

STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI MIN MELIKAN RONGKOP GUNUNGKIDUL TAHUN PELAJARAN 2016/2017

Penulis 1 : Wibowo Rahmanto (NIM: 14913113)

Penulis 2 : Dr. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.

ABSTRAKSI

Penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang bersifat fluktuatif mendorong kepala madrasah untuk melakukan inovasi dan formulasi terhadap strategi pemasaran lembaga pendidikan madrasah. Strategi marketing pendidikan yang diterapkan diharapkan mampu meningkatkan rekrutmen siswa baru di MIN Melikan Rongkop Gunungkidul.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif_diskriptif. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, interview dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan merupakan analisis data model Milles dan Hubberman, yaitu dengan langkah-langkah; pengumpulan data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) strategi kepala madrasah sangat efektif untuk meningkatkan target PPDB, yaitu menggunakan keunggulan produk pendidikan untuk promosi, gratis biaya pendaftaran, membentuk tim work, pemetaan target promosi, bekerja sama dengan stake holder madrasah, menerapkan sistem jemput bola, dan publikasi melalui media cetak maupun elektronik (2) hasil dari strategi kepala madrasah mampu meningkatkan jumlah PPDB sebesar 100% pada tahun pelajaran 2015/2016 sejumlah 35 siswa dan 2016/2017 sejumlah 34 siswa. Sedangkan hasil PPDB pada tiga tahun sebelumnya pencapaiannya masih rendah, yaitu Tahun Pelajaran 2012/2013 sejumlah 10 siswa, 2013/2014 sejumlah 11 siswa, 2014/2015 sejumlah 16 siswa.

Katakunci: Strategi kepala madrasah, PPDB

A. Pendahuluan

Pendidikan merupakan kebutuhan dasar manusia dalam mengembangkan dan melanjutkan kehidupannya. Masyarakat akan memilih sekolah/madrasah dalam rangka pemenuhan kebutuhan pendidikan

sesuai dengan keinginan dan kekuatan serta kualitas yang tersedia.¹ Hal ini disebabkan karena pendidikan disekolah/madrasah merupakan kelanjutan pendidikan orang tua atau keluarga.²

Rekrutmen peserta didik disebuah sekolah pada hakikatnya adalah proses pencarian, menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk dijadikan peserta didik dilembaga pendidikan yang bersangkutan.³ Hal yang fundamental dalam PPDB secara kuantitas adalah terpenuhinya kuota siswa baru sesuai daya tampung yang tersedia. Sedangkan secara kualitas merupakan momentum untuk menjaring calon siswa yang memiliki potensi kecerdasan yang baik dan berkualitas dibidang akademik, kepribadian, keimanan dan ketakwaan, sehingga akan berimplikasi pada kualitas proses maupun kualitas hasil pendidikan.

Problematika yang dihadapi oleh Madrasah Ibtidaiyah di Kabupaten Gunungkidul secara umum adalah rendahnya animo masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya ke madrasah. Hal ini disebabkan karena adanya stigma negatif dari masyarakat bahwa penyelenggaraan pendidikan dimadrasah kurang bermutu, image masyarakat bahwa madrasah merupakan sekolah yang lebih mengutamakan mata pelajaran agama dari pada mata pelajaran umum, kelengkapan sarana dan prasarana di sekolah umum lebih tercukupi dari pada sarana prasarana dimadrasah. Berangkat dari fenomena ini dapat disimpulkan bahwa stigma negatif masyarakat dapat berimplikasi terhadap minat dan motivasi dalam kegiatan PPDB pada madrasah. Dengan kata lain, kompleksitas permasalahan pada madrasah dapat menghambat dalam mencapai kualitas dan kuantitas pendidikan.

Madrasah Ibtidaiyah Negeri Melikan Rongkop merupakan salah satu lembaga pendidikan tingkat dasar yang bernaung dibawah Kementerian Agama kabupaten Gunungkidul. Dalam manajemen peserta

¹Rahmad Sahid, *PPDB Unik (Studi Etnograf)*, diakses melalui <http://sangit26.blogspot.co.id/2013/07/ppdb-unik-studi-etnograf.html>, pada hari Senin, 14 Maret 2016. Pukul 07.35 WIB.

²Juwariyah, *Dasar-Dasar Pendidikan Anak Dalam Al Quran*, (Yogyakarta: Teras, 2010), hlm. 82.

³Muhamad Mustari, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: PT: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 111.

didik, MIN Melikan Rongkop menetapkan daya tampung kelasnya sebanyak 28 siswa/kelas non paralel. Namun demikian, dalam pencapaiannya menunjukkan hal yang kontradiktif, yaitu pencapaian PPDB selama 5 tahun terakhir belum dapat memenuhi daya tampung kelas yang ditetapkan. Data statistik PPDB menunjukkan bahwa tahun 2012/2013 jumlah diterima 12 siswa, tahun 2013/2014 sejumlah 10 siswa, tahun 2014/2015 sejumlah 17 siswa dan tahun 2015/2016 sejumlah 35 siswa.⁴ Melalui data statistik ini dapat diketahui bahwa jumlah siswa baru yang diterima pada tahun pelajaran 2012/2013 sampai dengan 2014/2015 belum dapat memenuhi kuota daya tampung kelas yang disediakan. Sedangkan pada Tahun Pelajaran 2015/2016 menunjukkan hasil pencapaian PPDB yang sangat signifikan.

Dalam konteks rekrutmen peserta didik, pencapaian yang bersifat fluktuatif mengindikasikan bahwa MIN Melikan Rongkop belum dapat mencapai kuantitas pendidikan yang ditetapkan. Menurut peneliti, permasalahan yang dihadapi dalam kegiatan PPDB diantaranya adalah adanya perspektif masyarakat bahwa kualitas pendidikan dimadrasah masih rendah dibandingkan dengan sekolah dasar (SD), nama madrasah belum dikenal secara luas oleh masyarakat, belum melakukan inovasi marketing pendidikan secara optimal dan kurangnya publikasi kepada masyarakat.

Untuk memperoleh pencapaian yang maksimal dalam pelaksanaan rekrutmen siswa pada MIN Melikan Rongkop, kepala madrasah membuat strategi khusus, diantaranya adalah menyusun tim sukses PPDB, menyusun best practise PPDB, menetapkan *Standar Operasional Prosedur (SOP)* PPDB, menerapkan manajemen mutualisme dengan stake holder, pola jemput bola, fasilitas transportasi (*antar jemput siswa*), program grand branding madrasah (*sebagai jaminan layanan dan mutu pendidikan*).

B. Rumusan masalah

⁴Observasi data statistik PPDB pada MIN Melikan Rongkop Gunungkidul, pada Selasa 15 Maret 2016 pukul. 13.15 WIB.

- a. Bagaimana strategi kepala madrasah dalam meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di MIN Melikan Rongkop Gunungkidul?.
- b. Bagaimana hasil dari implemtasi strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di MIN Melikan Rongkop Gunungkidul?.

C. Kerangka Teori

1. Pengertian strategi Kepala Madrasah

Strategi adalah pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁵ Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Dari pengertian ini dapat difahami bahwadidalam sebuah strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Dalam sebuah strategi mencakup adanya rencana, metode, pelaksana, alat, sasaran dan tujuan yang ditetapkan. Implementasi strategi membutuhkan jangka waktu tertentu menyesuaikan pada pencapaian sasaran dan ketersediaan waktu yang dibutuhkan. Dengan demikian, dalam pengambilan strategi menerapkan pengambilan keputusan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Strategi yang baik adalah strategi yang berorientasi pada masa depan dan fokus pada skala prioritas yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Era globalisasi sekarang ini, hal yang tidak dapat dihindari adalah iklim kompetisi. Tidak hanya didunia perusahaan, tetapi menyangkut seluruh organisasi termasuk pendidikan. Indikator yang menunjukkan adanya kompetisi dilingkungan pendidikan adalah adanya

⁵Wikipedia dalam <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi>, diakses pada sabtu, 5 Februari 2016, pukul 01.11.

berbagai tuntutan kebutuhan pendidikan yang dapat mengakomodir seluruh kepentingan kehidupan stake holder sekolah. Lembaga pendidikan merupakan lembaga yang bergerak dibidang non profit, namun demikian pengelolaannya tidak dapat dilakukan secara konvensional atau tradisional akan tetapi membutuhkan kemampuan khusus yang menuntut output pendidikan memiliki daya saing tinggi untuk dapat bersaing ditingkat global. Pergeseran paradigma baru penyelenggaraan pendidikan yang terjadi sekarang adalah memposisikan lembaga pendidikan sebagai organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen (stake holder), yaitu siswa, guru, orangtua dan masyarakat pengguna hasil pendidikan serta perusahaan. Oleh karenanya, lembaga pendidikan sudah seharusnya menyadari untuk merespon keinginan publik dengan memberikan kualitas layanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

“Dalam perspektif manajemen pemasaran, pendidikan sendiri dapat dikatakan sebagai produk jasa yang merupakan sesuatu tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik, dan proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyediaan jasa dengan pengguna jasa yang memiliki sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemimpinan”.⁶

Implikasi dari adanya tuntutan perbaikan dan penyediaan barang dan jasa “pendidikan” berkualitas, maka Persaingan antar sekolah semakin atraktif, utamanya adalah dalam hal rekrutmen Peserta didik baru. Pemasaran untuk lembaga pendidikan mutlak diperlukan. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (siswa), karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar sekolah serta untuk

⁶Tim Dosen Administrasi Pendidikan. 2009. Hlm 348.

meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah.

Dalam konteks pendidikan, strategi adalah usaha sistematis dan terkoordinasi untuk secara terus menerus memperbaiki kualitas pelayanan, sehingga fokusnya diarahkan ke pelanggan dalam hal ini peserta didik, orang tua peserta didik, pemakai lulusan, guru, karyawan, pemerintah dan masyarakat.⁷ Pelayanan pendidikan yang fokus pada kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui langkah menggali kebutuhan, keinginan, dan permintaan komunitas pendidikan (*stake Holder*) sebagai dasar untuk menciptakan produk dan layanan jasa yang prima, prospek dan potensial. Dari uraian ini, maka yang dimaksud strategi dalam penelitian ini adalah seperangkat perencanaan sistematis yang dijadikan sebagai instrumen pelaksanaan tugas dengan melibatkan seluruh Sumber daya organisasi dan didukung dengan sarana prasarana demi tercapainya tujuan yang ditetapkan. Melalui strategi yang tepat diharapkan akan mampu mengoptimalkan peluang keberhasilan dan meminimalisir ancaman kegagalan, dalam hal ini berkaitan dengan penerimaan peserta didik baru di madrasah.

Lembaga pendidikan khususnya madrasah ibtidaiyah merupakan produsen yang menghasilkan produk dan jasa pendidikan. Dalam dunia pemasaran jika produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya yang disebabkan oleh mutu pencapaian pendidikan rendah sehingga tidak dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Strategi ini diadopsi dari dunia perusahaan yang dikenal dengan istilah strategi marketing. Orientasi dari strategi ini adalah berfokus pada kepuasan konsumen pendidikan.

Kepala sekolah adalah orang yang diberi tanggungjawab untuk mengelola dan memberdayakan berbagai potensi masyarakat serta

⁷E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesioanl*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 216.

orang tua untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan sekolah.⁸ Kepala sekolah yang berhasil adalah apabila mereka memahami keberadaan sekolah sebagai organisasi yang kompleks. Keberhasilan sekolah adalah keberhasilan kepala sekolah.⁹ Peranan kepala sekolah sebagai leader mencerminkan tanggungjawab kepala sekolah untuk menggerakkan seluruh sumber daya yang ada disekolah, sehingga akan melahirkan etos kerja dan produktivitas yang tinggi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Adapun fungsi kepemimpinan ini amat penting sebab disamping sebagai penggerak juga berperan untuk melakukan kontrol segala aktivitas guru, staf, dan siswa serta sekaligus untuk meneliti persoalan-persoalan yang timbul dilingkungan sekolah.¹⁰

Kompleksitas pekerjaan dalam penyelenggaraan dan pengelolaan pendidikan, maka dibutuhkan seorang kepala madrasah yang profesional, berintegritas, dan visioner. Hal ini penting mengingat bahwa dalam menjalankan dan mengelola madrasah banyak ditentukan oleh kecakapan dan keterampilan kepala sekolah didalam menjalankan peranannya. Untuk dapat memaksimalkan kinerjanya, kepala sekolah harus mengikutsertakan seluruh komponen pendidikan dan mengelola potensi Sumber daya yang ada kemudian mengaturnya melalui manajemen yang efektif dan efisien. Keberhasilan manajemen yang diimplementasikan akan membentuk sistem sekolah yang dijadikan sebagai *sumber regulator* dalam komunitas pendidikan yang dipimpinnya.

Layanan pendidikan kepada komunitas pendidikan sedikitnya terdapat lima sifat layanan yang harus diwujudkan oleh kepala sekolah agar pelanggan puas. Layanan sesuai dengan yang dijanjikan, yaitu *reability* (mampu menjamin kualitas pembelajaran), *assurance* (mampu

⁸E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 42.

⁹Wahyosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 90.

¹⁰Ibid. hlm. 90.

menjamin kualitas pembelajaran), *tangible* (iklim sekolah yang kondusif), *emphaty* memberikan perhatian penuh kepada peserta didik dan *responsiveness* yaitu cepat tanggap terhadap kebutuhan peserta didik.¹¹

Penerimaan Peserta Didik Baru merupakan program tahunan yang dilaksanakan diberbagai jenjang dan jenis satuan pendidikan. Rekrutmen peserta didik disebuah sekolah pada hakikatnya adalah proses pencarian, menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk dijadikan peserta didik dilembaga pendidikan yang bersangkutan.¹²Tujuan secara umum rekrutmen siswa baru pada madrasah adalah untuk menghimpun, menyeleksi, dan menempatkan calon peserta didik menjadi peserta didik pada jenjang dan jalur pendidikan tertentu.

Untuk menunjang keberhasilan dalam rekrutmen peserta didik baru, maka setiap satuan pendidikan memiliki strategi yang beragam sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Hal ini disebabkan karena penerimaan siswa baru merupakan kebutuhan dasar dan pokok sekolah/madrasah dibidang kesiswaan.Apabila madrasah yang memiliki mutu pendidikan dan mempunyai karakteristik pendidikan yang baik, akan mempermudah untuk merekrut siswa baru. Dengan kata lain, madrasah/sekolah yang favorit mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk dapat menarik peserta didik.¹³

2. Pengertian Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) adalah kegiatan penerimaan calon peserta didik dan siswa yang memenuhi syarat tertentu untuk memperoleh pendidikan pada bentuk satuan pendidikan,

¹¹E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional dalam Konteks Menyukkseskan MBS dan KBK*, (Bandung: PT. Rosda Karya, 2004), hlm. 26.

¹²Muhamad Mustari, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: PT: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 111.

¹³Sufyarma, *Kapita Selekt Managemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 139.

mengikuti suatu jenjang pendidikan atau jenjang pendidikan lebih tinggi.¹⁴

Penerimaan Peserta Didik Baru pada hakikatnya adalah merupakan proses pencarian, menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk menjadi peserta didik dilembaga pendidikan (sekolah) yang bersangkutan.¹⁵ Arikunto (2012) mengemukakan bahwa kegiatan penerimaan siswa baru adalah salah satu kegiatan penting bagi lembaga di sekolah, hal tersebut dikarenakan aktivitas ini merupakan langkah awal yang menentukan kelancaran tugas dari suatu sekolah. Sebelum pelaksanaan penerimaan siswa baru dimulai, perlu diadakan perencanaan oleh sekolah terlebih dahulu.

D. Metode penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Lokasi penelitian berada di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Melikan Rongkop Gunungkidul Yogyakarta.

Subyek penelitian ini merupakan sumber primer untuk mendapatkan keterangan-keterangan dan informasi yang digunakan untuk kepentingan dalam penelitian. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah pengawas madrasah, Kepala Madrasah, Guru, Karyawan, orang tua siswa madrasah, orang tua siswa TK/RA/BA, serta kepala sekolah dan guru TK.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah untuk mengumpulkan data atau keterangan dalam suatu penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Observasi (pengamatan).

¹⁴Petunjuk Teknis, Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun Pelajaran 2015/2016, (Kementerian Agama: Kantor Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, 2015), Bab I Pengertian, Pasal 1 ayat (1).

¹⁵Mohamad Mustari, *Manajemen Pendidikan*, Cet. 1, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 111.

Observasi yang dilakukan adalah observasi partisipan (participan observation), yakni pengamatan yang dilakukan dengan cara ikut ambil bagian atau melibatkan diri dalam situasi atau obyek yang diteliti.¹⁶

2. Metode interview (wawancara)

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik interview bebas terpimpin, yaitu peneliti menyiapkan catatan pokok agar tidak menyimpang dari garis yang ditetapkan untuk dijadikan pedoman dalam mengadakan wawancara.

3. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi tidak resmi yang berupa surat nota, surat pribadi yang memberikan informasi kuat terhadap kejadian.¹⁷ Data yang akan diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi ini adalah keadaan Kepala Madrasah dan dewan guru serta karyawan, keadaan siswa baru dan siswa lama (sudah terdaftar), struktur organisasi, kepanitiaan PPDB dan fasilitas pendukung.

Untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dimanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.¹⁸

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹⁹ Dalam analisis data, penulis menggunakan model interaktif dari Milles dan Hubberman, yaitu *data reduction*, *data display* dan *coclusion drawing/verification*.

¹⁶Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan dan Strategi*, (Bandung: Angkasa, 1987), hlm.91.

¹⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 81.

¹⁸Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan dan Strategi*, (Bandung: Angkasa, 1987), hlm. 178.

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), cet. 3, hlm. 334.

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Reduksi data merupakan proses memilih, memusatkan perhatian dan menyederhanakan melalui seleksi dari data mentah yang muncul dari data mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis lapangan, sehingga menjadi informasi yang bermakna.²⁰ Seluruh data yang penulis peroleh lapangan dirangkum, kemudian dipilih data yang sesuai dengan fokus penelitian.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data adalah suatu cara merangkai data dalam suatu organisasi yang memudahkan untuk membuat kesimpulan atau tindakan yang diusulkan.²¹ Penyajian data informasi dilakukan secara konkrit dari setiap aktivitas, kegiatan, peristiwa maupun tindakan yang terkait dengan fokus penelitian.

3. *Conclusion drawing/verification*.

Langkah terakhir dari penelitian kualitatif adalah menyimpulkan dari data yang dideskripsikan dan melakukan verifikasi berdasarkan analisis kualitatif yang dikembangkan Milles dan Huberman. Kesimpulan ini akan diikuti dengan bukti-bukti yang diperoleh ketika penelitian lapangan. Verifikasi data dimaksud untuk penentuan data akhir dari keseluruhan proses tahapan analisis, sehingga keseluruhan dapat terungkap dan dituangkan dalam kalimat yang mudah difahami.

A. Analisis hasil penelitian dan pembahasan

1. Strategi kepala madrasah dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MIN Melikan Rongkop Gunungkidul

Strategi kepala MIN Melikan Rongkop dalam meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru diawali dengan menggunakan keunggulan-keunggulan (kwalitas) produk pendidikan sebagai promosi kepada masyarakat. Hal ini disebabkan karena produk merupakan hal

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), cet. 3, hlm. 339.

²¹Ibid. 340.

yang sangat diperhatikan dan dipertimbangkan oleh masyarakat pengguna jasa pendidikan. meningkatkan kualitas produk (hasil) pendidikan madrasah merupakan salah satu jaminan sukses yang diberikan oleh kepala madrasah kepada peserta didik.

Untuk mendukung program pemerintah tentang wajib belajar sembilan tahun, maka kepala madrasah menetapkan MIN Melikan Rongkop sebagai madrasah penyelenggara pendidikan gratis kepada peserta didiknya. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan jaminan agar seluruh peserta didik dapat berpartisipasi dan menyelesaikan pendidikan dimadrasah utamanya adalah peserta didik yang tingkat ekonominya rendah (miskin). Program kepala madrasah dibidang CSR (*Corporation Social Respons*), yaitu pemberian beasiswa kepada siswa berprestasi dan memberikan bantuan dana pendidikan bagi siswa miskin. Program tersebut terbukti mendapat respons positif dari masyarakat dan orang tua siswa sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya ke madrasah.

Selain produk dan harga, nilai lain yang ditawarkan oleh madrasah adalah lokasi madrasah yang strategis. Realita yang terjadi dimasyarakat bahwa lokasi sekolah/madrasah juga menjadi hal penting yang diperhatikan dan dipertimbangkan oleh masyarakat menggunakan jasa pendidikan. Pernyataan tersebut erat kaitannya dengan kemudahan akses perjalanan serta transportasi menuju madrasah. Keberadaan lokasi madrasah yang strategis merupakan keunggulan tersendiri yang memiliki nilai jual/tawar kepada masyarakat. Hal tersebut merupakan strategi marketing yang diterapkan oleh kepala madrasah karena masyarakat lebih memilih lembaga pendidikan yang lokasinya strategi, aman, nyaman dan sehat.

Disisi lain personal (*Sumber Daya Manusia*) madrasah juga menjadi prioritas utama yang diperhatikan dan dipertimbangkan masyarakat pengguna jasa pendidikan. Hal tersebut karena pendidik dan tenaga kependidikan akan banyak memberikan pengaruh terhadap

kwalitas proses dan kualitas hasil pendidikan bagi peserta didik. Untuk kepentingan ini kepala madrasah senantiasa berupaya untuk meningkatkan kompetensi guru-guru madrasah, melalui diklat/workshop, seminar, PLPG, KKG, penulisan karya ilmiah, penelitian tindakan kelas (PTK) dan melanjutkan sekolah. Dalam konteks strategi marketing, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan (PTK) yang memiliki kualifikasi akademik, kompetensi dan masa kerja yang memadai akan menjadi acuan masyarakat pengguna jasa pendidikan untuk memilih madrasah sebagai tempat pendidikan putra-putrinya.

Selain dari uraian diatas, hal lain yang sangat menentukan keberhasilan dalam kegiatan marketing lembaga pendidikan Islam adalah kualitas proses dan layanan jasa yang dapat memuaskan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini, madrasah menerapkan standar yang tinggi dalam memberikan layanan pendidikan kepada peserta didiknya, diantaranya adalah KBM yang efektif, kreatif, inovatif dan menyenangkan, program-program unggulan madrasah melalui kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan pembiasaan, serta daya dukung fasilitas pendidikan yang lengkap dan representatif. Untuk kepentingan tersebut, maka kepala madrasah senantiasa melakukan inovasi dan formulasi program-program madrasah yang dapat mengakomodasi dan mengembangkan potensi, bakat serta minat peserta didik. Dalam kegiatan marketing lembaga pendidikan, kualitas proses dapat menjadi nilai tawar kepada pelanggan pendidikan, sehingga madrasah menjadi lembaga yang diminati dan menjadi prioritas utama untuk dipilih oleh masyarakat.

Formulasi strategi pemasaran pendidikan juga memerlukan bukti fisik berupa sarana dan prasarana yang memadai. Realita yang terjadi dimasyarakat menunjukkan bahwa kelengkapan sarana dan prasarana pendidikan merupakan salah satu pertimbangan masyarakat dan calon peserta didik untuk menggunakan jasa pendidikan pada

sekolah/madrasah yang diminati. Dalam konteks ini, MIN Melikan Rongkop Gunungkidul telah memiliki sarana dan prasarana yang lengkap dan memadai sehingga dapat mendukung kegiatan pembelajaran peserta didik. Adapun sarana dan prasarana yang dimiliki oleh madrasah diantaranya adalah bangunan gedung yang kokoh dan bagus, ruang kelas yang tercukupi, ruang perpustakaan, UKS, dan tempat peribadahan yang sangat representatif. Hal tersebut dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru merupakan nilai tawar yang sangat diperhatikan dan dipertimbangkan oleh orang tua calon peserta didik.

Promosi merupakan sarana yang sangat penting dalam proses marketing lembaga untuk mengenalkan madrasah kepada masyarakat secara luas. Oleh karena itu dibentuknya panitia PPDB dapat membantu mempermudah dan memperlancar tugas dan tanggungjawab dari setiap tahapan kegiatan PPDB. Dalam pelaksanaannya, panitia yang dipilih merupakan stake holder madrasah yang memiliki kompetensi dan berintegritas tinggi baik secara kelembagaan maupun dilingkungan sosial kemasyarakatan. Implikasi dari strategi ini adalah kemudahan dalam pemetaan lokasi dan sasaran PPDB di setiap wilayah target operasi.

Untuk mengoptimalkan kegiatan promosi, maka strategi kepala madrasah menerapkan teknik promosi/publikasi langsung dan tidak langsung. Untuk mempermudah pemahaman dan kejelasan informasi yang diberikan kepada masyarakat, maka promosi menggunakan berbagai macam media, materi, dan teknik yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pemasaran serta menyesuaikan situasi dan kondisi masyarakat calon pengguna jasa pendidikan madrasah.

Berdasarkan dari uraian diatas maka dapat diketahui bahwa strategi kepala madrasah dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MIN Melikan Rongkop Gunungkidul adalah menggunakan teori

bauran pemasaran yang mempertimbangkan pada aspek *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence* dan *process* (7 P).

Strategi yang ditempuh oleh kepala madrasah tersebut setelah melakukan survei secara sederhana, bahwa realita masyarakat selalu mempertimbangkan produk, layanan, SDM dan fasilitas pendukung pendidikan. Layanan pendidikan kepada komunitas pendidikan sedikitnya terdapat lima sifat layanan yang harus diwujudkan oleh kepala sekolah agar pelanggan puas. Layanan sesuai dengan yang dijanjikan, yaitu *reability* (mampu menjamin kualitas pembelajaran), *assurance* (mampu menjamin kualitas pembelajaran), *tangible* (iklim sekolah yang kondusif), *emphaty* memberikan perhatian penuh kepada peserta didik dan *responsiveness* yaitu cepat tanggap terhadap kebutuhan peserta didik.²²

Dalam konteks lembaga pendidikan, pemasaran “marketing” adalah pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk dipromosikan misi-misi madrasah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik untuk stake holder ataupun masyarakat sosial pada umumnya.²³

Marketing atau pemasaran adalah proses sosial dan manajerial antara individu dan kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan bersama dengan menciptakan, menawarkan dan saling bertukar sesuatu yang bernilai, satu dengan yang lain.²⁴

Pengertian diatas menunjukkan bahwa proses sosial merupakan inti dari strategi dan manajemen pengelolaan pendidikan. Hal ini karena kelompok sosial atau masyarakat merupakan komunitas pendidikan yang langsung berinteraksi, sebagai mitra kerja, pengguna sekaligus pemakai dari proses maupun hasil dari pendidikan. Selain itu

²²E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional dalam Konteks Menyukkseskan MBS dan KBK*, (Bandung: PT. Rosda Karya, 2004), hlm. 26.

²³Muhaimin, *Managemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 97.

²⁴Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2013), hlm. 1.

juga sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan (*creation*) penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan.²⁵ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini memiliki relevansi dengan teori marketing, teori bauran pemasaran dan teori penerimaan peserta didik baru (PPDB) serta hasil penelitian terdahulu.

2. Hasil dari strategi kepala madrasah dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MIN Melikan Rongkop Gunungkidul

a. Terbentuknya kredibilitas madrasah sebagai lembaga penyedia layanan jasa pendidikan

Untuk dapat dinikmati oleh komunitas pendidikan, maka setiap organisasi dituntut untuk memiliki kemampuan berubah sebelum organisasi mengalami penurunan kinerja atau mati.²⁶ Pada saat seluruh komponen organisasi masih mampu menunjukkan kinerja terbaiknya, maka kepercayaan eksternalpun masih tinggi, sehingga gagasan-gagasan baru masih lebih mudah dapat diinternalisasikan. Perubahan yang positif konstruktif mengharuskan adanya sumberdaya manusia yang handal. Karena tanpa adanya SDM yang handal, maka perubahan positif mustahil akan terjadi.

Sebagai seorang manager, kepala madrasah selalu melakukan inovasi dan formulasi pada manajemen pengelolaan madrasah yang diarahkan kepada perbaikan-perbaikan mutu layanan jasa pendidikan. Hal inilah yang dipandang oleh masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan bahwa MIN Melikan memiliki produk dan layanan jasa pendidikan yang baik serta dapat memuaskan setiap

²⁵Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), hlm. 229.

²⁶Nur Efendi, *Manajemen Perubahan di Pondok Pesantren: Kontruksi Teoritik Dan Praktik Pengelolaan Perubahan Sebagai Upaya Pewarisan Tradisi dan Menatap Tantangan Masa Depan*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hlm. 82.

keinginan pelanggannya. Hal tersebut ditandai dengan adanya penawaran produk-produk unggulan yang variatif dan dibuktikan dengan berbagai macam penghargaan prestasi yang pernah diraih oleh peserta didiknya. Implikasi dari manajemen kepala madrasah yang efektif dan efisien tersebut secara akumulatif dapat meningkatkan kredibilitas madrasah sebagai penyedia jasa pendidikan ditingkat dasar serta mampu bersaing dengan lembaga lain yang setingkat di daerahnya.

Menurut Muhaimin menyatakan bahwa, perubahan hanyalah sebagai alat. Tujuan perubahan adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan, sehingga masing-masing sekolah/madrasah dituntut menyelenggarakan dan mengelola pendidikan secara serius. Pengelolaan yang baik mampu memberikan jaminan mutu (*Quality Assurance*), mampu memberikan pelayanan prima, serta mampu mempertanggungjawabkan kinerjanya kepada peserta didik, orang tua dan masyarakat sebagai stake holder.²⁷

Dalam konteks jasa pendidikan, produk yang ditawarkan adalah reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Madrasah unggulan menawarkan reputasi dan mutu pendidikan yang tinggi, prospek masa depan bagi anak didik setelah lulus dan pilihan konsentrasi dari berbagai variasi program sehingga calon anak didik mampu memilih bidang yang sesuai dengan bakat dan minatnya. Dengan kata lain kepuasan pelanggan pendidikan merupakan respons konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya tentang penggunaan barang atau jasa yang mereka pakai.

Variasi program unggulan merupakan sub sistem yang dibangun di sekolah/madrasah, sehingga melalui program yang dijalankan akan tercipta produk dan layanan jasa pendidikan. Produk dan layanan jasa merupakan titik sentral yang sangat strategis untuk

²⁷Muhaimin, *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Sekolah, Madrasah dan Perguruan Tinggi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 193.

diterapkan dilembaga pendidikan sesuai dengan kemampuan SDM, keinginan/harapan serta kebutuhan pendidikan siswa, orang tua dan masyarakat.

- b. Meningkatnya minat dan motivasi masyarakat dalam penerimaan peserta didik baru dimadrasah

Untuk menunjang keberhasilan dalam rekrutmen peserta didik baru, maka setiap satuan pendidikan memiliki strategi yang beragam sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Hal ini disebabkan karena penerimaan siswa baru merupakan kebutuhan dasar dan pokok sekolah/madrasah dibidang kesiswaan. Apabila madrasah yang memiliki mutu pendidikan dan mempunyai karakteristik pendidikan yang baik, akan mempermudah untuk merekrut siswa baru. Dengan kata lain, madrasah/sekolah yang favorit mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk dapat menarik peserta didik.²⁸

Dalam konteks rekrutmen siswa baru, MIN Melikan Rongkop Gunungkidul pada 2 tahun terakhir telah mencapai target PPDB yang telah ditetapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan oleh kepala madrasah telah berhasil dalam perencanaan dan pengimplementasian program marketing pendidikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hasil dari penelitian ini memiliki relevansi dengan teori marketing pendidikan dan juga penelitian yang sudah dilakukan.

E. Penutup

Kesimpulan

1. Strategi yang diterapkan oleh kepala madrasah dalam rekrutmen siswa baru sudah baik dan cukup efektif untuk menjaring siswa baru, yaitu menggunakan keunggulan produk pendidikan untuk promosi, biaya pendaftaran siswa baru secara gratis, menggunakan keunggulan lokasi

²⁸Sufyarma, *Kapita Selekta Managemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 139.

strategis madrasah, membentuk tim work PPDB, melakukan pemetaan wilayah target promosi, menjalin hubungan kerja sama dengan stake holder madrasah, menerapkan sistem jemput bola untuk siswa diluar daerah, melakukan publikasi melalui media cetak dan elektronik, serta melengkapi sarana dan prasarana pendidikan madrasah.

2. Hasil yang dicapai dari strategi PPDB yang diterapkan oleh kepala madrasah selama dua tahun kepemimpinanya telah tercapai dengan baik karena mampu meningkatkan sebesar 100%, yaitu tahun pelajaran 2015/2016 sejumlah 35 siswa dan 2016/2017 sejumlah 34 siswa. Sedangkan Hasil PPDB pada tiga tahun sebelumnya pencapaiannya masih rendah, yaitu Tahun Pelajaran 2012/2013 sejumlah 10 siswa, 2013/2014 sejumlah 11 siswa, 2014/2015 sejumlah 16 siswa.

F. Daftar Pustaka

- Ali, Muhammad. 1987. *Penelitian Kependidikan dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2009. *Managemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asmani, Jamal Ma'mur. 2015. *Managemen Efektif*. Yogyakarta.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djamarah, Saiful Bahri . 2009. *Strategi Belajar Mengajar dan Mengajar*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Efendi, Nur. 2014. *Manajemen Perubahan di Pondok Pesantren: Kontruksi Teoritik Dan Praktik Pengelolaan Perubahan Sebagai Upaya Pewarisan Tradisi dan Menatap Tantangan Masa Depan*. Yogyakarta: Teras.

- F, Nembah Hartimbul Ginting. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Rama Widya.
- Hidayat, Ara dan Imam Machali. 2012. *Pengelolaan pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Yogyakarta: Kaukaba.
- Jamal Ma'mur Asmani. 2015. *Manajemen Efektid Marketing sekolah*. Yogyakarta: Diva Pres.
- Juwariyah. 2010. *Dasar-Dasar Pendidikan Anak Dalam Al Quran*. Yogyakarta: Teras.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Managemen Pemasaran*, edisi 12 jilid 1. Yogyakarta: Indeks.
- Majid, Abdul, 2015. *Strategi Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Managemen Strategic, Wikipedia Bahasa Indonesia: Ensiklopedia Bebas, diakses melalui http://id.m.wikipedia.org/wiki/managemen_strategis, pada hari minggu 23 April 2016 pukul 23.55 WIB.
- Moloeng, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Muhaimin. 2005. *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Sekolah, Madrasah dan Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyasa, E. 2004. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional dalam Konteks Menyukseskan MBS dan KBK*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- _____, E. 2013. *Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan Kemandirian Guru dan Kepala Sekolah*. cet.V. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- _____, E. 2013. *Menjadi Kepala Sekolah Profesioanl*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mustari, Mohamad. 2014. *Manaje* ¹⁴⁵ *ndidikan*, Cet. 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____, Mohammad. 2014. *Managemen Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

- Perencanaan Strategis, Wikipedia Bahasa Indonesia: Ensiklopedia Bebas, diakses melalui http://id.m.wikipedia.org/wiki/perencanaan_strategis, pada hari minggu 24 April 2016 pukul 23.45 WIB.
- Petunjuk Teknis, *Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun Pelajaran 2015/2016*. Kementerian Agama: Kantor Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, 2015.
- Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi RI. 2007.
- Strategi, Kamus Besar Bahasa Indonesia:KBBI, diakses melalui <http://kbbi.web.id/strategi>, pada hari minggu, 24 April 2016 pukul 23.34 WIB.
- Sudjana, Nana dan Ibrahim. 1989. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru.
- Sufyarma. 2004. *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.B.2000. *Manajemen pemasaran di Indonesia analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suyanto, M. 2007. *Strategic Management Global Most Admired Companies*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Umar, Bukhori. 2011. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Amzah.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 24 Tahun 2003 Tentang Mahkamah Konstitusi.
- Wahyosumidjo. 2001. *Kepemimpinan Kepala Sekolah Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wikipedia dalam <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi>, diakses pada sabtu, 5 Februari 2016, pukul 01.11.