

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Madrasah merupakan lembaga pendidikan yang lahir dari dan untuk masyarakat, sebab keberadaan madrasah sebagaimana yang kita saksikan saat ini merupakan lembaga yang lahir dari masyarakat dalam rangka untuk mencerdaskan kehidupan anak bangsa. Setelah Indonesia merdeka (1945) didirikan Departemen Agama pada tanggal 3 Januari 1946, pembinaan madrasah menjadi tanggung jawab Departemen Agama (Depag), sejalan dengan itu madrasah semakin berkembang secara kuantitas¹. Pada era tahun 70-an perhatian pemerintah sudah mulai ditunjukkan dengan adanya pembinaan madrasah dengan diluncurkannya Surat Keputusan Bersama (SKB) tiga menteri, Menteri Dalam Negeri, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dan Menteri Agama². Madrasah dengan segala kekurangan dan kelebihan, telah mampu memberikan andil yang positif dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Pada masa yang akan datang kontribusi madrasah terhadap pembinaan sumber daya manusia di tanah air sangat tergantung pada kemampuan madrasah dalam merespon perkembangan dunia pendidikan dan minat masyarakat terhadap pendidikan³. Keberadaan madrasah di pentas pendidikan nasional sangat ditentukan oleh kemampuannya untuk bersaing dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif. Satu bentuk

¹Azumardi Azra, dkk, *Ensiklopedi Islam 3*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru van Hoeve, 2003), hlm.108.

²HAR Tilaar, *Paradigma Pendidikan Nasional*, (Rineka Cipta Jakarta 2004) hlm.170.

³Materi sosialisasi Putusan MPR RI Tahun 2005 hlm. 75-76.

persaingan itu adalah bagaimana meningkatkan mutu, integritas, kredibilitas, dan akuntabilitas di mata masyarakat pengguna madrasah, khususnya orang tua⁴. Menurut Husni Rahim dalam keterangan Sirozi bahwa: Madrasah lebih banyak mengandalkan faktor-faktor sosial, kultural, dan religius dalam menarik minat orang tua, bukan faktor-faktor rasional dan akademik yang bersifat kualitatif. "Pandangan tersebut agaknya tidak berlebihan, mengingat masih banyak orang tua yang memilih madrasah karena alasan ekonomi, sebab menurut mereka menempuh pendidikan di madrasah relatif lebih murah dibanding sekolah di lembaga pendidikan lainya⁵.

Sebuah lembaga pendidikan dapat dipasarkan apabila lembaga pendidikan tersebut memiliki nilai yang dapat dijual, dan nilai jual sebuah lembaga pendidikan adalah kualitas yang ditunjukkan oleh lembaga tersebut. Beberapa ciri sebuah lembaga pendidikan yang berkualitas, menurut shaleh adalah perlu diterapkan program manajemen peningkatan mutu yang meliputi empat unsur, yaitu *school review*, *quality assurance*, *quality control*, dan *bench marking*. *School review* merupakan suatu proses yang didalamnya pihak sekolah bekerja sama dengan pihak-pihak yang relevan untuk mengevaluasi dan menilai efektifitas kebijakan sekolah, program, pelaksanaanya, serta mutu lulusanya. *Quality assurance*, merupakan sebuah jaminan bahwa proses yang berlangsung telah dilaksanakan sesuai standar dan prosedur yang telah ditetapkan. *Quality Control* yaitu suatu sistem pengendalian untuk mendeteksi terjadinya

⁴Materi sosialisasi Putusan MPR. RI Tahun 2005 hlm. 75-76.

⁵Muhammad Sirozi, "Analisis Pemasaran Madrasah di Era Informasi Global," (Makalah disampaikan pada seminar pemasaran madrasah yang dilakukan oleh pusat pengembangan madrasah kanwil depag propinsi Sumatera Selatan 2004), hlm.1.

penyimpangan kualitas keluaran yang tidak sesuai dengan standar, adapun *Bench Marking* merupakan kegiatan untuk menetapkan suatu standar, baik proses maupun hasil yang akan dicapai pada periode tertentu⁶. Di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan negara-negara maju lainnya, sistem manajemen pemasaran dewasa ini merupakan hal yang diperhatikan dalam berbagai organisasi, baik di dalam maupun luar sektor bisnis. Sementara itu segmen bisnis merupakan konteks dimana perhatian terhadap keuntungan bersaing dan pertumbuhan yang dilakukan haruslah mengidentifikasi segmen yang berpotensi mendatangkan keuntungan, dan membentuk pandangan bagaimana segmen itu akan berkembang.

Kebutuhan konsumen menjadi komponen penting dalam penyusunan strategi, pertumbuhan pasar dimasa depan sebagian besar akan terpengaruh oleh kebutuhan konsumen yang tidak terpenuhi. Dalam menyusun strategi, apabila dilihat dari strategi kalangan bisnis, maka haruslah memahami kebutuhan konsumen itu sendiri pada setiap segmenya, karena perkembangan dan evolusi terus menerus berdampak terhadap kebutuhan disegmen tersebut, dan kebutuhan apa yang masih belum terpenuhi, serta konsumen potensial mana yang masih belum dilayani dengan baik. Dalam penerapannya, strategi dapat dikembangkan menjadi delapan bentuk. Kedelapan strategi yang dimaksud adalah *rapid growth strategy*, *stable growth strategy*, *aggressive maintenance*, *selective maintenance*, *turn around strategy*, *guerilla strategy*,

⁶Abdur Rachman Shaleh, *Madrasah dan Pendidikan Anak Bangsa:Visi, Misi, dan Aksi*,(PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta 2004) hlm. 6.

*concentric diversification strategy, conglomerate diversification*⁷. Pemasaran sebagai bahan integral dalam manajemen diidentifikasi sebagai suatu “*Process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, and service to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives.*” (Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan penetapan mengenai konsep tentang harga, promosi, dan distribusi terhadap ide, barang dan pelayanan untuk membentuk perubahan bagi kepuasan individu maupun tujuan organisasi⁸).

Dari pandangan Philip Kotler yang telah dijabarkan di atas, paling tidak terdapat dua elemen penting dalam upaya memasarkan lembaga pendidikan khususnya dalam hal menarik siswa atau santri baru, *Pertama* adalah baiknya kualitas komunikasi dan promosi sebuah lembaga pendidikan, dan *Kedua* adalah kemampuan untuk menanggapi kebutuhan dan keinginan konsumen (pelanggan) dengan baik dalam kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan pelayanan terhadap mereka yang menuntut ilmu di lembaga pendidikan yang dikelola. Berangkat dari dasar paparan di atas, maka penelitian ini mencoba menelusuri bagaimana strategi Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan yang beralamat di Desa Siwalan Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo dalam upaya menjaring santri baru ditengah persaingan pendidikan. Menurut Suryosubroto, penerimaan siswa baru merupakan salah satu kegiatan yang pertama kali dilakukan yang biasanya diawali dengan mengadakan proses

⁷Rayendra L.Toruan, *Strategi bisnis: Meningkatkan daya Jual Pada Situasi Sulit*, (PT.Elex Media Komputindo Jakarta), hlm.112-115.

⁸Philip Kotler, *Marketing Management*, (Asian Perspective Prentice Hall, Singapore 1996) hlm. 11.

seleksi calon siswa”⁹. Setiap sekolah akan mengadakan proses penerimaan siswa baru sebelum dibuka awal tahun pelajaran baru, diharapkan untuk mendapatkan siswa demi terselenggaranya kegiatan atau proses belajar mengajar ditahun ajaran baru tersebut. Dalam program penjangkaran calon santri baru di Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan terdapat bermacam keunikan serta strategi yang menarik dalam menarik minat calon santri untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut. Mulai dari pemberian fasilitas seragam, tas dan buku tulis sekolah gratis, kemudahan dalam proses pendaftaran awal, serta masih banyak hal-hal lainnya yang kesemuanya itu bertujuan untuk menarik minat belajar calon santri baru.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka skripsi ini ditulis dengan menganalisisnya dari sudut manajemen pemasaran, yang mana dititik beratkan kepada bagaimana strategi yang dilakukan dalam memasarkan madrasah atau pondok pesantren berdasarkan teori strategis dan teori pemasaran untuk disinergikan dalam upaya menemukan bagaimana kenyataan yang ada berkaitan dengan strategi penjangkaran santri baru yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Sulamul Huda.

⁹Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. (Rineka Cipta. Jakarta 2010) hlm.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penjaringan santri baru di Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan?
2. Apa saja faktor yang menjadi pendukung dan penghambat strategi penjaringan santri baru di Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan?
3. Bagaimana hasil dari strategi penjaringan santri baru yang diupayakan di Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti menuliskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi penjaringan santri baru di Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi penjaringan santri baru di Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan.
3. Untuk mengetahui hasil dari strategi penjaringan santri baru yang diupayakan di Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan.

D. Kegunaan Penelitian

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya bisa menjadi referensi ataupun rujukan bagi penulis lainya untuk mengetahui tentang strategi penjaringan siswa atau santri baru.
- b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis khususnya dan umumnya bagi pembaca sekalian, dan lebih khusus lagi untuk Pondok Pesantren Sulamul Huda Siwalan Mlarak Ponorogo, Sehingga akan diperoleh wawasan yang lebih banyak dan pengetahuan dibidang strategi penjaringan santri baru, untuk dapat diterapkan di dalam menarik calon siswa atau santri baru.

E. Fokus Penelitian

Dalam menguatkan penelitian, maka penelitian kualitatif ini menetapkan fokus penelitian.

1. Strategi Penjaringan Santri Baru

Penetapan fokus dalam penelitian ini lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan). Dalam penelitian ini, strategi penjaringan santri baru yang diterapkan ada tujuh macam, yakni, *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang-orang), *Physical Evidence* (sarana fisik), dan *Process* (proses).

2. Calon Santri Baru

Adapun target dari misi penjangkaran santri baru ini adalah siswa siswi pelajar yang baru saja menyelesaikan pendidikan dari kls 6 Sekolah Dasar (SD) ataupun yang sederajat, dan pindahan dari SMP (Sekolah Menengah Pertama) dan yang sederajat.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini terdapat lima batang tubuh ataupun lima bab.

Pada **Bab I** merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang dari permasalahan yang diteliti, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, fokus penelitian, dan sistematika pembahasan penelitian.

Dalam **Bab II** berisi tentang landasan teori penelitian, diharapkan nantinya menjadi pemandu peneliti agar fokus penelitiannya sesuai dengan fakta di lapangan. Atau dengan kata lain untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan juga menjadi landasan pembahasan hasil penelitian.

Berikutnya, dalam **Bab III** penulis akan menguraikan tentang metodologi penelitian. Diantaranya mengupas tentang pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data (berisi teknik wawancara, teknik observasi, dan teknik dokumentasi).

Dalam **Bab IV** memuat paparan atau laporan dari hasil penelitian dan pembahasan yang sifatnya terpadu dan tidak juga terpecah dalam sub judul tersendiri. Berisi tentang latar belakang obyek, deskripsi data tentang strategi penjangkaran santri baru di Pondok pesantren Sulamul Huda Siwalan, dan

analisis pembahasan hasil penelitian tentang strategi penjaringan santri baru di Pondok pesantren Sulamul Huda Siwalan.

Adapun dalam **Bab V** berisi kesimpulan dan saran yang dinyatakan terpisah. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang diuraikan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan tentang kebenaran temuan atau hipotesis. Adapun saran dibuat berdasarkan hasil temuan dari pertimbangan penulis, yang ditujukan kepada para pengelola obyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis yang ingin melanjutkan ataupun mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan. Kesimpulan dan saran ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca yang ingin mengambil intisari dari skripsi.

