

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan merupakan suatu proses yang dilaksanakan secara sadar dan terencana dengan tujuan menciptakan suasana belajar serta proses pembelajaran yang memungkinkan peserta didik berperan aktif dalam mengembangkan seluruh potensi yang dimilikinya. Potensi tersebut mencakup aspek spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan untuk menjalani kehidupan sebagai individu, anggota masyarakat, warga negara, dan bagian dari bangsa secara bertanggung jawab.<sup>1</sup>

Dalam era globalisasi ini dan persaingan yang semakin kompetitif, dunia pendidikan dituntut untuk dikelola secara profesional agar mampu bertahan dan berkembang. Lembaga pendidikan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman cenderung ditinggalkan oleh masyarakat. Madrasah, sebagai salah satu bentuk lembaga pendidikan Islam, tidak terkecuali dari tuntutan tersebut. Oleh karena itu, madrasah perlu menerapkan strategi pengelolaan yang tepat agar mampu memberikan layanan pendidikan yang berkualitas serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Tingginya kepercayaan masyarakat terhadap suatu madrasah dapat berimplikasi positif terhadap keberlangsungan lembaga tersebut, seperti meningkatnya jumlah peserta didik. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi dan citra yang

---

<sup>1</sup> Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 1 ayat (2).

dibangun oleh pihak madrasah mampu menarik minat masyarakat. Dalam hal ini, kepala madrasah memiliki peran penting dalam merancang dan melaksanakan berbagai strategi inovatif untuk meningkatkan kualitas lembaga. Strategi merupakan suatu kesatuan rencana yang terintegrasi dan menyeluruh untuk menghubungkan kekuatan internal organisasi dengan peluang serta ancaman eksternal guna mencapai tujuan organisasi secara efektif.<sup>2</sup>

Dalam perspektif sosiologis, peserta didik pada dasarnya memiliki hak yang setara dalam memperoleh layanan pendidikan. Kesamaan hak ini melahirkan kewajiban lembaga pendidikan, termasuk madrasah, untuk menyediakan layanan yang inklusif, adil, dan berkualitas kepada seluruh kalangan.

Madrasah Diniyah Al-Hasan Kepung merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berlokasi di Jl. Raya Diponegoro Campurejo RT. 06 RW. 02, Brumbung, Kepung, Kabupaten Kediri. Lembaga ini berada di bawah naungan Yayasan dan berafiliasi dengan Kementerian Agama. Meskipun memiliki beberapa keunggulan, seperti sistem pembelajaran semi-pesantren, penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas harian, kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung pengembangan minat dan bakat siswa, serta fasilitas yang memadai, jumlah peserta didik di madrasah ini masih tergolong minim. Mayoritas peserta didik berasal dari lingkungan sekitar madrasah.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, diperoleh informasi dari kepala madrasah bahwa sebagian besar masyarakat yang mendaftarkan anaknya merupakan warga Desa Kepung dan sekitarnya. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan pemahaman antara pihak madrasah dan sebagian masyarakat sekitar

---

<sup>2</sup> Syaiful Sagala, Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 63

terkait visi, misi, serta keunggulan lembaga. Masyarakat belum sepenuhnya memahami potensi dan kualitas yang ditawarkan oleh madrasah, sehingga menimbulkan keraguan dalam menjadikan madrasah sebagai pilihan utama.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun madrasah telah berupaya membangun citra positif melalui peningkatan layanan pendidikan dan penguatan nilai-nilai keislaman, belum sepenuhnya berhasil menarik minat masyarakat secara luas. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis yang lebih intensif dalam membangun komunikasi, memperkuat branding madrasah, serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap keunggulan lembaga.

Madrasah Al-Hasan terus berupaya menjalin hubungan yang baik dengan orang tua/wali peserta didik serta masyarakat sekitar sebagai bagian dari strategi pengembangan lembaga. Namun demikian, tantangan dalam membangun kesepahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah masih menjadi masalah utama yang memerlukan kajian lebih mendalam, khususnya dalam konteks strategi komunikasi, promosi, dan penguatan branding lembaga pendidikan Islam.

## **B. Fokus Penelitian**

Untuk membatasi konteks fenomena, peneliti memberikan beberapa fokus permasalahan yang akan dibahas agar penelitian ini bisa memberikan hasil yang maksimal antara lain:

1. Bagaimana strategi yang digunakan yayasan Bhakti Al-Hasan Kepung dalam menarik minat masyarakat?
2. Bagaimana implikasi strategi Yayasan Bhakti Al-Hasan Kepung dalam menarik minat masyarakat?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Yayasan Bhakti Al-Hasan

Kepung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan beberapa fokus penelitian yang telah dibuat di atas, maka tujuan penelitian bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan cara atau model strategi yang di gunakan oleh Yayasan Bhakti Al-Hasan Kepung.
2. Untuk mengimplikasi respon yang diberikan masyarakat terhadap strategi yang dilakukan yayasan Bhakti Al-Hasan Kepung.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat keberhasilan di Yayasan Madin Al Hasan Kepung.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a. Bagi peneliti, manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah mendapatkan kesempatan untuk menerepakan materi-materi yang sudah didapatkan serta menambah pengalaman baru untuk menyongsong penelitian-penelitian selanjutnya dan menambah khazanah keilmuan ilmiah sebagai kontribusi peneliti terhadap dunia pendidikan.
  - b. Bagi pembaca, manfaat yang dapat diambil yakni untuk mengetahui promosi Yayasan Bhakti Al-Hasan Kepung sebagai bahan evaluasi terhadap praktek literasi islam serta referensi bagi pemerhati dan peneliti pendidikan.
2. Manfaat praktis
  - a. Bagi lembaga, manfaat penelitian ini bagi lembaga yakni, diharapkan setelah

terbitnya hasil penelitian bisa dijadikan bahan pengembangan kegiatan literasi islam pada lembaga terkait.

- b. Bagi murid, menambah kesemangatan dalam melaksanakan kegiatan promosi sebagai upaya meningkatkan minat untuk sekolah.

## **E. Definisi Konsep**

Agar mudah dipahami dan tidak menimbulkan salah penafsiran dalam mengartikan istilah yang ada pada judul skripsi yakni Strategi Yayasan Untuk Menarik Minat Orang Tua Dalam Menyekolahkan anaknya maka saya perlu memberikan definisi konsep terhadap istilah yang ada di dalamnya. Adapun definisi konsep tersebut antara lain:

1. Strategi adalah sebuah perencanaan yang akan dilakukan sekolah bersama dengan yayasan yang diharapkan tujuan yang diinginkan akan tercapai.
2. Yayasan adalah suatu badan hukum yang mempunyai maksud dan tujuan bersifat sosial, keagamaan dan kemanusiaan, didirikan dengan memperhatikan persyaratan formal yang ditentukan dalam undang- undang.<sup>3</sup>
3. Peran orangtua adalah tentang bagaimana bersikap kepada orang lain dan bagaimana cara mereka mengembangkan kemampuannya
4. Madin adalah tempat proses belajar mengajar agama islam secara formal yang mempunyai kelas dan mempunyai kurikulum secara klasikal.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian tentang promosi sekoah antara lain dilakukan oleh:

1. Risdianto Siregar dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Promosi Sekolah

---

<sup>3</sup> Widiastuti, D. A. (2022). Implementasi Fungsi Sosial Yayasan dalam Perspektif Hukum Yayasan. *Pactum Law Journal*, 2(1), 38–46. Diakses dari <https://repository.lppm.unila.ac.id>

Menengah Kejuruan Taruna Masmur Pekanbaru Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru yang diajukam untuk Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Dalam penelitian itu menggunakan pendekatan kualitatif yang memberikan informasi bahwa di Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Masmur dalam kegiatan promosinya bekerjasama dengan Batalyon Arhanudse Pekanbaru yang dilakukan secara searah oleh tim yang dibentuk oleh pihak sekolah dan promosi dilakukan hanya satu arah, dengan cara menempelkan baliho serta poster dan brosur.<sup>4</sup>

2. Alfiyatus Sa'adah dalam Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anaknya Di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Sleman Yogyakarta yang diajukan untuk Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Konsentrasi Guru Kelas Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan pada tahun 2018 UIN Sunan Kalijaga. Pada penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menunjukkan hasil bahwa Strategi pemasaran pendidikan di MI Sultan Agung dalam menarik minat masyarakat dengan pendekatan mutu, melalui: (a) produk: pengembangan kurikulum, keunggulan budaya lokal, peningkatan mutu akademik, peningkatan mutu non akademik; (b) harga yang terjangkau, (c) lokasi yang strategis, (d) promosi secara lisan, media, dan pameran, (e) Memperbaiki dan melengkapi sarana dan prasana yang mendukung proses belajar; (g) melibatkan seluruh unsur madrasah.<sup>5</sup>
3. Imam Faizin dalam penelitian yang berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

---

<sup>4</sup> Risdianto Siregar, Strategi Promosi Sekolah Menengah Kejuruan Taruna Masmur Pekanbaru Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru, ( skripsi: Universitas Islam Riau, 2019).

<sup>5</sup> Alfiyatus sa'adah, Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anaknya Di Madrasah Ibtidaiyah Sultan Agung Depok Sleman Yogyakarta, (tesis: UIN Sunan Kalijaga, 2018).

Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah pada tahun 2017 yang diajukan untuk menyebutkan bahwa madrasah dapat dipasarkan manakala mampu menunjukkan kualitas akademik yang dapat dipertanggungjawabkan. Madrasah mesti dikelola secara professional dengan manajemen yang modern, senantiasa konsen terhadap mutu, dan memperhatikan kebutuhan, harapan, dan kepuasan orang tua, serta semua stakeholders. Strategi pemasaran yang tepat akan dapat meningkatkan minat calon konsumen. Meningkatnya minat calon konsumen ini diharapkan akan meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar ke madrasah tersebut. Tujuan pemasaran dalam pendidikan adalah (1) memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan, (2) meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan, (3) membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain, (4) memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan, dan (5) menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat. Dalam merumuskan strategi pemasaran, hendaknya memperhatikan apa saja yang menjadi harapan dan kebutuhan peserta didik dengan cara mendengarkan keluhan- keluhan peserta didik dan mencari solusi yang dapat memperbaiki strategi pemasaran yang sudah ada. Dengan langkahlangkah kegiatan tersebut, madrasah dapat mencapai keseimbangan dalam operasionalisasi pengajaran dalam kondisi memperebutkan pasar dari banyak penyelenggara sekolah.<sup>6</sup>

Dengan memaparkan beberapa penelitian-penelitian yang telah dilakukan,

---

<sup>6</sup> Imam Faizin, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, Jurnal Madaniyah, Volume 7 Nomor 2 Edisi Agustus 2017, hlm. 20-23

memberikan pemahaman bahwa penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki persamaan yakni sama dalam hal membahas tentang strategi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya serta membahas promosi-promosi yang dilakukan dan juga persamaan perihal pendekatan dengan beberapa penelitian yang digunakan yakni kualitatif. Namun ada perbedaan bahwa pada penelitian kali ini juga membahas tentang respon masyarakat atau lingkungan atas promosi yang dilakukan oleh yayasan serta dalam prakteknya objek kajian penelitian kali ini juga mengedepankan kerjasama atau nama besar yang dimiliki yayasan untuk mempromosikan lembaga sekolah yang dinaunginya.