

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya pendidikan Islam itu setidaknya-tidaknya menyangkut peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan (termasuk di dalamnya tenaga administrasi), kurikulum atau program pendidik, sarana prasarana, biaya atau keuangan, informasi, proses belajar mengajar atau pelaksanaan pendidikan, lingkungan, *output* dan *outcome*, serta hubungan kerja sama/kemitraan dengan *stakeholders* dan lain-lain, yang ada pada kelima jenis pendidikan Islam tersebut (Muhaimin, 2011:6).

Faktor keberhasilan suatu lembaga pendidikan (baca:sekolah) sepertinya tidak dapat di samaratakan antara satu dengan yang lain, sebab setiap sekolah memiliki persoalan tersendiri. Oleh karena itu, sekolah dipengaruhi oleh suatu kebijakan. Kebijakan tersebut dapat berupa berbagai program sekolah yang akan ditempuh termasuk Madrasah Aliyah Negeri juga akan menunjukkan berbagai kebijakan.

Salah satu Kebijakan adalah Promosi pemasaran jasa pendidikan yang sangat penting dilakukan sekolah untuk memasarkan produk jasa pendidikan. Aktivitas promosi jasa pendidikan bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara sekolah dan pelanggan jasa pendidikan, tetapi juga sebagai alat untuk

mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan atau *stakeholder*, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan pada kegiatan atau penggunaan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Alma Bukhari dalam Wijaya (2012:156), pada hakekatnya, promosi adalah "bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan sasaran tentang organisasi dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang ditawarkan organisasi yang menawarkan."

Dengan adanya promosi, sekolah dapat menawarkan jasa pendidikan yang ditawarkan secara efektif dan terbuka kepada masyarakat, sehingga suatu lembaga pendidikan MAN dapat dilihat dengan jelas kemana akan dibawa dan disampaikan, dan sekolah dapat mewujudkan visi dan misinya dengan tepat.

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.

Arus global seringkali diiringi dengan persaingan bebas dalam berbagai bidang, termasuk bidang pendidikan. Persaingan bebas tersebut ditandai dengan semakin menjamurnya sekolah-sekolah baru. Menyikapi hal ini, bagi Madrasah yang bersangkutan tidak memberikan pilihan lain kecuali meningkatkan kualitas pendidikan (*quality of control*) sebagai ide perlawanan (*counter of ideas*). Madrasah dituntut untuk menawarkan program-programnya secara cerdas berdasarkan kebutuhan dalam konteks keyakinan sehingga keberadaan

Madrasah secara fungsional dapat menjawab realitas keseharian. Kebutuhan tersebut antara lain bidang teknologi informasi dan komunikasi, menciptakan lapangan kerja, pembinaan mental dan spiritual, menanamkan sikap yang kritis, dinamis dan mandiri.

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.

Mengapa peneliti memilih Madrasah Aliyah Negeri (MAN), bukan SMAN, karena Madrasah Aliyah Negeri adalah salah satu lembaga pendidikan yang mempunyai nilai Plus atau lebih dibandingkan dengan SMA, diantaranya

kurikulumnya yang berbeda, Madrasah Aliyah pendidikan agamanya lebih banyak dan lebih luas dibandingkan dengan SMA.

Madrasah Aliyah Negeri suatu lembaga pendidikan yang sangat potensial untuk ditawarkan atau dipromosikan yaitu untuk membentuk generasi yang berakhlak mulia dan berwawasan intelektual.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penelitian ini memiliki permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Pacitan dalam membuat kebijakan terkait dengan Pemasaran Jasa Pendidikan?
2. Bagaimana tingkat keberhasilan kebijakan Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Pacitan dalam Pemasaran Jasa Pendidikan ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mendiskripsikan strategi kepala Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Pacitan dalam membuat kebijakan terkait dengan Pemasaran Jasa Pendidikan
- b. Untuk mendiskripsikan keberhasilan kebijakan kepala Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Pacitan dalam Pemasaran Jasa Pendidikan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan sikap dan mental yang profesional dan mampu memberikan gambaran yang jelas terhadap arah dan peran kebijakan baik secara konseptual maupun praktisional.

2. Manfaat praktis

- a. Melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu masukan dan kerangka acuan yang sangat berharga bagi para pengambil keputusan terutama kepala sekolah dalam mengambil kebijakan dalam pemasaran jasa pendidikan.
- b. Menyebar luaskan informasi tentang keberhasilan kebijakan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan.