

ANALISIS KEBIJAKAN KEPALA MADRASAH ALIYAH NEGERI PACITAN

DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TAHUN 2012/2013

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan Kepada
Program Studi Manajemen Pendidikan
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen Pendidikan



Oleh

KUN WINARNI

NIM : Q 100110211

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN PROGRAM
PASCASARJANA**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

PUBLIKASI ILMIAH

ANALISIS KEBIJAKAN KEPALA MADRASAH ALIYAH NEGERI PACITAN

DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN TAHUN 2012/2013

Oleh :

KUN WINARNI

NIM.Q 100110211

Publikasi Ilmiah ini telah disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pada hari dan tanggal, Sabtu, 05 Oktober 2013

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Dr. Eko Supriyanto

Dosen Pembimbing II



Dr. Sumardi, Msi

Policy Analisis from the Headmaster of Madrasah Aliyah Negeri Pacitan in Marketing Education Service in 2012/2013.

¹Kun Winarni, ²Eko Supriyanto, ³ Sumardi

¹Tenaga Pendidik Kabupaten Pacitan

²Staf Pengajar UMS Surakarta

³Staf Pengajar UMS Surakarta

Abstract

The headmaster is often regarded as the most dominant factor, because the headmaster has the authority to create a policies. The purpose of this study was: (1) to determine the headmaster strategy of Madrasah Aliyah Negeri Pacitan in making policies related to Marketing Education service; (2) to determine the success of the headmaster policies Madrasah Aliyah Negeri Pacitan in Marketing Education Service.

This study is a qualitative research, qualitative research processes tend to use inductive process, which is on going at the conclusion of the data obtained, the research is not static but dynamic in nature can thrive turn while walking. Data collection techniques using three methods: interview, observation, and documentation. The research was conducted in Madrasah Aliyah Negeri Pacitan started from march until june 2012/2013.

The results showed: (1) the headmaster have strategy to make policies related to Marketing Education Service, they are: making excellent programs, improving the quality of madrasah by maximized activity of extracurricular, adding facilities and basic facilities of madrasah; (2) headmaster trying to prove the efficacy of marketing education service with physical evidence, they are: exterior physical evidence school and inner physical evidence school.

Keywords : Policy Analysis, Headmaster, Marketing of Service Education.

PENDAHULUAN

Kepala Sekolah sebagai manajer dan pemimpin adalah bertanggung jawab dalam melaksanakan kebijakan, dan menyentuh langsung keperluan *stakeholder* pendidikan, khususnya anak didik. Dan untuk mencapai peningkatan mutu sekolah, maka kepala madrasah sebagai petugas profesional dituntut untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi kebijakan pendidikan Direktorat Tenaga Kependidikan (2010:1073).

Ketika mencermati sebuah sekolah yakni Madrasah Aliyah Negeri Pacitan, yang didirikan pada tahun 1993 atas inisiatif beberapa tokoh masyarakat yang kemudian tercatat sebagai pendiri Madrasah Aliyah Pacitan, yakni Bapak Drs. Basri Kusyairi .BA, Suparman, BA, dan Bapak Imam Bonasir. Semenjak berdiri sampai sekarang situasi sosial yang berkembang sekolah tersebut mengalami pasang surut yang salah satunya dipengaruhi oleh estafet kepemimpinan.

Sekolah tersebut kini menampakkan eksistensinya ditengah pusaran globalisasi yang semakin tak terbendung. Bahkan terus mencapai kemajuan dalam berbagai bidang. Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya jumlah peserta didik dari tahun ketahun, pembangunan sarana prasarana, dan peningkatan tenaga pendidik dan kependidikan melalui kualifikasi akademik. Prestasi siswa dalam berbagai bidang dan jumlah siswa yang semakin meningkat tahun pelajaran 2009/2010 jumlah siswa baru 744 siswa, dan pada tahun 2012/2013 808 siswa, Karenanya kebijakan sekolah sangat penting diperhatikan.

Ketika program yang dihadirkan oleh Madrasah kurang begitu diterima oleh sebagian masyarakat, tentu menjadi suatu hal yang wajar. Bisa saja hal ini terjadi karena terdapat pemahaman yang kurang utuh tentang konsep dan sistem pendidikan di Madrasah. Sebagian menganggap bahwa pendidikan Madrasah itu belum maju bahkan masih ketinggalan, yang gilirannya melahirkan apresiasi yang sangat rendah. Sikap semacam ini berkat lemahnya minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya di Madrasah yang hanya menjadikan alternatif kedua setelah pendidikan umum.

Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Kabupaten Pacitan nampaknya berhasil mematahkan anggapan dan pencitraan (*image*) semacam itu dengan terus mengupayakan berbagai program yang dibuat oleh kepala sekolah. Program tersebut merupakan bagian dari manifestasi policy, kebijakan dalam suatu organisasi yang dijadikan sebagai pemimpin dituntut untuk memiliki peran penting yang dapat mengubah pola pikir dan perilaku massa secara massif.

Paparan di atas menunjukkan beberapa permasalahan tentang kebijakan Kepala Madrasah yang akan mematahkan anggapan bahwa madrasah belum maju dan masih ketinggalan dari sekolah umum. Dan Madrasah Aliyah Negeri Pacitan sudah menampakan kemajuan dari tahun ketahun, maka munculah suatu masalah yang harus dijawab dan diuraikan supaya kita tau tentang strategi kepala sekolah dalam membuat kebijakan dalam pemasaran jasa pendidikan dan mengetahui tingkat keberhasilan kebijakan kepala madrasah dalam pemasaran jasa pendidikan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penelitian ini mengambil judul *Analisis Kebijakan Kepala Madrasah Aliyah Negeri Pacitan Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan*. Penelitian tesis ini menjadi menarik karena tidak hanya menjawab strategi kepala sekolah terkait dengan Pemasaran Jasa Pendidikan, namun juga membahas secara mendalam mengenai Kebijakan Kepala Sekolah tentang pemasaran Jasa Pendidikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang strategi kebijakan kepala Madrasah Aliyah Negeri Pacitan dan keberhasilan Kepala Madrasah dalam Pemasaran Jasa Pendidikan. Metode penelitian kualitatif ini dipilih sebagai upaya memperoleh jawaban dari permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam dan natural.

Lokasi penelitian akan di fokuskan di Madrasah Aliyah Negeri Pacitan. Sumber data atau informan dalam penelitian ini adalah, kepala sekolah, guru, dan siswa yang ada di lingkungan Madrasah Aliyah Negeri Pacitan. Teknik pengumpulan data adalah menggunakan metode wawancara, metode observasi dan metode dokumentasi.

Dalam hal ini peneliti akan terus mengkaji dan menganalisis berbagai macam data yang telah diperoleh secara seksama. Kegiatan analisis data ini mengacu pada rujukan teoritis yang berhubungan dengan permasalahan

penelitian, yaitu dengan mengambil informasi yang sama dari berbagai informan yang telah dikenal mempunyai sifat jujur dan terbuka. Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Interactive Model dari Miles dan Huberman, (Sugiyono,2012:337) yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu; pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

A.1. gambaran Umum Obyek Penelitian

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Pacitan didirikan pada tahun 1993 yang beralamat di jalan Gatot Subroto no 100 kc Pacitan Kabupaten Pacitan dengan Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 20511338 berdirinya sekolah tersebut merupakan perjuangan masyarakat setempat karena masyarakat yang ada di sekitar itu memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap pendidikan, sehingga dengan kepedulian tersebut bisa mewujudkan pendidikan formal.

A.2. Strategi Kepala Sekolah dalam Pemasaran Jasa Pendidikan

Untuk mengetahui bagaimana strategi Kepala Madrasah Aliyah Negeri Pacitan dalam promosi jasa pendidikan, peneliti menemui langsung kepala sekolah Madrasah Aliyah Negeri Pacitan yaitu bapak Kholid Masruri, M.Si. kepala

sekolah MAN Pacitan mengemukakan berbagai strategi yang telah dibuat untuk membuat kepercayaan masyarakat dalam promosi jasa pendidikan atau untuk menarik siswa yang sudah masuk di MAN Pacitan maupun yang belum, diantaranya yaitu:

1. Membuat program-program unggulan, seperti; pendirian mahad, memenuhi sarana prasarana, membuka program acsel atau percepatan,
2. Memaksimalkan kegiatan ekstra kurikuler, seperti; jurnalistik, mendirikan stasiun radio, dan mukhadhoroh.
3. Promosi pendidikan dengan lewat berbagai mas media atau alat elektronik yang lain, walu sudah memiliki stasiun radio sendiri namun juga kerja sama dengan stasiun radio yang ada di Pacitan seperti RBC FM, RGPA, dan JTV Pacitan.

A.3. Keberhasilan Kebijakan Kepala MAN Pacitan dalam Pemasaran Jasa Pendidikan.

Pada lembaga pendidikan, bukti fisik jasa pendidikan adalah bangunan, gedung sekolah, beserta segala sarana dan prasarana yang terdapat di dalamnya, termasuk bagian dalam dan luar gedung yang terdapat di sekolah. Menurut Alma ada dua macam desain yang harus diperhatikan, yaitu:

- a. desain bagian luar sekolah, yang meliputi desain lapangan parkir sekolah, taman sekolah yang asri, dan kebersihan lingkungan yang asri.
- b. desain bagian dalam sekolah, yang meliputi desain tata ruang sekolah, perabotan sekolah, peralatan sekolah, ventilasi, sirkulasi udara dan lain sebagainya.

b. Desain Bagian Luar Sekolah

Mutu pendidikan dalam lingkungan diartikan bahwa lingkungan sekolah harus mendukung dalam upaya kegiatan belajar mengajar sehingga civitas akademika yang berada di sekolah merasakan kenyamanan dalam beraktifitas. Hal ini menyangkut lokasi dimana sebuah lembaga pendidikan merupakan lingkungan masyarakat dan lingkungan alam disekitarnya.

Terciptanya lingkungan sekolah yang menyenangkan tidak lepas dari keterlibatan semua pihak, bukan hanya kepala sekolah namun termasuk guru/para pendidik dan peserta didik yang merupakan komponen dalam proses pembelajaran di sekolah. MAN Pacitan mencoba menjadikan dirinya sebagai sekolah yang menyenangkan bagi siswa yaitu memiliki lingkungan yang bersih dan halaman yang nyaman untuk peserta didik. Lapangan parkir yang luas dan aman, papan nama sekolah yang dibuat begitu indah dan mudah dilihat oleh masyarakat umum, papan visi misi yang di pasang berama foto kepala sekolah, dan gedung berlantai dua yang sangat megah. Bila melihat kondisi lingkungan

MAN Pacitan secara fisik, dapat dikatakan cukup kondusif, yang berada di tengah kota dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

Selain suasana lingkungan yang secara fisik kondusif, suasana nonfisik juga berada dalam situasi yang sama. Ada rasa kebersamaan atau komunikasi yang cukup baik antar sekolah, masyarakat dan peserta didik itu sendiri. Koordinasi antara pendidik dan siswa yang telah lulus dari sekolah MAN Pacitan, terjalin komunikasi yang baik, guru bukan lagi sebatas pengantar saja yang dimulai ketika masuk sekolah sampai keluar sekolah, atau hanya sebagai pengganti orang tua disekolah, akan tetapi lebih dari itu pendidikan merupakan mitra bagi peserta didik.

c. Desain Bagian Dalam Sekolah

Sebagai institusi pendidikan formal, MAN Pacitan juga menyediakan berbagai fasilitas sarana dan prasarana yang menunjang proses belajar mengajar. Pemenuhan sarana dan prasarana ini tentunya didasarkan pada kebutuhan agar dalam pemanfaatannya dapat berfungsi secara maksimal. Keberadaan alat ini dipandang perlu guna menunjang berjalanya proses pembelajaran yang efektif.

Apabila melihat sarana dan prasarana yang dimiliki oleh MAN Pacitan dapat dikatakan sudah cukup memadai untuk menunjang proses pembelajaran yang berorientasi pada mutu produk atau lulusan. Indikator ini adalah sebagaimana yang peneliti amati, seluruh kelas dilengkapi dengan peralatan pembelajaran seperti *infocus*, *proyektor*, *white board* dan peralatan lain yang

mendukung proses pembelajaran. Selain peralatan pembelajaran semua ruang kelas yang ada di MAN Pacitan sudah ada kipas anginnya dan ventilasi udara yang membuat ruang kelas jadi nyaman dan sejuk.

Pengadaan sarana dan prasarana adalah untuk membantu pencapaian belajar peserta didik, sarana dan prasarana pendidikan yang diadakan di sekolah harus memenuhi kriteria kependidikan (*educational*), kesehatan (*health*), keamanan (*safety*), kebutuhan (*need*), kegunaan (*utility*), dan keuangan (*economy*). Dalam setiap tahunnya pengelolaan sekolah MAN Pacitan berusaha melengkapi peralatan yang sudah ada, baik dengan cara membeli sendiri, dari bantuan pemerintah lewat proposal yang diajukan, maupun hasil dari kenangan para siswa yang telah lulus.

B. Pembahasan

B.1. Kebijakan Kepala Madrasah dalam Pemasaran Jasa Pendidikan

Kebijakan pendidikan dalam konteks etika, melihat kenyataan tindakan pendidikan sebagai suatu proses pemberdayaan peserta didik. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Hope Worren (2001: 44-47) dalam jurnal, yang menjelaskan jika sekolah memiliki kebijakan yang membawa perubahan yang berarti, sangat penting pembuat kebijakan dan pelaksana kebijakan bekerja sama dalam pelaksanaan kebijakan.

Proses pendidikan yang berhasil tidak dapat diukur semata-mata dari target-target naiknya prosentasi untuk semua jenjang dan jenis pendidikan. Kemajuan sekolah diukur dengan banyaknya bangunan, tetapi sejauhmana kurikulum dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitarnya. Sejahteranya proses pendidikan mampu melahirkan masyarakat yang berhasil dan sukses di kampung, di desa dan di kota.

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakkan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya sehingga dalam beberapa tahun ini banyak terjadi merger / penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan. Kemampuan administrator untuk memahami pemasaran jasa pendidikan menjadi prasarat dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya.

Ada komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen. Pemasaran ialah proses transaksional untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan sesuai yang disepakati Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI (2011:333-334).

Dalam perencanaan lembaga, yaitu menentukan visi dan misi sekolah yang dilaksanakan oleh kepala sekolah yang dibantu para staf yang dalam hal ini oleh bidang pendidikan MAN Pacitan. Bidang inilah yang menentukan kebijakan tentang kurikulum apa yang akan dipakai dalam pembelajaran, serta pengadaan sarana atau alat bantu yang mendukung berjalanya proses pembelajaran, dikelas, dan menentukan garis-garis besar program pengembangan. (GBPP).

Penelitian yang dilakukan oleh Leverentt (2007:1-10) dalam jurnal menjelaskan Pemasaran jasa pendidikan bukanlah konsep baru. perencanaan strategis dalam pengaturan pendidikan adalah proses "dari mengembangkan dan mempertahankan cocok strategis antara tujuan lembaga dan kemampuan dan peluang perubahan pemasaran. Sebuah strategi pemasaran tergantung pada pengembangan misi kelembagaan yang jelas, tujuan mendukung dan tujuan, sebuah suara strategi, dan implementasi yang tepat.

Kepala sekolah dapat mengolah sekolah dengan efektif bila komunikasi antar personil sekolah berlangsung baik. Sebab jika sekolah perlu mengkoordinasikan visinya tentang sekolah, membagikan tugas-tugas, mengkoordinasikan tugas, mengevaluasi program kerja kepada guru, pegawai termasuk kepada siswa. Dalam kedua event komunikasi ini baik kepada siswa maupun kepada guru peran komunikasi sangat strategis.

Pengambilan keputusan yang efektif, menjadi tolak ukur kepemimpinan yang efektif pula. Karena itu penggabungan pendekatan ilmiah-rasional, intuitif-

holistik sangat penting bagi setiap kepala sekolah dalam memutuskan para pelanggannya. Kepala sekolah mutlak memerlukan kemampuan berfikir kreatif dalam menjalankan kepemimpinan untuk mengambil keputusan secara tepat. Cara kerja kepala sekolah dan cara ia memandang peranannya sangat dipengaruhi oleh kepribadiannya persiapan dan pengalaman profesionalnya serta ketetapan yang dibuat oleh kepala sekolah dalam memberikan pelayanan.

Kepala sekolah yang efektif mampu memberikan perintah, memberikan inspirasi, membangun kelompok kerja yang kompak, menjadi teladan dan memperoleh penghargaan dari para siswanya.

B.2. Keberhasilan kepala Madrasah dalam Pemasaran Jasa Pendidikan.

Kepala sekolah memaklumi bahwa untuk menciptakan sekolah yang unggul dan berkualitas tidaklah mudah, hal ini terkait dengan teori-teori yang digunakan, waktu, tempat, dan keterlibatan masyarakat dalam membangun sekolah itu. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Beneke JH (2011: 29-44) dalam jurnal, bahwa membangun merek kelembagaan yang kuat itu tidak mudah, dan menarik pelanggan ke dalam suatu hubungan itu juga sangat penting, demi keberhasilan suatu pemasaran jasa pendidikan.

Pelaksanaan merupakan kegiatan untuk merealisasikan rencana menjadi tindakan nyata dalam rangka mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Rencana yang telah disusun tersebut, akan memiliki nilai bila dilaksanakan secara efektif dan efisien. Proses pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri Pacitan dalam

melakukan perencanaan guna menghasilkan produk yang bermutu yaitu dengan cara mengintegrasikan dari manusia (guru dan murid), material, metode, dan alat bantu dalam lingkungan yang kondusif yang nantinya menghasilkan nilai tambah bagi pelanggannya.

Begitu juga dengan Penelitian yang dilakukan oleh Alhroot,A.H.Hussein (2012:130-137) dalam jurnal tentang pemasaran terhadap pelanggan pendidikan, Perspektif kinerja mewakili faktor proses pelayanan dipertimbangkan oleh responden merasa bahwa menyenangkan pelanggan, proses dilayani harus aman, nyaman dan tenang. Dalam rangka untuk memenuhi pelanggan, akomodasi, akses ke daerah alam, informasi pelanggan, transportasi, keuangan dan komunikasi organisasi harus standar yang tinggi. Analisis hasil faktor pemasaran sosial menunjukkan bahwa faktor produk pengembangan manajemen yang meningkatkan produk, mengenali dan menemukan peluang baru dan memajukan layanan pelanggan dan fasilitas

Penelitian yang dilakukan Stimac Helena (2012:23-34) dalam jurnal,tentang pemasaran pendidikan, menjelaskan pemasaran dalam pendidikan memiliki peran yang sangat berbeda, mulai strategi-strategi dalam menarik publik, yaitu dari iklan,

DAFTAR PUSTAKA

- Alhroot,A H Hussein,2012,An Evaluation of Social Marketing in Humanitarian Tourism Requirements by Using Social Networking Sites. *International Journal of Marketing Studies* 4.4.
- Beneka,J.H. 2011, Marketing The Institution to Prospective Students A Review Of Brand (Reputation) Management in Higher Education,*International Journal Of Business and Managenent* 6.1.
- Direktorat Tenaga Kependidikan, 2010, *Akuntabilitas Kinerja Kepala Sekolah dalam Pembelajaran Inovatif*, Jakarta: PT.Bina Tama Raya.
- Hope Worren, 2001, *The Principal's role in educational Policy Implementation*, Pigford Aretha B, Contemporary education 72.1.
- Leverentt,2007, Using A Marketing Approach To Impove Recruitment Retention of African-American Students in A BBA Program. *Academi of Educational Leadersip Journal*.
- Stimac Helena, 2012, *Competitiveness in Higher Education : A Need For Marketing Drientatin And Service Quality*, Economie dan Sociology.
- Sugiono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan ; Kualitatif,Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, 2011, *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.