

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Strategi Kepala Madrasah

#### 1. Pengertian Strategi Kepala Madrasah

Kata strategi diambil dari bahasa Yunani yaitu *strategegos* yang berarti memimpin.<sup>7</sup> Bentuk istilah strategi dipakai dalam dunia militer sebagai upaya penggunaan kekuatan militer dalam memenangkan suatu pertempuran. Individu yang memiliki peran dalam mengelola strategi guna memenangkan pertempuran sebelum melakukan tindakan dapat dilakukan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dilihat dari sudut pandang kuantitas dan kualitas.<sup>8</sup>

Berdasarkan hal tersebut umat Islam menanggapi hal ini digunakan sebagai teknik dalam peperangan. Peperangan yang dilakukan dalam Islam tidak disebutkan secara jelas manajemen yang baik sehingga dalam hal ini akan dijadikan patokan bagi umat Islam dalam mempertahankan agama serta barisan yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan surat As-shaff ayat 4 sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ  
بُنْيَانٌ مَرْصُوصٌ (٤)

Artinya : Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.

---

<sup>7</sup> Triton PB, *Manajemen Strategis Terapan Perusahaan dan Bisnis*, (Yogyakarta : Tugu Publiser, Cet. I,2007), 13.

<sup>8</sup> Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2008), 125.

Hal tersebut yang menjadi latar munculnya strategi militer yang digunakan guna menerobos barisan. Sedangkan jika diaplikasikan dalam dunia pendidikan strategi memiliki makna untuk rencana yang dirangkai dan didesain untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Terdapat dua hal yang dapat digali berdasarkan pengertian strategi yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi yaitu bentuk rencana dari tindakan yang akan dilakukan termasuk penggunaan metode serta penggunaan berbagai sumber daya dan kekuatan. Hal ini berarti menyusun suatu strategi yang baru sampai pada proses penyusunan rencana kerja sebelum melakukan tindakan.
- b. Strategi disusun berdasarkan tujuan tertentu dengan maksud keputusan yang diambil adalah pencapaian tujuan. Berdasarkan hal tersebut pelaksanaan penyusunan langkah-langkah, pemanfaatan fasilitas dan sumber belajar ditujukan untuk mencapai target yang telah ditentukan. Sehingga sebelum strategi dilakukan perlu adanya perumusan tujuan yang akan dicapai dan mampu diukur hasil akhir.

Berdasarkan sudut pandang pendidikan strategi dijadikan sebagai bentuk usaha yang sistematis serta tertata cara berkelanjutan guna memperbaiki kualitas pelayanan pendidikan, sehingga memiliki fokus pengembangan peserta didik, orang tua peserta didik, output pendidikan, tenaga kerja, serta pemerintah dan masyarakat. Bentuk pelayanan pendidikan yang dilakukan melalui beberapa langkah yaitu dengan menganalisis kebutuhan dan keinginan, harapan komunitas pendidikan atau stakeholder sebagai pihak pengambil keputusan, dan memanfaatkan potensi yang ada sebagai kesempatan mencapai tujuan yang ditentukan.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 216.

Lembaga pendidikan berbasis Islam khususnya Madrasah Ibtidaiyah merupakan pihak yang memiliki pengaruh besar dalam menghasilkan pendidikan yang bermutu terutama dalam keagamaan. Hubungan strategi dengan lembaga pendidikan dapat diartikan sebagai upaya dalam perencanaan dan pengaplikasian dari tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini menjadikan pemimpin atau kepala sekolah memiliki bagian yang penting dalam mengambil keputusan. Kepala sekolah mampu mengatur berbagai elemen pendidikan yang mencakup tenaga pengajar, peserta didik, staf madrasah dengan tujuan mencapai target yang telah ditentukan dengan strategi yang telah direncanakan.

Kepala sekolah memiliki tanggung jawab dalam mengatur strategi, merencanakan sekaligus melaksanakan manajemen kelembagaan pendidikan. Hal ini sesuai dengan ajaran agama Islam yang membahas kepemimpinan. Pentingnya kepemimpinan dalam suatu organisasi atau komunitas dapat diambil dari Alquran sesuai dengan surat Al-Baqarah ayat 30 dan surat Al-A'raf ayat 69 yaitu sebagai berikut:

Surat Al-Baqoroh ayat 30

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً  
 قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِىْهَا مَنْ يُّفْسِدُ فِىْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَحَنُوْۤنُ  
 نُّسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا

تَعْلَمُوْنَ ﴿۳۰﴾

Artinya : *Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa*

*Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."*

Surat al-a'rof ayat 69

أَوْعَجِبْتُمْ أَنْ جَاءَكُمْ ذِكْرٌ مِنْ رَبِّكُمْ عَلَى رَجُلٍ مِّنْكُمْ  
لِيُنذِرَكُمْ<sup>٦٩</sup> وَأَذْكُرُوا<sup>٦٩</sup> إِذْ جَعَلَكُمْ خُلَفَاءَ مِنْ بَعْدِ قَوْمِ  
نُوحٍ وَزَادَكُمْ فِي الْخَلْقِ بَضْطَةً<sup>٦٩</sup> فَادْكُرُوا<sup>٦٩</sup> آيَاءَ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ  
تُفْلِحُونَ<sup>٦٩</sup>

Artinya : *Apakah kamu (tidak percaya) dan heran bahwa datang kepadamu peringatan dari Tuhanmu yang dibawa oleh seorang laki-laki di antaramu untuk memberi peringatan kepadamu? dan ingatlah oleh kamu sekalian di waktu Allah menjadikan kamu sebagai pengganti-pengganti (yang berkuasa) sesudah lenyapnya kaum Nuh, dan Tuhan telah melebihkan kekuatan tubuh dan perawakanmu (daripada kaum Nuh itu). Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*

Maka keberhasilan yang dicapai oleh organisasi atau lembaga pendidikan sangat

ditentukan oleh pemimpin dalam mengolah tenaga yang ada.

Dalam permendiknas nomor 28 tahun 2010 tentang penugasan guru sebagai kepala madrasah, bab I ketentuan umum, pasal I menyatakan bahwa kepala madrasah adalah guru yang diberi tugas tambahan untuk memimpin taman kanak-kanak atau roudhotul athfal (TK/RA), taman kanak-kanak luar biasa (TKLB), sekolah dasar/madrasah ibtidaiyah (SD/MI), sekolah dasar luar biasa (SDLB), sekolah menengah pertama/madrasah tsanawiyah (SMP/MTs), sekolah menengah luar biasa (SMPLB), sekolah menengah atas/madrasah aliyah (SMA/MA), sekolah menengah atas luar biasa (SMALB), sekolah menengah Kejuruan/Madrasah aliyah kejuruan (SMK/MAK).

Kepala madrasah tersusun dari dua kata yaitu kepala dan madrasah. Kepala diartikan pemimpin atau pemegang organisasi, sedangkan madrasah berarti tempat untuk mencari ilmu. Sehingga dapat diartikan bahwa kepala madrasah merupakan pihak yang secara fungsional guru dengan tugas memimpin dan mengelola madrasah sebagai tempat belajar mengajar dan terjadinya interaksi antara guru dengan peserta didik. Memimpin diartikan sebagai upaya dalam menggerakkan, mengarahkan, membimbing serta membina. Dalam hari ini kepala madrasah dikaitkan dengan sikap leadership yang memiliki kepemimpinan atas suatu keputusan.<sup>10</sup>

Keberhasilan dari suatu pendidikan dapat ditentukan dari keputusan kepala madrasah dalam merencanakan dan melaksanakan keputusan. Kepala madrasah bertanggung jawab dengan kinerja guru, administrasi madrasah, serta pemeliharaan sarana dan prasarana penunjang

---

<sup>10</sup> Donni Juni Priansa, *Menjadi Kepala Sekolah Dan Guru Profesional*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hlm 36

kegiatan pendidikan. Berikut adalah beberapa kompetensi dasar manajerial yang harus dimiliki oleh kepala madrasah:

a. Keterampilan teknis

Keterampilan teknis memiliki hubungan erat dengan pengetahuan dan metode yang digunakan oleh kepala sekolah dalam menyelesaikan tugas ataupun tanggung jawab tertentu.

b. Keterampilan manusiawi

Keterampilan manusiawi berarti kemampuan yang dimiliki oleh pemimpin dalam melakukan tanggung jawab dengan orang lain secara efektif dan terbentuknya kerjasama.

c. Keterampilan konseptual

Keterampilan dalam hal ini yaitu itu kemampuan berpikir, melakukan analisa, dan memutuskan kesepakatan dalam pemecahan masalah secara tepat. Sehingga diperlukannya pemahaman terhadap lembaga yang bertindak secara menyeluruh atas dasar kebaikan bersama.<sup>11</sup>

Dari dimensi kompetensi kepala madrasah diharapkan akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengelolaan dan penyelenggaraan pendidikan pada madrasah, sehingga mutu layanan dan output yang dihasilkan akan dapat bersaing dengan sekolah dan madrasah lain.

## 2. Konsep Strategi Kepala Madrasah

Kepala madrasah memiliki peran sebagai *leader* memberikan cerminan dan tanggung jawab kepada seluruh masyarakat di lingkungan madrasah dengan mencerminkan etos kerja yang positif guna mencapai tujuan yang telah ditargetkan.

---

<sup>11</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), hlm 107

Fungsi kepemimpinan dalam hal ini yaitu untuk melakukan kontrol terhadap aktivitas yang dilakukan oleh guru serta peserta didik yang berada di lingkungan akademik.<sup>12</sup>

Adapun peran kepala madrasah berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan Nasional (Mendiknas) Nomor 162 tahun 2003 tentang pedoman penugasan guru sebagai kepala sekolah disebutkan bahwa tugas kepala sekolah sebagai educator, manajer, administrator dan supervisor, leader, entrepreneur, dan climate creator. Tugas-tugas tersebut sering disingkat dengan EMASLEC. Sedangkan dalam perkembangannya kepala madrasah harus mampu berfungsi sebagai educator, manajer, administrator, supervisor, leader, innovator, dan motivator (EMASLIM).<sup>13</sup>

Berdasarkan sudut pandang pemerintah kepala madrasah dalam memenuhi kualifikasi akademik serta kompetensi yang merupakan ketetapan dari Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 30 Tahun 2007 Tentang Standar Kepala Sekolah Madrasah bahwa terdapat 5 dimensi kompetensi yang harus dipenuhi oleh kepala madrasah yaitu kepribadian manajerial kewirausahaan supervisi serta sosial. Kepemimpinan yaitu wujud dari sikap yang dilakukan oleh seseorang dalam memimpin serta menjalankan tugas yang diemban dalam mengelola organisasi dengan berbagai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini diberlakukan kepada ada kepala madrasah yang merupakan pimpinan tertinggi dalam lembaga pendidikan tanggung jawab sebagai pihak yang mengkonsep, merencanakan, serta melakukan manajerial dari kelembagaan pendidikan.

---

<sup>12</sup> Wahyosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*, (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2001), 90.

<sup>13</sup> Donni Juni Priansa, *Menjadi Kepala Sekolah Dan Guru Profesional*, 83-85.

Berdasarkan hal tersebut dengan tujuan menunjang berbagai keberhasilan dalam perekrutan peserta didik, maka lembaga pendidikan harus memiliki strategi yang unggul dalam menarik minat masyarakat untuk menempatkan anak kepada lembaga pendidikan tersebut. Disisi lain madrasah harus memiliki mutu pendidikan yang tinggi sehingga menjadi daya unggul dalam sistem pendidikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa lembaga pendidikan dengan kriteria mutu dan strategi untuk memiliki peluang yang lebih tinggi dalam menarik peserta didik baru.<sup>14</sup>

Bentuk upaya dalam rencana manajemen strategi oleh kepala madrasah dapat dilakukan dengan analisis SWOT yang mencakup kelebihan yang dimiliki dan menggali berbagai daya unggul yang mampu mendongkrak lembaga pendidikan tersebut, melakukan analisis kelemahan yang dimiliki dengan tujuan mampu mencari jalan keluar dan memperbaiki menjadi lebih baik, melakukan analisis hambatan yang dialami salami baik hambatan ringan maupun dalam skala besar, adanya hambatan ini mampu mendongkrak dan menjadi peluang dalam mencapai target, hal utama yang dapat diambil dari analisis SWOT yaitu menjadikan kelemahan menjadi daya unggul yang mampu bersaing dengan lembaga lain. Setelah kelemahan dan hambatan dapat diselesaikan dengan baik maka lembaga pendidikan memiliki peluang yang cukup tinggi dalam mengembangkan dan memajukan sumber daya dan hal lainnya.<sup>15</sup>

Setelah analisis SWOT dilakukan maka hal lain yang perlu dilakukan yaitu mengubah berbagai kelemahan dan hambatan yang dimiliki menjadi keberhasilan. Hal ini dapat dilakukan melalui meminimalisir resiko kegagalan dalam menjalankan

---

<sup>14</sup> Sufyarm, *Kapita Selektta Managemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 139.

<sup>15</sup> E. Mulyasa, *Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan Kemandirian Guru dan Kepala Sekolah*. cet.V, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2013), 47.

program. Sehingga dalam analisis SWOT mampu memberikan titik temu dalam meningkatkan daya unggul dan daya saing.<sup>16</sup> Berdasarkan hal tersebut kepala sekolah atau pemimpin dalam lembaga pendidikan dapat melakukan strategi yang efektif dalam pengembangan dan mencapai tujuan yang ditetapkan dalam perekutan siswa baru yaitu sebagai berikut:

a. Konsep Marketing Lembaga Pendidikan

Berdasarkan konteks lembaga pendidikan pemasaran atau marketing merupakan bentuk pengolahan cara sistematis yang didasarkan pada nilai-nilai yang dijadikan promosi misi lembaga pendidikan berdasarkan kebutuhan dari stakeholder ataupun masyarakat pada umumnya.<sup>17</sup>

Pengertian marketing atau pemasaran merupakan bentuk proses yang dilakukan secara manajerial antara individu ataupun kelompok dengan tujuan mendapatkan kebutuhan dan mewujudkan target yang telah ditentukan pada perencanaan.<sup>18</sup>

Berdasarkan berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa proses sosial merupakan inti atau sumber utama dari pengelolaan. Hal ini dikarenakan masyarakat merupakan bentuk dari komunitas yang membutuhkan pendidikan, membutuhkan interaksi sosial pendidikan yang telah dijalankan. Hal yang menjadikan proses sosial dalam manajerial memiliki tujuan guna mendapatkan kebutuhan yang diinginkan berdasarkan penciptaan dan

---

<sup>16</sup> Mohammad Mustari, *Managemen Pendidikan*, 19.

<sup>17</sup> Muhaimin, *Managemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 97.

<sup>18</sup> Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2013), 1.

penawaran pertukaran produk yang memiliki nilai berdasarkan pendidikan.<sup>19</sup>

Manajemen strategi dapat dilakukan dalam berbagai cara yaitu melakukan penjelasan terhadap visi dan misi yang dimiliki, melakukan analisis terhadap tanggung jawab yang dimiliki oleh berbagai pihak, menggali dan memahami bentuk lingkungan internal dan eksternal, menetapkan tujuan dan sasaran yang akan dicapai oleh lembaga dalam masa tertentu, melakukan pengembangan terhadap strategi yang ditentukan, dan melakukan aplikasi terhadap rencana atau tujuan tersebut.<sup>20</sup>

Berdasarkan tujuan dari pendidikan islam yang bermaksud untuk melakukan perubahan lebih baik terhadap umat islam.<sup>21</sup> Berdasarkan pendapat dari Muhaimin yang menyatakan bahwa perubahan merupakan alat. Tujuan perubahan merupakan bentuk peningkatan kualitas pendidikan dengan harapan sekolah atau madrasah mampu menyelenggarakan serta mengelola sistem pembelajaran secara profesional. Pengelolaan sistem pendidikan yang memiliki kualitas tinggi dalam jangka panjang mampu menjamin pelayanan yang prima serta memiliki tanggung jawab terhadap kinerja pendidikan seperti kinerja staf, kinerja guru kinerja tenaga kependidikan serta bentuk output dari siswa yang memiliki daya saing.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), 229.

<sup>20</sup> M. Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Companies*, (Yogyakarta: CV. ANDI, 2007), 10.

<sup>21</sup> Nur Efendi, *Manajemen Perubahan di Pondok Pesantren: Kontribusi Teoritik Dan Praktik Pengelolaan Perubahan Sebagai Upaya Pewarisan Tradisi dan Menatap Tantangan Masa Depan*, 87.

<sup>22</sup> Muhaimin, *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Sekolah, Madrasah dan Perguruan Tinggi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 193.

Berdasarkan sudut pandang pemasaran jasa, maka produk yang ditawarkan dalam hal ini yaitu bentuk reputasi prospek, serta variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan dalam menawarkan reputasi serta menawarkan mutu pendidikan yang tinggi memiliki prospek masa depan pada peserta didik dengan output yang bervariasi sehingga mampu memiliki keunggulan dalam daya saing. Dengan kata lain lembaga pendidikan memberikan respon positif terhadap masyarakat dan memenuhi keinginan masyarakat penerimaan jasa pendidikan yang berkualitas dan mampu dipertanggungjawabkan.

Bentuk variasi program unggulan yaitu sistem yang diterapkan oleh madrasah atau sekolah. Penyerapan melalui program yang diterapkan mampu menciptakan produk dan layanan jasa pendidikan yang berkualitas dan mampu menerapkan tujuan yang telah ditetapkan. Bentuk produk serta layanan jasa merupakan titik dimana strategi yang digunakan penerapan di lembaga pendidikan sesuai dengan kemampuan tenaga sumber daya manusia, kebutuhan serta keinginan dari lembaga pendidikan masyarakat dan peserta didik.

Bentuk perencanaan dalam strategi pentik dilakukan dengan tujuan mampu meraih tujuan yang telah ditetapkan dan sasaran masa depan, selain itu pentingnya perencanaan dapat menciptakan daya unggul dan daya saing yang kompetitif. Berikut ini merupakan model dari strategi yang dapat dilakukan diantaranya yaitu:

- 1) Model based, merupakan bentuk kondisi serta karakteristik dari lingkungan eksternal yang dijadikan input pokok dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam organisasi atau lembaga. Hal ini memiliki arti bahwa tujuan organisasi dapat diperoleh dari lingkungan eksternal yang lebih dominan jika

dibandingkan lingkungan internal dalam suatu lembaga atau organisasi.

- 2) Resource based merupakan bentuk tujuan dari suatu lembaga atau organisasi yang diperoleh dari lingkungan internal. Sehingga dalam penentuan target dan sasaran lingkungan internal memiliki peran dominan dibandingkan lingkungan eksternal.<sup>23</sup>

Sedangkan dalam menentukan komponen utama dalam strategi marketing membutuhkan berbagai hal sebagai berikut:

- a) Konsep marketing

Konsep marketing atau pemasaran merupakan bentuk menggalangi dan mengidentifikasi kebutuhan yang diperlukan untuk menciptakan hal baru dengan daya unggul dan daya saing yang kompetitif.<sup>24</sup>

- b) Fungsi marketing

Marketing dalam penerapannya memiliki fungsi diantaranya yaitu mampu mewujudkan dan mengimplementasikan tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. Sedangkan dalam dunia pendidikan fungsi marketing dimaksudkan untuk membentuk citra positif dari lembaga pendidikan dan mampu menarik jumlah siswa baru sehingga keberlangsungan lembaga pendidikan dapat berjalan dengan lancar.<sup>25</sup>

- c) Manajemen marketing

Manajemen marketing terdapat dua dimensi yaitu dimensi social dan manajerial. Dimensi social dapat dilakukan dengan melakukan promosi pada masyarakat dengan

---

<sup>23</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Managemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2009), cet ke-2, 64-65.

<sup>24</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Managemen Efektif*, (Yogyakarta, 2015), 19.

<sup>25</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Managemen Efektif*, 21.

menawarkan dan mengidentifikasi kebutuhan dari masyarakat.<sup>26</sup> Sedangkan dilihat dari sudut pandang dimensi manajerial merupakan bentuk pemasaran produk kepada masyarakat, sehingga target dapat tercapai dengan pemasaran yang dilakukan.<sup>27</sup>

d) Memahami produk dan jasa

Produk dan jasa merupakan hal pokok yang menjadi bahan dalam pemasaran. Hal ini produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang memiliki nilai jual dan ditawarkan kepada masyarakat baik untuk dipakai, dikonsumsi, atau digunakan dalam bentuk lain. Sedangkan jasa merupakan bentuk tenaga atau pelayanan yang memiliki nilai juga yang dibutuhkan oleh orang lain tanpa menghubungkan perpindahan kepemilikan.<sup>28</sup>

e) Lingkungan pemasaran

Lingkungan pemasaran merupakan kekuatan yang hadir dan berasal dari luar pemasaran dan mampu memberi pengaruh terhadap manajemen pemasaran. Pengaruh ini dapat muncul dan mempengaruhi sasaran pemasaran berjalan lancar. Terdapat dua lingkungan yang mempengaruhi pemasaran yaitu lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro merupakan lingkungan yang datang dari unsur internal, dalam lembaga pendidikan lingkungan internal yaitu lembaga dan elemen dari sekolah tersebut.<sup>29</sup> Sedangkan lingkungan makro merupakan lingkungan yang muncul dari

---

<sup>26</sup> Khilip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Managemen Pemasaran, edisi 12 jilid 1*, (Yogyakarta: Indeks, 2009), 6-7.

<sup>27</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Managemen Efektif*, (Yogyakarta, 2015), 25.

<sup>28</sup> Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2013), 259.

<sup>29</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Managemen Efektif*, (Yogyakarta, 2015), 36.

lingkungan luas yang meliputi penduduk atau masyarakat, kondisi ekonomi, kondisi politik dan budaya dalam suatu tempat dan memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan lembaga pendidikan.<sup>30</sup>

f) Perilaku konsumen

Perilaku konsumen dapat dinilai penting karena konsumen dapat menentukan tingkat keberhasilan dari target dan sasaran yang ditentukan. Tingginya tingkat daya beli produk oleh konsumen menandakan produk yang diproduksi dapat diterima dan dibutuhkan oleh masyarakat. Sedangkan untuk jasa yang diminati oleh konsumen menandakan layanan yang diberikan memiliki citra positif dan mampu bersaing dengan jasa lainnya.

Perilaku konsumen dapat dianalisis dengan menentukan 5W+1H, yaitu melakukan pengelompokan dan analisis kepada siapa produk barang atau jasa tersebut akan ditawarkan, melakukan identifikasi apa saja bentuk barang atau jasa yang diperlukan oleh masyarakat, dimana barang atau jasa tersebut dapat ditemukan menjadi poin yang penting untuk diperhatikan, jangka waktu penggunaan produk dan jasa menjadi faktor penting dalam analisis dasar perilaku konsumen, serta mengapa dan bagaimana konsumen harus membeli dan menggubakab barang atau jasa yang ditawarkan.

Sehingga dalam hal ini diperlukan adanya daya unggul dan daya saing yang kompetitif sehingga memiliki citra positif terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang ditawarkan.

---

<sup>30</sup> Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Rama Widya, 2012), 69-88.

### **3. Langkah-langkah strategi pemasaran madrasah sebagai upaya meningkatkan penerimaan peserta didik baru.**

#### **a. Identifikasi pasar**

Tahap pokok yang perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan yaitu melakukan identifikasi terhadap pasar tidak dilakukan penelitian atau riset dengan tujuan mengetahui kondisi dan peluang yang menjadi kepentingan dalam upaya meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Hal ini diperlukan pula pemetaan atau pemisahan dari berbagai kepentingan kepentingan yang terdapat pada lembaga pendidikan ataupun madrasah.

#### **b. Segmentasi pasar dan positioning**

Setelah melakukan identifikasi pasar langkah yang dilakukan dalam strategi pemasaran madrasah yaitu melakukan segmentasi pasar dan positioning. Penentuan dari atribut-atribut yang dijadikan pokok penting dalam pendidikan sehingga secara umum dapat melakukan pemilihan berdasarkan karakteristik tertentu seperti demografi psikografi geografi maupun bentuk dari perilaku. Sehingga dengan adanya segmentasi pasar dalam hal ini mampu memberikan kemudahan bagi lembaga pendidikan dalam menentukan karakteristik dan kebutuhan pasar pada masyarakat terhadap dunia pendidikan.

#### **c. Diferensial Produk**

Diferensiasi produk merupakan bentuk pembedaan yang dilakukan oleh suatu lembaga sehingga mampu memberikan kesan khusus atau ciri khas sehingga memunculkan minat dari konsumen untuk lebih cenderung memilih dan menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan. Sedangkan dalam lembaga pendidikan dalam hal ini dapat berarti memiliki slogan dan logo yang unik sehingga mampu dikenal dan diterima oleh masyarakat. Hal lain

yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan fasilitas yang lebih dalam pendidikan seperti fasilitas internet yang aman sehingga mampu menunjang pembelajaran siswa dan guru.<sup>31</sup>

d. Komunikasi

Komunikasi merupakan upaya penyampaian informasi dari lembaga pendidikan kepada masyarakat mengenai tujuan baik posisi ataupun misi, program, keunggulan, sampai pada bentuk materi yang secara umum mampu menarik perhatian masyarakat dalam menilai suatu lembaga tersebut memiliki citra positif dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

**4. Penerimaan Peserta Didik Baru**

Berdasarkan bahasa Arab kata peserta didik diambil dari kata *tholib* yang berarti seseorang yang menuntut ilmu. Sedangkan berdasarkan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 Ayat 4 menyatakan bahwa peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu.

Penerimaan peserta didik baru dapat diartikan sebagai proses dalam pencarian, menarik dan menentukan peserta didik untuk melakukan sistem pembelajaran di lembaga pendidikan yang ditentukan. Berdasar hal tersebut penerimaan peserta didik baru yaitu upaya penjangkaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam menarik minat calon peserta baru mengenyam pendidikan berdasarkan persyaratan yang telah ditentukan dari lembaga pendidikan yang dituju. Sehingga dalam hal ini perlu adanya upaya dari lembaga pendidikan atau pemimpin dalam hal ini kepala madrasah berdasarkan pedoman penerimaan peserta didik baru oleh Dirjen Pendidikan Dasar

---

<sup>31</sup> Fatah Syukur, *Manajemen Pendidikan Berbasis pada Madrasah*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2011), 183.

(DIKNAS) dan Dirjen Pendidikan Menengah (DIKMEN).

Berikut ini berbagai rangkaian rekrutmen peserta didik baru pada lembaga pendidikan diantaranya sebagai berikut:

1. Melakukan pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru atau PPDB.
2. Menyearluaskan informasi berkaitan dengan penerimaan peserta didik baru yang dilakukan secara terbuka pada lembaga pendidikan.
3. Melakukan seleksi terhadap peserta didik baru berdasarkan kriteria dan ketentuan pada lembaga pendidikan.

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan peneliti sebagai bahan acuan dan perbandingan yaitu sebagai berikut:

1. Skripsi Merry Dita Rahmatika dengan judul “*Upaya Sekolah dalam meningkatkan animo calon peserta didik di Sekolah Dasar (SD) DJogja Green School*”. Penelitian menunjukkan penggunaan strategi pemasaran dalam bentuk promosi dan pembentukan panitia PPDB mampu meningkatkan animo calon peserta didik di Sekolah Dasar (SD) DJogja Green School. Diperlukan pula identifikasi dan analisis pasar dalam poenerapan tujuan yang telah bditentukan dalam menarik calon peserta didik di Sekolah Dasar (SD) DJogja Green School.<sup>32</sup> Persamaan penelitian yang peneliti lakukan oleh Merry Dita Rahmatika terletak pada tujuan yang dilakukan yaitu meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Sedangkan yang membedakannya, penelitian yang dilakukan oleh Merry Dita Rahmatika terfokus pada bagaimana upaya sekolah agar dapat meningkatkan penerimaan peserta didik baru.

---

<sup>32</sup> Merry Dita Rahmatika, “Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD) Jogja Green School”, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2016

2. Skripsi Muslikhatul A'mal dengan judul "*Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Pemalang*". Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat penerapan strategi publik secara intern dan ektern dalam Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Pemalang. Terdapat rata-rata 740 pendaftar baru dalam kurun waktu satu tahun dengan penerapan strategi tersebut.<sup>33</sup> Persamaan pada penelitian yang Muslikhatul A'mal lakukan terletak pada tujuan yaitu meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Sedangkan perbedaannya terletak pada strategi yang dilakukan, dalam penelitian ini lebih mengutamakan pada strategi humas.
3. Edi Sutarno dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Komite Madrasah terhadap Minat Orang tua dalam Menyekolahkan anaknya di MA Darul Falah Bremi Gembong Pati Tahun Pelajaran 2008/2009." Dari penelitian tersebut diketahui bahwa peranan komite MA Darul Falah Bremi Gembong Pati Tahun Pelajaran 2008/2009 termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan perhitungan nilai rata-rata (mean) diperoleh hasil 46,79 berada pada interval 39-50. Minat orang tua menyekolahkan anak di MA Darul Falah Bremi Gembong Pati Tahun Pelajaran 2008/2009 adalah tinggi. Ini berdasarkan nilai rata-rata (mean) yang diperoleh hasil 46,76 dan berada pada interval 39-50. Terdapat pengaruh yang signifikan peranan komite sekolah terhadap minat orang tua menyekolahkan anak siswa kelas X MA Darul Falah Bremi Gembong Pati Tahun Pelajaran 2008/2009. Hal ini dapat dilihat dari analisis statistic yaitu  $F_{reg}$  sebesar 6,59 berada lebih besar dari angka penolakan ( $F_{tabel}$ )

---

<sup>33</sup> Susana Aliyannata, "Manajemen Strategi Humas Dalam Promosi Penerimaan Siswa Baru Di MTs N 2 Simo Tahun Pelajaran 2015/2016", Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta, 2016.

dalam taraf signifikan 5% (4,07).<sup>34</sup> Persamaan pada penelitian yang Edi Sutarno lakukan terletak pada tujuan yaitu meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Sedangkan perbedaannya terletak pada komite sekolah yang melakukan semua strategi.

### C. Kerangka Berfikir

Sekolah merupakan salah satu unit penting yang keberadaannya tidak bisa dilepaskan dari masyarakat. Oleh karena itu, suatu lembaga pendidikan harus meningkatkan mutu pendidikannya. Selain itu, sekolah juga dihadapkan pada berbagai macam tuntutan lokal, sehingga kepedulian masyarakat terhadap pengembangan pendidikan di sekolah menjadi suatu keniscayaan. Sehubungan dengan itu, upaya kepala madrasah dalam merekrut peserta didik baru sangat dibutuhkan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang kualitas madrasah tersebut agar masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anaknya serta minat calon peserta didik baru itu juga akan muncul.

Sebagai landasan dalam perencanaan manajemen strategic, kepala madrasah harus melakukan analisis SWOT yang digunakan untuk mengetahui kekuatan (strength), kelemahan (weakness) dan peluang (opportunities) serta hambatan (traith), yang paling penting adalah bagaimana menjadikan kelemahan menjadi kekuatan dan menjadikan tantangan menjadi peluang. Dari hasil analisis SWOT, maka langkah berikutnya adalah memilih langkah-langkah pemecahan (peniadaan) persoalan, yakni tindakan yang diperlukan untuk mengubah fungsi yang tidak siap menjadi fungsi yang siap. Sehingga dengan adanya analisis ini akan dapat meminimalisir resiko kegagalan dan memaksimalkan peluang keberhasilan. Dengan begitu kepala madrasah dapat menyusun strategi apa saja yang akan dilakukan

---

<sup>34</sup> Dikutip dari Skripsi Karya Edi Sutarno tentang “Pengaruh Komite Madrasah terhadap Minat Orang Tua dalam Menyekolahkan Anaknya di MA Darul Falah Brengi Gembong Pati Tahun Pelajaran 2008/2009”. Sekolah Tinggi Negeri Agama Islam Kudus Tahun 2009

untuk memperoleh peserta didik baru yang sesuai dengan harapan dan tujuan yang ditetapkan.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

