

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak dapat terlepas dari pendidikan. Hal ini dikarenakan pendidikan mempunyai peranan dan kedudukan yang tinggi baik individu keluarga, masyarakat, bangsa dan negara. Apalagi pendidikan Pesantren yang dapat memberikan pendidikan dan bimbingan terhadap anak tentang Aqidah, Akhlak, tata susila dan hukum-hukum, sehingga mereka dapat memahami segala yang telah diatur oleh agama Islam dan mengamalkan ajaran Islam itu dengan sebaik-baiknya, serta menjadikannya pedoman hidupnya.

Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup kehidupan bangsa dan menjadi faktor pendukung yang memegang peranan penting di seluruh sektor kehidupan. Pembangunan pendidikan merupakan salah satu prioritas utama dalam agenda pembangunan nasional.

Pembangunan pendidikan sangat penting karena perannya yang signifikan dalam mencapai kemajuan di berbagai bidang kehidupan sosial, ekonomi, politik, dan budaya.

Manusia pasti membutuhkan pendidikan dalam kehidupannya. Pendidikan adalah usaha sadar terencana agar dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses pembelajaran yang efektif dan terinovasi guna meningkatkan kualitas diri dan menjadi manusia seutuhnya. Pendidikan menjadi sarana untuk mengembangkan pengetahuan, kemampuan yang dibutuhkan dalam memajukan negara, serta menghadapi persaingan global.

Dalam perkembangannya di lembaga pendidikan menghadapi berbagai kendala, seperti pesaing dari sesama pesantren yang menawarkan jasa pendidikan. Masyarakat muslim sendiri banyak yang belum peduli dengan pendidikan sekolah pesantren dan belum menganggap sebagai sarana penting bagi pendidikan agama untuk anak-anak mereka.

Para pengelola pesantren juga dituntut tidak hanya menyediakan produk dan jasa tetapi juga dituntut untuk menyusun strategi yang baik untuk bisa mengkomunikasikan produk dan jasanya sehingga bisa dikenal oleh masyarakat dan bisa diminati sesuai yang direncanakan.

Promosi adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk dapat memperkenalkan lembaga pendidikan, produk dan jasa kepada masyarakat umum. Dengan promosi masyarakat mengetahui dan memiliki minat untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan. Sebagaimana yang diketahui bahwa keberhasilan suatu lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan ditentukan oleh kegiatan pemasaran yang dilakukan, tidak terlepas dari kegiatan promosi yang dilakukan lembaga tersebut. Informasi-informasi tersebut berasal dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yang dikenal dengan *promotion mix* (bauran promosi) atau alat promosi. Efendi dan et. Al. (2015: 233).

Begitu pula yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru, pesantren telah melakukan berbagai macam kegiatan promosi untuk mempromosikan produk atau jasanya. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru seperti: periklanan melalui baliho, spanduk, brosur, melakukan kegiatan sosialisasi dan lain sebagainya.

Dari berbagai kegiatan ini, lembaga pendidikan harus bisa menentukan media apa yang cocok dan efektif sebagai alat untuk promosi, sehingga masyarakat tertarik untuk memilih Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru sebagai tempat belajar bagi anak-anak mereka, akan tetapi persoalannya yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Munawwarah masih belum jelas dan belum optimal.

Hasil prariset yang telah dilakukan, penulis memperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1: Bentuk Promosi yang Dilakukan Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru

Jenis Promosi	Kegiatan yang dilakukan
Periklanan (<i>Advertesing</i>)	Berbentuk media massa maupun media elektronik seperti Iklan yang di pasang melalui spanduk, brosur dan penyampaian langsung dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat setempat.

Sumber Data: Pondok Pesantren Al-Munawwarah, Pekanbaru Tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas kegiatan promosi yang dilakukan Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru tentu saja tidak lepas dari anggaran yang diperlukan. Berikut ini biaya promosi yang telah dikeluarkan Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru selama periode tahun 2013-2017 untuk mendukung minat siswa untuk memilih Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru sebagai sarana belajar.

Tabel 2: Biaya Promosi Periklanan yang Dikeluarkan Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru Selama Periode 2013-2017

Tahun	Biaya Promosi Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru			
	Brosur (Rp)	Spanduk (Rp)	Sosialisasi (Rp)	Jumlah(Rp)
2013	3.500.000	800.000	4.500.000	8.810.000
2014	3.000.000	1.200.000	5.100.000	10.050.000
2015	4.000.000	1.400.000	5.000.000	10.400.000
2016	4.700.000	900.000	2.550.000	8.160.000
2017	3.000.000	610.000	2.900.000	6.510.000

Sumber Data: Pondok Pesantren Al-Munawwarah, Pekanbaru Tahun 2017

Promosi yang dilakukan Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru untuk menarik minat siswa di dalam memilih sarana belajar berdampak positif hal ini terlihat selama periode tahun 2013-2017 jumlah siswa dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat pada data jumlah siswa dari tahun ke tahun selama periode tahun 2013-2017 dibawah ini.

Tabel 3: Jumlah Siswa MA dari tahun 2013-2017 Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru

No	Tahun	Jumlah Siswa
1	2013	161 Orang
2	2014	152 Orang
3	2015	231 Orang
4	2016	257 Orang
5	2017	324 Orang

Sumber Data: Pondok Pesantren Al-Munawwarah, Pekanbaru Tahun 2017

Berdasarkan data dapat diketahui jumlah siswa yang mendaftar di Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru selama periode 2013 sampai 2017 menunjukkan adanya kenaikan jumlah siswa yang mendaftar. Hal ini dapat dilihat selama tahun 2013 jumlah yang mendaftar dari 161 siswa menjadi 152 siswa 2014, kemudian mengalami kenaikan lagi dari 152 menjadi 231 siswa tahun 2015, di tahun 2015 dari 231 siswa mengalami kenaikan menjadi 257 siswa 2016, kemudian di tahun 2016 dari 257 siswa mengalami kenaikan lagi menjadi 324 siswa pada tahun 2017. Hal ini diduga terjadi karena bentuk strategi pemasaran dalam mempromosi Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru kepada masyarakat atau konsumen/siswa. Hal ini harusnya menjadi pelajaran bagi pendidikan Pesantren sebagai wadah tempat pembelajaran yang harus di pertahankan dan di tingkatkan secara terus menerus sehingga mencapai hasil yang ditargetkan, berdasarkan peningkatan data jumlah murid di pondok

Pesantren Al-Munawwarah masih berjalan normal bahkan pemasaran yang masih rendah dibandingkan minat siswa sekolah lainnya.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan ketika pra survei, penulis menemukan bahwasanya dilatar belakang penjelasan tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mempelajari dan mengkaji. Oleh karena itu penulis mengangkat persoalan ini dalam bentuk proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Siswa Memilih Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru”**

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap minat Siswa memilih Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian di atas adalah untuk mengetahui Pengaruh bauran promosi terhadap minat siswa memilih Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru dalam mengembangkan jumlah kuantitas sesuai di Pondok tersebut.

2. Mengembangkan model promosi bauran pemasaran di lembaga Pondok Pesantren Al-Munawwarah.
3. Mengembangkan kemampuan berfikir dalam menganalisa suatu permasalahan serta menerapkan segala ilmu yang telah diperoleh.
4. Memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah pembahasan,, maka penulisan proposal ini disistematisasikan menjadi tiga bab dengan uraian berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah; Rumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian; dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang kajian teoritis yang berisikan penjelasan Pemasaran; Promosi; Minat; Penelitian yang Relevan; Variabel Penelitian; Variabel Operasional; Kerangka Konseptual; Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian; Tempat dan Waktu Penelitian; Populasi dan Sampel; Sumber Data dan Teknik

Pengumpulan Data; Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data; Uji Instrumen dan Uji Hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari Gambaran Umum Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru; Deskripsi Data Meliputi: Deskripsi Identitas Responden, Bauran Promosi dan Minat Siswa; Analisis Data Meliputi: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Sederhana, Uji-*t* (Parsial), Koefisien Determinasi dan Koefisien Determinasi; serta Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.