepanjang hari atau proses belajar mengajar yang dilakukan mulai pukul 06.45-15.00 dengan durasi istirahat setiap dua jam sekali.⁸ Selain belajar pengetahuan umum di PAUD Al-Masduqie juga mengajarkan ibadah amaliyah, karena notabennya PAUD Al-Masduqie memang dibawah naungan pondok pesantren.

Berdasarkan hasil wawancara dengan guru kelas PAUD Al-Masduqie Ibu Yuliatin, S. Pd pada awal pendaftaran di buka tepatnya pada bulan Juni tahun 2018 hanya ada 5 peserta didik baru, akan tetapi dilihat dari 6 bulan ini terhitung dari bulan Juni sampai bulan November 2018, terdapat peningkatan jumlah peserta didik yang awalnya adalah berjumlah 6 peserta didik saja. Pada bulan November tahun 2018 jumlah peserta didik semakin bertambah menjadi 16 peserta didik. Peserta didik yang bersekolah di PAUD AL-Masduqie adalah masyarakat sekitar dan ada juga yang berasal dari desa lain dikarenakan orang tuanya bekerja di

⁸ Baharuddin, *Pendidikan dan Psikologi Perkembangan*, (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2017) hlm. 227

Universitas Trunojoyo Madura. Minat peserta didik yang semakin meningkat membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PAUD Al- Masduqie Telang, Kamal Bangkalan. Berdasarkan keunikan yang dimiliki PAUD Al- Masduqie Telang, Kamal Bangkalan tentu saja tidak terlepas dari strategi pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini yang di terapkan PAUD Al- Masduqie Telang, Kamal Bangkalan. Peningkatan jumlah peserta didik yang terjadi dalam selang beberapa bulan tersebut mengindikasikan bahwasannya pelanggan merasa puas dengan layanan yang di berikan oleh PAUD Al- Masduqie Telang, Kamal Bangkalan oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui lebih mendalam terkait strategi pemasaran yang di lakukan PAUD Al- Masduqie.

Berdasarkan uraian di atas, muncul ketertarikan peneliti untuk meneliti tentang “ Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini di PAUD Al-Masduqie.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, agar peneliti lebih terarah dan terencana, maka penelitian ini difokuskan untuk meneliti strategi pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini. Sub fokus pada penelitian ini yaitu:

1. Penerapan strategi pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini di PAUD Al-Masduqie.
2. Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat strategi pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini di PAUD Al-Masduqie.

C. Rumusan Masalah

Penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini di PAUD Al-Masduqie memiliki sub fokus sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan strategi pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini di PAUD Al-Masduqie?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat strategi pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini di PAUD Al-Masduqie?

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini meliputi kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Rincian kegunaan tersebut yaitu:

1. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini, dapat dijadikan acuan bahwa pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini itu juga sangat penting untuk di lakukan. Penelitian dapat digunakan sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi guna menciptakan peningkatan kemampuan pemahaman mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

a. Guru

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan untuk menarik minat masyarakat agar menyekolahkan anaknya di PAUD AL-Masduqie, dan dapat menjadi perhatian bagi para pihak yang menjadi staf pengajar di lembaga tersebut untuk menegaskan bahwa pentingnya pendidikan anak usia dini di Desa Telang.

b. Orang Tua

Memberikan informasi kepada orang tua terutama yang memiliki anak usia 3-6 tahun yang akan memasuki jenjang pendidikan anak usia dini agar memilihkan sekolah yang memang cocok untuk anaknya.

c. Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi untuk mengembangkan wawasan dan keilmuan pada peneliti selanjutnya mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini yang baru didirikan, sehingga dapat melanjutkan penelitian berikutnya dengan kajian yang lebih kompleks.