

**STRATEGI KEPALA SEKOLAH MADRASAH ALIYAH AR-RAHMAH
DALAM MENARIK MINAT CALON SISWA BARU**

Diah Puspita Loka

Institut Agama Islam Negeri Curup
diahpuspitaloka904@gmail.com

Mahpus

Institut Agama Islam Negeri Curup
mahpus@gmail.com

Wandi Syahindra

Institut Agama Islam Negeri Curup
wandisyahindra@gmail.com

Asri Karolina

Institut Agama Islam Negeri Curup
asrikarolina@gmail.com

Abstract

Since the last few years, Islamic Senior High School (Madrasah Aliyah) Ar-Rahmah Rejang Lebong has experienced a decline in student interest. Regarding this problem, the principal tried to do a promotion strategy. In this research, the researcher found some aspects of the strategy that the principal did, namely advertising through brochures and banners, direct marketing, interactive or internet marketing, sales promotion, and even the publicity or public relations. In carrying out these strategies, there are some obstacles faced by the school, such as competition with other Islamic and public schools and the inadequate facilities of Madrasah Aliyah infrastructure that reduce students' interest in this school.

This research applied a qualitative approach. The subjects of this research were the Principal of Madrasah Aliyah Ar-Rahmah, the education staff involved in the learning process, the students as objects and subjects of learning as well as the surrounding community. The data were collected by using the observation, interview, and documentation. In analyzing the qualitative data, the researcher used data analysis techniques by Miles and Huberman model that includes some aspects namely Data Reduction, Data Presentation, and Drawing Conclusions.

The result of this research revealed that the principal's strategies to attract students' interest at Madrasah Aliyah Ar-Rahmah have been good. However, there are some obstacles as regards to other schools as the competitor and a limitation of school facilities. Therefore, the increase of prospective students' interest cannot be ensured in every year.

Keywords: *Strategy, Principal*

PENDAHULUAN

Madrasah sebagai pendidikan islam, mulai didirikan dan berkembang di dunia islam sekitar abad ke – 5 H atau abad ke-10 M. Ketika penduduk Naisabur mendirikan lembaga pendidikan islam model 3 madrasah tersebut untuk pertama kalinya.¹ Madrasah sebagai pendidikan sudah lama dan berkembang didunia, dimulai ketika penduduk mendirikan lembaga pendidikannya dengan model.

Madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam di Indonesia telah muncul dan berkembang seiring dengan masuk dan berkembangnya Islam di Indonesia. Madrasah tersebut telah mengalami perkembangan jenjang dan jenisnya seiring dengan perkembangan bangsa Indonesia, semanjak kesultanan, masa penjajahan dan masa kemerdekaan. Perkembangan tersebut telah mengubah pendidikan dari bentuk pengajian di rumah-rumah, terus ke mushalla, masjid dan bangunan sekolah seperti bentuk madrasah yang kita kenal saat ini.² Madrasah yang terus mengalami perkembangan diindonesia sehingga mengubah bentuk pendidikan menjadi lebih luas.

Menurut undang-undang, yang bertanggung jawab dibidang pendidikan adalah Kementerian Pendidikan Nasional, namun ada Kementerian Agama yang juga mengurus lembaga pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Jika kementerian Pendidikan mengelola lembaga pendidikan dari tingkat SD, SMP, SMA, serta perguruan tinggi umum, maka Departemen Agama mengelola MI, MTS, MA dan perguruan tinggi islam. Selanjutnya dengan fenomena ini berdampak ada penggolongan sekolah umum dan sekolah agama.³ Sekolah umum dan sekolah agama harus mempunyai pemimpin atau kepala sekolah agar dapat menjalankan tugas-tugas sekolah tersebut. Menurut keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 0296 Tahun 1996 Kepala sekolah adalah guru yang memperoleh tambahan tugas untuk memimpin penyelenggaraan pendidikan dan

¹A.K Siregar, "Madrasah Sebagai Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia," *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman* 3, no. 1 (2018), hlm. 235.

²U Aisyah, "Revitalisasi Madrasah Untuk Menghadapi Tantangan Globalisasi," *Jurnal Tarbiyatuna* 7, no. 1 (2016), hlm. 94-123.

³Hanun Asrahah, *Sejarah Pendidikan Islam* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999), hlm. 190.

upaya peningkatan mutu pendidikan di sekolah.⁴ Kepala sekolah diberi tugas, memimpin proses pelaksanaan pendidikan, meningkatkan mutu pendidikan.

Madrasah Aliyah Ar-Rahmah adalah bagian dari pesantren Ar Rahmah Rejang Lebong dimana tingkat pendidikan yang akhir. Berdasarkan hasil observasi awal yang diwawancara peneliti kepada kepala sekolah dengan bapak Suhadi, M.Pd bahwa saya disini diberi amanah dan tugas sebagai kepala sekolah di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah ini untuk memajukan sekolah, adanya cara-cara yang harus saya dan guru-guru lain lakukannya untuk mencapai tujuan itu tadi. Sebagai kepala sekolah saya mencoba melakukan dengan strategi promosi dan mengambil langkah-langkah untuk menarik minat calon siswa. Kemudian peneliti juga menanyakan pada salah satu warga desa Air Meles Atas dengan ibu Setia Lestari ia mengatakan bahwa Madrasah Aliyah adalah lembaga sekolah di Pondok Pesantren Ar-Rahmah yang sudah lama didirikan dengan menganut ajaran Islam, anak-anak yang dapat sekolah disana yang beragama islam. Namun sangat disayangkan sejauh yang saya amati sebagai warga disini bahwa terjadinya kemunduran pada sekolah tersebut, hal ini dapat dilihat dari anak-anak yang sekolah disana dapat dihitungkan jumlahnya. Hal ini peneliti tanyakan kepada ketua yayasan Pesantren Ar-Rahmah dengan Bapak Sopian Akip bahwa Pesantren ini sudah lama didirikan, ada tiga madrasah yaitu Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah. Mengenai Aliyah memang beberapa tahun ini siswanya agak sedikit tapi hal ini tidak perlu kita herankan karna ya yang namanya sekolah pasti ada turun naiknya, karnakan sekolah sekarangkan sudah banyak yang berdiri dan bagus-bagus ya jadi hal ini wajar saja terjadi.

Sebagai kepala sekolah yang memimpin suatu lembaga mempunyai strategi dalam meningkatkan minat calon siswa, hal ini dilakukan agar dapat memberantas penurunan minat pada calon siswa baru itu sendiri, bukan hanya strategi kepala sekolah juga mengambil langkah-langkah dalam menarik minat calon siswa. Tentunya hal ini dapat dilakukan dengan kerja sama antara kepala sekolah dan rekan guru-guru, bukan hanya itu saja siswa yang bersekolah disana pun diajak bekerja sama untuk meningkatkan minat pada calon siswa.

⁴R Ekosiswoyo, "Kepemimpinan Kepala Sekolah Yang Efektif Kunci Pencapaian Kualitas Pendidikan," *Jurnal Ilmu Pendidikan* 14, no. 2 (2016), hlm. 230.

Berdasarkan cakupan di atas dapat dirangkum bahwa adanya permasalahan yang terjadi di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah yaitu beberapa tahun terakhir terjadinya kemunduran diketahui sekolah tersebut mengalami penurunan pada minat siswa untuk bersekolah di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah. Kepala sekolah dan rekan guru-guru harus mengambil tindakan untuk membangkitkan minat pada anak-anak agar tertarik bersekolah di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁵

Subjek dalam proses penelitian ini diperoleh dari Kepala Sekolah sebagai pemimpin Madrasah Aliyah Ar-Rahmah, guru tenaga kependidikan yang terlibat dalam proses pembelajaran, dan siswa sebagai obyek dan subyek pembelajaran serta masyarakat sekitar.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah Observasi, Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁶ wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.⁷ Dokumentasi, dari hasil temuan peneliti dalam wawancara akan lebih akurat dan dipercaya bila dibuktikan dengan dokumen.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 15.

⁶Ibid., hlm. 43.

⁷A Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 19.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Madrasah Aliyah Ar-Rahmah

Sekolah Madrasah Aliyah (MA) Ar-Rahmah terletak di Jl. Pramuka, Dusun VI, Rt 12 Desa Air Meles Atas, Kecamatan. Selupu Rejang, Kabupaten. Rejang Lebong, Propinsi Bengkulu, Kode Pos : 39100. Pada tahun 1996 di bangunlah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah oleh yayasan yang diketuai bapak Sopian Akip dan dibantu bapak H. Usep Seapudin, S.Ag, M.Pd di desa Air Meles Atas. Madrasah Aliyah adalah kelanjutan dari anak-anak Madrasah Tsanawiyah (MTS) Ar-Rahmah kelas 3 mayoritas pada saat itu, dari luar juga ada. Dengan dibekali dengan ilmu pengetahuan agama dan umum.

Meskipun tanpa adanya gedung kelas milik Madrasah Aliyah Ar-Rahmah animo masyarakat mulai tumbuh, dan mempercayakan Madrasah Aliyah Ar-Rahmah untuk mendidik putra-putri mereka sehingga jumlah siswa yang sekolah di Aliyah mencapai 70 an orang. Sudah beroperasi hanya saja saat itu terkendala dengan surat izin operasional waktu itu akhirnya hanya berlangsung hanya 2 tahun saat itu kemudian anak-anak yang kelas 1 dan 2 kita pindahkan ke sekolah lain, maka Madrasah Aliyah saat itu vakum tinggal anak-anak dari Madrasah Tsanawiyah saja.

Setelah beberapa waktu keinginan dari yayasan untuk membangun kembali Madrasah Aliyah itu masih ada, lalu pada tanggal 12 Juni tahun 2000 secara resmi dibuka kembali sekolah tersebut sampai saat ini masih tetap beroperasi. Namun dinamika perkembangan Pondok Pesantren Ar-Rahmah dari hari kehari terus mengalami problematika sampai puncaknya saat ini sehingga agak menurun kepercayaan masyarakat untuk menitipkan anaknya ke pondok pesantren baik itu Madrasah Tsanawiyah ataupun Madrasah Aliyah.⁸

Adapun sarana parasana yang di miliki Madrasah Aliyah Ar-Rahmah yaitu dari luas tanah seluruhnya 15.000 m², memiliki 3 ruang belajar/kelas, lalu 1 ruang khusus kepala sekolah, memiliki ruang kantor, kemudian memiliki fasilitas komputer, tersedianya tempat ibadah, memiliki 2 kamar mandi/wc guru, lalu 8 kamar mandi/wc murid, 3 tempat asrama putri, dan 3 tempat asrama

⁸Wawancara dengan Usep Seapudin pada Tanggal 8 April 2020 Pukul 11.30 WIB.

putra. Kemudian Visi yang diterapkan disekolah itu adalah unggul dalam prestasi, teladan dalam bersikap dan perilaku.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian peneliti yang didapatkan dilapangan tentang strategi kepala sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah dalam menarik minat calon siswa baru bahwa pada saat ini diketahui siswa kelas X berjumlah 4 orang, laki-laki 2 orang, perempuan 2 orang, kemudian kelas XI berjumlah 5 orang, laki-laki 2 orang, perempuan 3 orang dan terakhir kelas XII berjumlah 24 orang, laki-laki 9 orang dan perempuan 15 orang, total semuanya 33 orang murid, ada yang menjadi santri ada yang bersekolah dari rumah. Jadi terkait hal tersebut maka ada 2 aspek yang akan dibahas oleh peneliti, yaitu; 1) Strategi kepala sekolah untuk menarik minat pada calon siswa baru, dan, 2) kendala dalam menarik minat calon siswa baru dan cara mengatasinya.

1. Strategi Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah Rejang Lebong bahwa masih rendahnya minat siswa dan orang tua untuk menyekolahkan anak di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah ini sehingga dibutuhkannya strategi dalam hal membangkitkan sekolah ini. Strategi yang digunakan kepala sekolah yaitu strategi promosi, aspek-aspek yang dibutuhkan dalam strategi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Periklanan (*Adverseting*)

Iklan adalah suatu alat atau media yang digunakan oleh pembeli untuk mempromosikan barang dan jasa kepada konsumen sehingga konsumen mengenal barang dan jasa yang ditawarkan.⁹ Mendengar kata iklan hal ini sudah tidak asing lagi dikalangan pendidikan. Periklanan adalah suatu bahan yang sangat berpengaruh dalam mengenalkan suatu produk.

⁹S Astuti, "Analisis Bauran Promosi dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru di FKIP UHAMKA Jakarta," *Jurnal Utilitas* 1, no. 1 (2015), hlm. 97-101.

Hal ini juga disampaikan oleh bapak Suhadi, M.Pd selaku kepala sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah mengatakan bahwa: “strategi yang saya lakukan adalah menyebarkan brosur-brosur ke beberapa tempat sekolah dan kalangan masyarakat, selain itu kami juga memasang spanduk disekolah, lingkungan masyarakat, dan juga menyebarkan lewat sosial media.¹⁰

Kemudian senada dengan ibu Rinda Purnama, S.Pd selaku guru Madrasah Aliyah Ar-Rahmah bahwa: “Ya dalam menarik minat kami menggunakan iklan baik itu brosur, spanduk, diagram, dan juga menempel poster-poster semua ini dilakukan diberbagai tempat yang mudah dilihat orang”.¹¹

Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Novita Yuliza dengan mengemukakan bahwa:

“Ada ya brosur yang kami bagikan kepada calon-calon siswa saat kami sosialisasi kesekolah-sekolah lain terkhususnya sekolah-sekolah di bawah Madrasah Aliyah seperti Madrasah Tsanawiyah (MTS) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP)”.¹²

Kemudian sependapat dengan kepala sekolah dan guru-guru bahwa siswa ini pun mengemukakan bahwa:

“Sekolah kami mempromosikan dengan media brosur yang didalamnya terdapat gambar sekolah, sarana prasarana dan keunggulan sekolah kami”.¹³

Jadi berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat peneliti simpulkan, bahwa sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah Rejang Lebong menggunakan periklanan dengan cara membuat brosur, spanduk, diagram, poster setelah itu menyebarkannya ke calon-calon siswa dan masyarakat sekitar agar dapat dilihat dan diketahui oleh banyak orang

¹⁰Wawancara dengan Bapak Suhadi selaku Kepala Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 10 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB.

¹¹Wawancara dengan Ibu Rinda Purnama Sari Selaku Tata Usaha Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 16 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB.

¹²Wawancara dengan Ibu Novita Yuliza selaku Guru Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 1 April 2020 Pukul 08.52 WIB.

¹³Wawancara dengan Soleha selaku Siswa di Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 16 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB.

bahwa adanya Madrasah Aliyah Ar-Rahmah ditengah-tengah masyarakat sekitar.

b. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan yang bersifat jangka panjang. Pemasaran langsung ini dilakukan agar calon-calon siswa dapat menyaksikan secara tatap muka tentang apa yang disampaikan oleh pemateri tentang sekolah yang sedang dipromosikan hal ini dilakukan untuk meyakinkan para calon siswa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suhadi, M.Pd selaku kepala sekolah bahwa ia mengatakan: “Kami mengadakan sosialisasi ke sekolah-sekolah lain pada tingkat Madrasah Tsanawiyah dan Sekolah Menengah Pertama dengan cara presentasi yang inti dari sosialisasi tersebut bahwa kami mengenalkan Ar-Rahmah kepada calon-calon siswa supaya tertarik bersekolah disini”.¹⁴ Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Rinda Purnama, S.Pd selaku guru Madrasah Aliyah Ar-Rahmah, menyampaikan bahwa; “Adanya sosialisasi yang dilakukan oleh guru-guru Ar-Rahmah ini di beberapa tempat sekolah dibawah Madrasah Aliyah, terkhusus pada anak-anak kelas IX dan anak-anak yang beragama islam saja”.¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran langsung yang dilakukan oleh pihak sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah yaitu dengan cara sosialisasi yang diadakan oleh pihak Ar-Rahmah ke di sekolah-sekolah lain terkhususnya Madrasah Tsanawiyah dan Sekolah Menengah Pertama yang diikuti oleh anak-anak kelas IX dan beragama Islam saja di Rejang Lebong.

¹⁴Wawancara dengan Bapak Suhadi selaku Kepala Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 10 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB.

¹⁵Wawancara dengan Ibu Rinda Purnama Sari selaku Tata Usaha Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 10 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB.

c. Interaktif/pemasaran internet

Internet atau *E-Commerce* mempunyai peran yang penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian.¹⁶ Strategi yang dilakukan bukan hanya periklanan dan sosialisasi untuk menarik minat calon siswa, karena dunia yang serba canggih akan teknologi ini. Maka internet merupakan salah satu penunjang dalam hal memasarkan sekolah, hampir setiap orang memiliki gadget dan akun sosial media sehingga tidak perlu untuk susah payah menyebarkan satu berita.

Hal ini juga senada dengan hasil wawancara pada bapak kepala sekolah Ar-Rahmah mengemukakan bahwa : “Kami berusaha melakukan dengan beberapa cara untuk menarik perhatian masyarakat sekitar yaitu kami mempromosikan dengan cara lewat sosial media, seperti Facebook, whatsApp dan Instagram”.

Kemudian sama halnya dengan hasil wawancara pada ibu Rinda Purnama, S.Pd selaku guru di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah bahwa ia mengemukakan: “Adanya sosial media yang kami lakukan seperti Facabook untuk membantu kami dalam mengenalkan sekolah ini kepada kalangan masyarakat, ya walaupun ada juga masyarakat yang tidak terlalu hobi dengan internet atau gaptex tapi melalui mulut ke mulut masyarakat itu sendiri yang mengetahui diharapkan tersampaikan juga”.

Berbeda halnya dengan pendapat ibu Setia Lestari masyarakat Air Meles Atas yang diwawancara oleh peneliti ia mengatakan bahwa: “Kalau melalui facebook saya belum menemukan postingan pihak Ar-Rahmah, ya mungkin saya tidak berteman atau saya tidak juga terlalu update tentang sosmed ya”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan internet, yang diterapkan oleh Madrasah Aliyah Ar-Rahmah sudah mulai ia jalankan hanya saja tidak di semua sosial media. Media-media yang sering dan umum yang digunakan adalah seperti facebook,

¹⁶C Harini dan S. B Handayani, “Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce untuk Meningkatkan Kinerja UMKM,” *Derivatif: Jurnal Manajemen* 13, no. 2 (2019), hlm. 132.

whatsapp, instagram. Dikarenakan media yang seperti itu banyak sekali penggunaannya dan memang sudah menjadi kebutuhan kalangan orang.

d. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Dalam jasa pendidikan ”Promosi penjualan yaitu bentuk insentif jangka pendek yang ditawarkan kepada pelanggan jasa pendidikan dan perantara jasa pendidikan untuk merangsang pembelian produk jasa pendidikan, kupon (*coupon*) produk jasa pendidikan, diskon (*discout*) produk jasa pendidikan, hadiah (*gift*) dan promosi berhadiah (*prize promotion*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah bapak Suhadi, M.Pd mengatakan bahwa: “Promosi penjualan yang dilakukan untuk menarik minat para calon-calon siswa kami menyediakan tempat tinggal santri dengan biaya yang terjangkau, biaya sekolah yang terjangkau, dan bisa menyicil”. Hal ini juga sependapat dengan Antoni Saputra santri Madrasah Aliyah A-Rahmah mengatakan bahwa: “Dari awal saya sekolah disini saya tinggal di asrama, karena rumah saya jauh dan biayanya hanya Rp. 300.00/bulan itu sudah dengan makan. Memang gedung tempat kami tinggal tidak begitu bagus tapi kan masih layak dan sesuai dengan pembayarannya”.

Dari hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan yang diterapkan kepala sekolah adalah memberikan keringanan biaya terhadap siswa yang ingin melanjutkan sekolah. *Yang pertama* adalah memberi harga yang murah untuk siswa yang tinggal diasrama, *yang kedua*, bisa membayar dengan mengansur.

e. Publisitas/hubungan masyarakat (*publicity/public relations*)

Administrasi Hubungan Sekolah dengan Masyarakat diartikan sebagai rangkaian kegiatan organisasi atau mitra kerja dalam rangka mensukseskan proses pendidikan dan pengajaran sehingga tepat sasaran, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sekolah dan masyarakat merupakan dua lingkungan hidup yang tidak dapat dipisahkan, sekolah sebagai tempat belajar dan masyarakat sebagai tempat mengaplikasikan dan memetik hasil belajar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah bapak Suhadi, M.Pd mengemukakan bahwa; “Dari dulu sering kita dengar dan ada dipelajaran sekolah bahwa manusia itu hidup nya sosial dan bermasyarakat, dan juga saya salah satu bagian dari masyarakat tersebut jadi kita melakukan komunikasi dan bekerja sama dengan sangat baik”.

Sama halnya dengan pendapat ibu Setia Lestari masyarakat Air Meles Atas yang diwawancara oleh peneliti ia mengatakan bahwa: “Ya kita yang sama-sama berada dilinkuan yang sama menjalani komunikasi yang baik, sekolah memberi respon yang baik terhadap kami. Sebagai masyarakat disini kami juga sering mengadakan acara dengan menggunakan fasilitas sekolah”.

Dari hasil wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa antara sekolah dengan lingkungan masyarakat saling membantu, bekerja sama, menjalin komunikasi yang baik hal ini supaya timbulnya animo masyarakat untuk percaya dan menitipkan anaknya di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah ini.

2. Kendala dan Cara Mengatasi oleh Kepala sekolah dalam menarik minat calon siswa di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah

Untuk melakukan perubahan-perubahan yang lebih baik akan adanya hambatan yang tidak bisa dihindari.

a. Persaingan

Seiring berjalannya waktu dunia mengalami kemajuan perkembangan teknologi yang tidak memiliki keterbatasan, begitu juga dengan dunia pendidikan. Lembaga-lembaga pendidikan bersaing, dengan menciptakan sekolah yang dapat menghasilkan calon-calon generasi muda yang berkualitas dan mampu bersaing didunia kerja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suhadi, M.Pd kepala sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah mengatakan bahwa: “Kendala yang terjadi dalam menarik minat siswa yaitu banyaknya persaingan dengan sekolah-sekolah baik yang nuasa islamia ataupun sekolah-sekolah umum”.

Hal ini juga dibenarkan oleh ibu Rinda Purnama, S.Pd guru Madrasah Aliyah Ar-Rahmah bahwa: “Semakin tahun semakin banyak juga sekolah-sekolah yang bagus berdiri, baik itu sekolah yang basicnya pesantren maupun umum, hal ini menyebabkan siswa bimbang melanjutkan ke sekolah yang inginia tuju, sebagai orang tua ia mengupayakan menyekolahkan anaknya ditempat yang terbaik bagi anak tersebut”.

Dari hasil wawancara tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa terjadi persaingan antar sekolah-sekolah, banyaknya sekolah-sekolah yang bagus baik dari segi pengetahuan dan teknologinya hal ini menyebabkan anak-anak kebingungan dalam memilih sekolah.

b. Sarana Prasarana kurang memadai

Untuk mencapai tujuan pendidikan melalui sekolah tentunya harus didukung oleh sarana dan prasarana yang mencukupi sesuai dengan Standar Nasional Pendidikan (SNP).¹⁷ Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah bahwa sarana prasarana di sekolah ini perlu adanya perbaikan dan penambahan fasilitas, seperti ruang Komputer sekolah ini belum ada. Tetapi ketika anak-anak harus ujian online ia meminjam ruang komputer ke sekolah Madrasah Tsanawiyah. Ruang perpustakaan juga belum tersedia hal ini dapat mengganggu kenyamanan siswa dalam belajar karena perpustakaan adalah bagian penting dalam sekolah.

Maka dapat disimpulkan bahwa Madrasah Aliyah Ar-Rahmah kekurangan dalam sarana prasarana fasilitas penunjang dalam pendidikan. Hasil lapangan yang didapatkan kurangnya ruang komputer dan ruang perpustakaan bag siswa yang bersekolah di Madrasah Aliyah ini.

Dari data hasil wawancara di atas bahwa strategi kepala sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah dalam menarik minat calon siswa baru sudah cukup baik. Kepala sekolah bertanggung jawab dalam meningkatkan minat calon siswa untuk bersekolah di Madrasah Aliyah ini dengan merencanakan,

¹⁷T. A Allong, “Manajemen Sarana Dan Prasarana Di Lembaga Pendidikan Islam,” *Jurnal Ilmiah Iqra'* 11, no. 1 (2018), hlm. 111.

mengelola, melaksanakan strategi promosi meliputi beberapa aspek yaitu; Periklanan (*Adverseting*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), Interaktif/pemasaran internet, Promosi penjualan (*sales promotion*), Publisitas/hubungan masyarakat (*publicity/public relations*). Dalam meningkatkan minat calon siswa baru pihak Madrasah Aliyah juga melakukan sosialisasi dengan melakukan kerja sama ke sekolah-sekolah lain seperti Madrasah Tsanawiyah dan sekolah menengah pertama, melakukan presentasi yang membahas tentang Madrasah Aliyah Ar-Rahmah, memberikan brosur ke anak-anak terkhususnya kelas 3 Mts dan SMP, memasang spanduk di beberapa tempat seperti sekolah, pinggir jalan dan tempat-tempat umum lainnya. Menyebarkan pengumuman lewat internet dan media sosial seperti facebook, whatsapp dan instagram.

Namun dalam melakukan strategi ini adanya faktor-faktor yang mempengaruhi seperti; persaingan antar sekolah baik yang nuansa islami ataupun umum di Rejang Lebong, kemudian sarana prasarana sekolah Madrasah Aliyah seperti yang terlihat saat ini memang memerlukan perbaikan dan penambahan fasilitas hal inilah yang membuat anak-anak tidak memperhatikan sekolah Madrasah Aliyah ini. Sehingga menyebabkan Madrasah Aliyah kurang diminati oleh anak maupun kalangan masyarakat.

Penurunan animo anak dalam bersekolah di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah yang tidak bisa pihak sekolah kendalikan. Dengan keterbatasan kepala sekolah dan rekan guru berusaha sebaik mungkin untuk meningkatkan minat anak-anak bersekolah di Madrasah ini.

KESIMPULAN

Strategi kepala sekolah di Madrasah Aliyah Ar-Rahmah dalam menarik minat calon siswa baru adalah dengan promosi yang meliputi beberapa aspek yaitu; Periklanan (*Adverseting*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), Interaktif/pemasaran internet, Promosi penjualan (*sales promotion*), Publisitas/hubungan masyarakat (*publicity/public relations*). Melakukan sosialisasi kesekolah-sekolah dengan melakukan presentasi kemudian memberikan brosur dan memasang spanduk ditempat-tempat umum. kemudian juga menyebarkan

pengumuman atau info dengan media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram. Melakukan interaksi dan bekerja sama dengan masyarakat sekitar. Namun adanya kendala yaitu terjadinya saingan antar sekolah lainnya seperti Sekolah Menengah Atas (SMA), Sekolah Menengah Kejurusan (Smk), Madrasah Aliyah Negeri (MAN), Pondok Pesantren, hal ini menyebabkan sekolah berlomba-lomba untuk meningkatkan dan memajukan sekolahnya. Kemudian fasilitas sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah ini memang belum cukup memadai dan memerlukan perbaikan gedung lama dan penambahan, agar siswa yang bersekolah di Madrasah Aliyah ini nyaman dan anak-anak yang lain tertarik untuk masuk ke Ar-Rahmah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, U. "Revitalisasi Madrasah Untuk Menghadapi Tantangan Globalisasi." *Jurnal Tarbiyatuna* 7, no. 1 (2016).
- Allong, T. A. "Manajemen Sarana Dan Prasarana Di Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Ilmiah Iqra'* 11, no. 1 (2018).
- Asrahah, Hanun. *Sejarah Pendidikan Islam*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Astuti, S. "Analisis Bauran Promosi dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru di FKIP UHAMKA Jakarta." *Jurnal Utilitas* 1, no. 1 (2015).
- Ekosiswoyo, R. "Kepemimpinan Kepala Sekolah Yang Efektif Kunci Pencapaian Kualitas Pendidikan." *Jurnal Ilmu Pendidikan* 14, no. 2 (2016).
- Harini, C, dan S. B Handayani. "Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce untuk Meningkatkan Kinerja UMKM." *Derivatif: Jurnal Manajemen* 13, no. 2 (2019).
- Siregar, A.K. "Madrasah Sebagai Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia." *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman* 3, no. 1 (2018).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Wawancara dengan Bapak Suhadi selaku Kepala Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 10 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB.
- Wawancara dengan Ibu Novita Yuliza selaku Guru Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 1 April 2020 Pukul 08.52 WIB.
- Wawancara dengan Ibu Rinda Purnama Sari selaku Tata Usaha Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 16 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB.
- Wawancara dengan Soleha selaku Siswa di Madrasah Aliyah Ar Rahmah Rejang Lebong pada Tanggal 16 Maret 2020 Pukul 09.52 WIB," n.d.
- Wawancara dengan Usep Seapudin pada Tanggal 8 April 2020 Pukul 11.30 WIB.
- Yusuf, A Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.