

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Saat ini perkembangan pada lembaga pendidikan semakin ketat seperti jumlah SD dan MI di Jawa Timur berjumlah 26.784, dengan rincian jumlah SD sekitar 19.144 dan jumlah MI sekitar 7.543. Di Kediri Kota maupun Kabupaten persaingan antar lembaga juga semakin pesat, di Kediri terdapat sekitar 138 SD dan 20 MI, sedangkan di Kediri Kabupaten terdapat sekitar 693 SD dan 249 MI.¹

Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa yang bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat. Agar bisa mempertahankan eksistensinya, sekolah dituntut untuk dapat memasarkan madrasahnyanya..² Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain itu ditujukan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menari minat sejumlah calon siswa.³

Berdasarkan hal ini penyelenggara pendidikan juga dituntut untuk kreatif dalam menggali keunikan dan keunggulan Madrasahnyanya agar dibutuhkan dan kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang

¹http://refrensi.data.kemdikbud.go.id/indek11_sd.php?kode=050000&level=1 Data Referensi Pendidikan, 15Juni222

² Engkoswara, Mahmud, Pengantar Pemasaran Modern, (Yogyakarta: UUP AMP YKPN, 2005), hlm.14

³ Muhaimin, dkk, Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam penyusunan Pengembangan Sekolah/ Madrasah, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 101

menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Strategi dirancang untuk memastikan tujuan organisasi dapat dicapai dengan tepat. Strategi dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai cara, taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategic organisasi.

Kepala Madrasah merupakan pemimpin pendidikan yang menempati posisi terdepan dan strategis dalam mengatur jalannya proses pembelajaran, administrasi dan hubungan antara sumber daya manusia, baik antara sesama guru, staf atau karyawan dan masyarakat lingkungannya serta antara Madrasah dan wali murid. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Amantembun yaitu kepala Madrasah menempati terdepan dalam arena belajar mengajar yang dipimpinnya dan secara fungsional ia adalah puncak tanggung jawab atas proses pembelajaran yang berlangsung.⁴

Strategi kepala sekolah dalam meningkatkan peserta didik berarti suatu cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan sekolah dengan tujuan menarik calon siswa agar mereka mendaftar dan bersekolah di sekolah yang dipromosikan. Pelaksanaan strategi kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik dengan jasa pendidikan sekolah yang tepat akan memicu tumbuh kembangnya pendidikan di dalam suatu lembaga pendidikan.⁵ Dengan kata lain, jika lembaga

⁴ Rina Lestari, Skripsi : “Strategi Madrasah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTSN Sungai Jambu Kabupaten Tanah Datar”, 2018, hlm.4.

⁵ Riska zulmayan, Skripsi ; “Strategi Kepala Madrasah Dalam Mempromosikan MTSS Darul Aman Aceh Besar”, (UIN Ar-Raniry;Banda Aceh,2018), hlm.5.

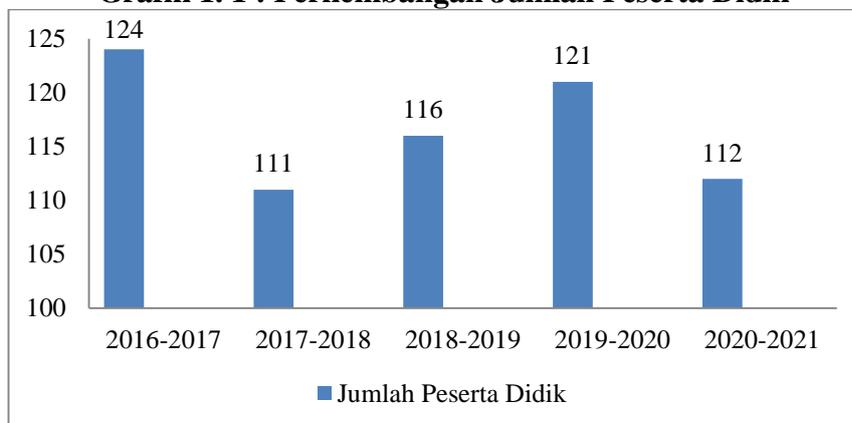
pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan users education sesuai dengan kebutuhan pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan berlaku untuk terus eksis.

Adapun tujuan dari strategi kepala madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah membantu mengelola suatu organisasi untuk memutuskan produk apa yang mesti ditawarkan terlebih dahulu dan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlihat. Di lembaga pendidikan pemasaran bertujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat tentang produk sekolah, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat tentang produk sekolah, membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya, memberi penekanan nilai lebih yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan, dan menstabilkan eksistensi serta kebermaknaan sekolah di masyarakat.⁶

Berdasarkan studi pendahuluan dalam bentuk observasi terkait perkembangan jumlah peserta didik pada bulan Mei 2022 bahwasanya di MI Tarbiyatul Athfal terdapat perkembangan jumlah peserta didik dari tahun 2016-2021. Berikut penggambaran grafiknya perkembangan jumlah peserta didik, sebagai berikut:

⁶ Muhamad Fikri : “Strategi Pemasaran Pendidik Dalam Menarik Minat Siswa Baru di SMKIT Nurul Qolbi Bekasi”, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), hlm.4.

Grafik 1. 1 : Perkembangan Jumlah Peserta Didik



Berdasarkan grafik diatas, jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal menurun, yang disebabkan oleh adanya persaingan 3 sekolah dasar negeri dan 2 sekolah dasar swasta yang ada di sekitar MI Tarbiyatul Athfal. Adanya persaingan ini membuat pelayanan di MI Tarbiyatul Athfal semakin ditingkatkan dan program unggulan yaitu Tahfizul Al-Qur'an, metode mengaji umi, dan lainnya semakin ditingkatkan. Saat ini mayoritas orang tua cenderung lebih menginginkan anaknya mempelajari keilmuan agama islam yang lebih baik, maka orang tua lebih minat menyekolahkan anaknya di MI Tarbiyatul Athfal, meski MI Tarbiyatul Athfal berbasis madrasah swasta.

Berdasarkan pemaparan diatas, MI Tarbiyatul Athfal berusaha semaksimal mungkin untuk selalu memberikan pelayanan jasa yang prima, pelayanan fasilitas dan pembinaan karakter. Dengan demikian hal itu harus disertai dengan strategi Kepala Sekolah. Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik mengambil judul Strategi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MI Tarbiyatul Athfal.⁷

⁷ Hasil observasi di MI Tarbiyatul Athfal, tanggal 9 Mei 2022

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perumusan strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana evaluasi strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan diharapkan mempunyai tujuan yang memberi arah bagi pelaksanaan penelitian dan suatu harapan tertentu yang ingin di capai melalui penelitian tersebut. dalam pelaksanaannya penelitian ini penulis mempunyai tujuan yang hendak di capai yaitu :

1. Untuk mengetahui perumusan strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui evaluasi strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis :

- a. Membantu memperluas ilmu pengetahuan dalam kegiatan meningkatkan jumlah peserta didik pada madrasah/sekolah sehingga dapat meningkatkan jumlah peserta didik.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan ilmiah terkait dengan strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

2. Secara Praktis :

- a. Bagi Sekolah, sebagai bahan evaluasi strategi kepala madrasah/sekolah untuk kedepannya.
- b. Bagi Pembaca, diharapkan bisa menjadi acuan untuk lebih memahami pentingnya strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini memaparkan 4 penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang strategi kepala sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri.

Tabel 1. 1 : Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Peneliti, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian Terdahulu
1.	Rena Lestari, 2018, "Strategi Madrasah dalam Meningkatkan	Memiliki tujuan dalam meningkatkan jumlah peserta	Menggunakan strategi intern dan strategi ekstern.	Dari hasil peneltian bahwa strategi intern dengan meningkatkan

	Jumlah Peserta Didik di Mtsn Sungai Jambu Kabupaten Tanah Datar”.	didik.		kualitas peserta didik, dan memperbaiki sarana dan prasarana. Sedangkan strategi ekstern dengan melalui turun dakwah dan pembuatan brosur.
2.	Wibowo Rahmanto, 2017, “Strategi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di MIN Melikan Rongkop Gunungkidul”	Menggunakan metode penelitian yang sama.	Melakukan inovasi dan formulasi terhadap strategi pemasaran lembaga pendidikan madrasah.	Bahwa strategi kepala madrasah yang digunakan adalah keunggulan produk pendidikan untuk promosi, gratis biaya pendaftaran dan kerjasama dengan <i>stakeholder</i> .
3.	Skripsi dari Ujang Syarif Hidayatullah, 2010, “Strategi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik”.	Sama-sama dalam meningkatkan jumlah peserta didik.	Lebih membangun dan mengembangkan promosi dan minat	Mengidentifikasi audience sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, menyeleksi saluran komunikasi, menentukan jumlah anggaran promosi dan mengolah proses komunikasi. Dalam pelaksanaan, diperlukan adanya kerjasama antar pihak luar.

Dari ke tiga penelitian terdahulu memberikan pandangan tersendiri mengenai Strategi Kepala Madrasah. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengangkat judul Strategi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri.

Penelitian ini akan mencoba menggali tentang upaya strategi yang diterapkan oleh Kepala Madrasah di MI Tarbiyatul Athfal Ngasem Kabupaten Kediri dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

F. Definisi Istilah

1. Strategi

Secara umum strategi merupakan suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan yang mana berkaitan dengan belajar mengajar⁸

2. Kepala Madrasah

Kepala Madrasah bertanggung jawab atas manajemen pendidikan secara mikro, yang secara langsung berkaitan dengan proses pembelajaran di Madrasah.⁹

3. Peserta Didik

Peserta didik dapat diartikan sebagai individu yang secara sadar ataupun karena pengaruh dari orang yang peduli akan individu tersebut untuk dapat mengembangkan potensi yang ada pada dirinya dengan menuntut ilmu untuk cita-cita dimasa mendatang yang lebih baik.¹⁰

⁸ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm 22

⁹ Rina Lestari, Skripsi : “Strategi Madrasah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTSN Sungai Jambu Kabupaten Tanah Datar”, (Batusangkar:IAIN Batusangkar, 2018), hlm.33.

¹⁰ Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, (Bnadung:ALFABETA,2011), 3