

**MANAJEMEN STRATEGI KEPALA MADRASAH  
DALAM MEMPROMOSIKAN  
MADRASAH TSANA WIYAH KHOLID BIN WALID  
DUKUH MENCEK SUKORAMBI JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

Oleh:

**ABDURAHMAN SOLEH**  
**T20173073**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
JULI 2022**

**MANAJEMEN STRATEGI KEPALA MADRASAH  
DALAM MEMPROMOSIKAN  
MADRASAH TSANA WIYAH KHOLID BIN WALID  
DUKUH MENCEK SUKORAMBI JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan Pendidikan Islam  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

**ABDURAHMAN SOLEH**  
NIM. T20173073

Disetujui Pembimbing

  
**NURUDDIN, M.Pd.I**  
NIP. 197903042007101002

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**MANAJEMEN STRATEGI KEPALA MADRASAH  
DALAM MEMPROMOSIKAN  
MADRASAH TSANA WIYAH KHOLID BIN WALID  
DUKUH MENCEK SUKORAMBI JEMBER**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan Pendidikan Islam  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Hari: Selasa  
Tanggal: 5 Juli 2022

Tim Penguji

Ketua



**Zeiburhanus Saleh, S.S, M.Pd.**  
NIP: 198008162009011012

Sekretaris



**Dwi Khoirotun Nisa', M.Pd.I.**  
NIP: 199101152019032012

Anggota:

1. **Dr. Rif'an Humaidi, M.Pd.I.** (  )

2. **Nuruddin, M.Pd.I.** (  )

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



  
**Prof. Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I**  
NIP. 196405111999032001

## MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ

ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

**Artinya:** Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.\*



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

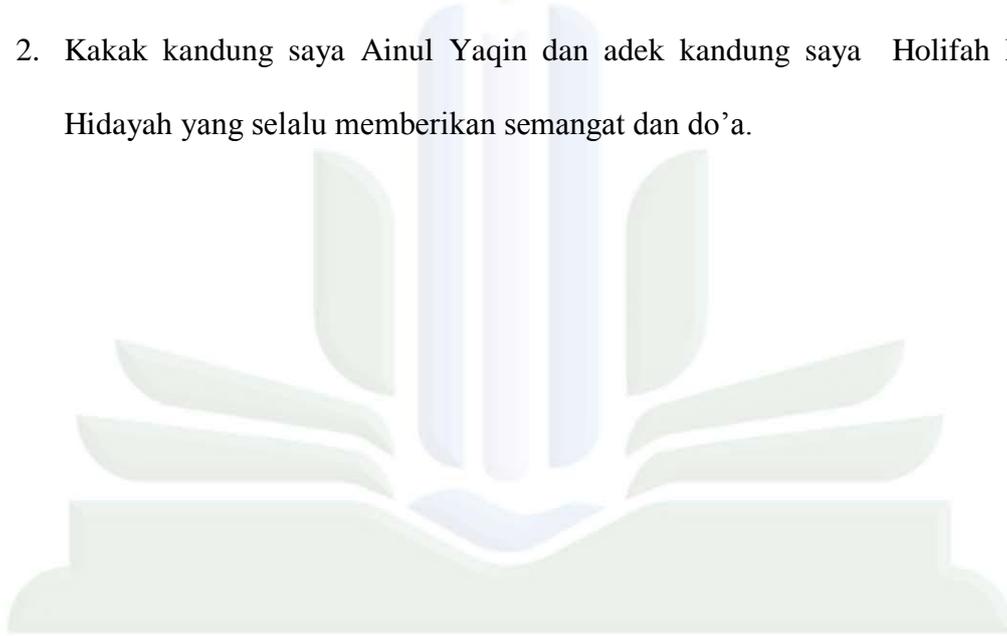
---

\* Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'am dan terjemah, (Bandung: CV. Mikraj Khazanah Ilmu, 2014), 281.

## **PERSEMBAHAN**

Karya Ilmiah penelitian ini, penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua saya tercinta, Bapak Jamhari dan Ibu Siti Rohmah yang selalu memberi dukungan kepada saya baik moral maupun materi.
2. Kakak kandung saya Ainul Yaqin dan adek kandung saya Holifah Nurul Hidayah yang selalu memberikan semangat dan do'a.



**UIN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah menitipkan ilmu serta melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sholawat serta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyyah ke zaman yang penuh dengan kedamaian ini.

Skripsi ini berjudul “Strategi Kepala Madrasah Dalam Mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember”, merupakan rangkaian upayang yang dilakukan oleh penulis dalam rangka menyelesaikan *studi* di Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini tidak lepas dari pihak-pihak yang berkaitan, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E, M.M selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan kami fasilitas selama kami menuntut ilmu di UIN KHAS Jember.
2. Prof. Dr. Hj. Mukni’ah, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN KHAS Jember yang telah meluangkan waktunya dalam menyetujui hasil skripsi yang telah diselesaikan.
3. Dr. Rif’an Humaidi, M.Pd.I selaku Ketua Jurusan Pendidikan Islam UIN KHAS Jember yang telah memberikan ruang kepada penulis dalam menyusun skripsi.

4. Dr. Moh. Anwar, M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN KHAS Jember.
5. Nuruddin, M.Pd.I selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing hingga selesainya skripsi ini.
6. Kepala Madrasah, guru dan wali murid Madrasah Tsanawiyah Khalid Bin Walid Dukuhmencek yang telah memberikan kesempatan penulis meneliti tentang Strategi Kepala Madrasah Dalam Mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.

Sebagai sebuah karya dari manusia, penulis menyadari banyak kekurangan yang terdapat di skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semuanya untuk mengembangkan pengetahuan khususnya pengembangan ilmu pendidikan.

Jember, 22 Mei 2022

Penulis

## ABSTRAK

**Abdurahman Soleh, 2022,** Strategi Kepala Madrasah dalam Mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember, skripsi, Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

**Kata Kunci** :Manajemen strategi Promosi Madrasah.

Sebuah madrasah harus berupaya mengembangkan visi, tujuan dan sasaran yang telah dibuat ke dalam upaya-upaya untuk mencapai visi, misi, tujuan dan sasaran tersebut. Oleh karena itu kepala madrasah harus melakukan manajemen strategi promosi agar madrasah lebih dikenal dan lebih maju, termasuk di MTs Kholid bin Walid.

Adapun fokus penelitian ini, yaitu 1) Bagaimana perumusan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember? 2) Bagaimana pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember? 3) Bagaimana evaluasi strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?

Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk mendeskripsikan perumusan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember? 2) Untuk mendeskripsikan pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember? 3) Untuk mendeskripsikan evaluasi strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?

Pendekatan dan jenis penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Pencarian data dan sumber data menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan konsep Miles dan Huberman yaitu: pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian menunjukkan: tahap perencanaan promosi seperti dengan membentuk tim promosi, mengatur strategi yang akan digunakan, mempersiapkan bahan promosi seperti program yang menarik, teknik dan media, tahap pelaksanaan promosi, seperti sosialisasi dan penyebaran brosur pada SD/ MI sekitar madrasah, pemasangan spanduk di tempat yang strategis dengan bekerja sama dengan masyarakat sekitar, penyebaran pamflet di facebook, WA dan yang terakhir evaluasi, dalam mempromosikan madrasah tentu pada tahap akhir dilakukan evaluasi, apakah tercapai atau tidaknya tujuan dengan promosi tersebut.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah .....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian terdahulu.....	13
B. Kajian teori.....	22
<b>BAB III Metode Penelitian.....</b>	<b>49</b>

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
B. Lokasi Penelitian .....	50
C. Subyek penelitian.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Analisis Data .....	52
F. Keabsahan Data.....	54
G. Tahap-tahap Penelitian .....	54
<b>BAB IV Pembahasan .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	57
B. Penyajian Data dan Analisis Data.....	64
C. Pembahasan dan Temuan.....	81
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Surat Pernyataan Keaslian Penulisan
2. Lampiran 2 : Matrik Penelitian
3. Lampiran 3 : Jurnal Penelitian
4. Lampiran 4 : Struktur Organisasi MTs Kholid bin Walid
5. Lampiran 5 : Pedoman Observasi
6. Lampiran 6 : Pedoman Wawancara
7. Lampiran 7 : Pedoman Dokumentasi
8. Lampiran 8 : Surat Pemohonan Ijin Penelitian
9. Lampiran 9 : Surat Pernyataan Selesai Penelitian
10. Lampiran 10: Dokumentasi Penelitian
11. Lampiran 11: Biodata Penulis

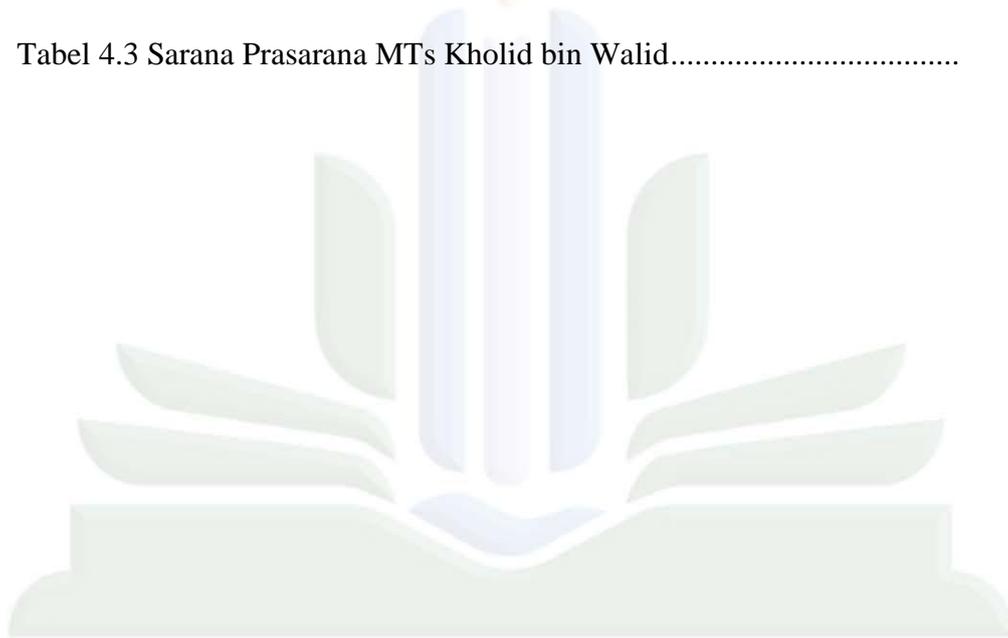
**UIN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu .....	19
Tabel 4.1 Data Guru MTs Kholid bin Walid .....	61
Tabel 4.2 Jumlah siswa MTs Kholid bin Walid.....	63
Tabel 4.3 Sarana Prasarana MTs Kholid bin Walid.....	64



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Pendidikan merupakan proses pembelajaran dan pengembangan akal dan potensi dalam jiwa seorang siswa menjadi lebih berkembang dan membangun sebuah karakter serta, potensi sehingga dapat dikatakan bahwa pendidikan merupakan suatu jalan bagi siswa secara kreatif yang dapat mengetahui pembentukan jati diri seorang siswa. Makna pendidikan adalah usaha sadar yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis untuk membina serta membimbing seseorang untuk mengembangkan segala potensinya yang dimiliki dan untuk mengembangkan jati diri seseorang. Berbagai Upaya dalam mewujudkan keberhasilan suatu pendidikan yang sudah barang tentu dilakukan secara berkesinambungan dalam rangka pembangunan suatu lembaga suatu bangsa. Keberhasilan suatu lembaga pendidikan juga berhubungan terhadap kepemimpinan lembaga pendidikan.

pada konteks kepemimpinan, Allah SWT berfirman dalam AL-Qur'an surat Al Baqoroh ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً

Artinya: "Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi".<sup>1</sup>

Kepemimpinan dipahami dalam dua pengertian yaitu sebagai kekuatan untuk menggerakkan orang dan mempengaruhi orang. Kepemimpinan

---

<sup>1</sup> Al Baqorah 2 : Ayat 30, *Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'am dan terjemah*, (Bandung: CV. Mikraj Khazanah Ilmu, 2014), 6.

hanyalah sebuah alat, sarana atau proses untuk membujuk orang agar bersedia melakukan sesuatu secara sukarela/ sukacita. Ada bermacam-macam faktor yang dapat menggerakkan orang yaitu karena ancaman, penghargaan, otoritas dan bujukan.<sup>2</sup> Kepala Madrasah merupakan jabatan strategis dalam penyelenggaraan pendidikan. Oleh karena itu kemajuan madrasah sangat bergantung pada sosok pimpinannya yakni kepala madrasah, sebab kepala madrasahlah yang berada di garda depan untuk menggerakkan kegiatan dan menetapkan target madrasah. Keputusan-keputusan penting yang berdampak besar bagi organisasi (sekolah/madrasah) terlahir darinya. Maka, eksistensi dan fungsi kepala madrasah sangat penting untuk dikaji, dirumuskan dan dikembangkan guna memenuhi harapan publik dan guna terwujudnya madrasah yang berdaya saing tinggi.

Sebagai sebuah lembaga pendidikan yang cukup lama berkembang madrasah merupakan lembaga pendidikan yang bersifat unik dan kompleks. Bersifat kompleks karna madrasah sebagai organisasi yang di dalamnya terdapat berbagai dimensi yang satu dengan yang lain berkaitan dan saling menentukan. Adapun bersifat unik sekolah sebagai lembaga pendidikan memiliki ciri-ciri tertentu yang tidak dimiliki organisasi pendidikan lain.

Sebuah madrasah harus berupaya mengembangkan visi, tujuan dan sasaran yang telah dibuat ke dalam upaya-upaya untuk mencapai visi, misi, tujuan dan sasaran tersebut. Proses pencapaian visi madrasah akan dapat dilaksanakan dengan baik jika madrasah memiliki strategi utama dalam proses

---

<sup>2</sup> Encep Syarifuddin, Teori kepemimpinan.” Jurnal Al Qolam vol 21, no 102, ( 2004), 461.

pengembangannya. Strategi utama merupakan kebijakan-kebijakan penting dari madrasah yang penting untuk diambil agar dapat digunakan sebagai sebuah patokan dalam mencapai visi madrasah tersebut dan harus dinyatakan dalam misi, namun madrasah masih perlu mengembangkan berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas pendidik dan mutu madrasah.

Keberhasilan suatu madrasah tergantung kepada strategi kepala madrasah dalam memimpin madrasah tersebut dan kepala madrasah sebagai pemimpin suatu lembaga pendidikan harus mengutamakan sebuah strategi demi tercapainya suatu tujuan yang diinginkan. Strategi adalah cara atau kemampuan kepala madrasah dalam meningkatkan peminat/siswa di suatu sekolah. Strategi kepala madrasah dalam memahami kondisi suatu madrasah amat sangat penting yaitu kemampuan menarik minat peserta didik dan membuat madrasah itu layak dijadikan tempat belajar untuk peserta didik lainnya. Pada madrasah tanggung jawab yang paling besar adalah posisi yang ada pada kepala madrasah sebagai seorang pemimpin dengan peran kepemimpinannya.

Kepala madrasah merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi gagal atau berhasilnya sebuah lembaga. Dengan kata lain berhasil tidaknya sebuah lembaga pendidikan dipengaruhi oleh faktor kepemimpinannya. Seorang Pemimpin sangat berperan dalam keberhasilan suatu pendidikan tergantung bagaimana pemimpin itu dalam memperoleh keberhasilan dan kegagalan tingkat belajar siswa maupun tingkat profesional guru. Suatu lembaga pendidikan sangat memerlukan kepala madrasah yang

mampu menarik peserta didik untuk tertarik masuk sekolah yang sedang dipromosikan tersebut, karna dengan promosi yang baik tentu akan mendapatkan hasil sesuai harapan dan promosi yang asal-asalan tentu hasilnya pun akan sesuai dengan promosi yang dilakukan untuk melakukan promosi yang baik tentu adanya strategi, model, dan trik tertentu yang dilakukan oleh kepala madrasah untuk mencapai target dan hasil yang memuaskan.

Saat ini, dunia pendidikan harus diperlakukan dan dikelola secara professional, karena semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan masyarakat jika dikelola seadanya. Setiap lembaga pendidikan mengetahui bahwa proses pembelajaran di madrasah tidak akan pernah statis, akan tetapi senantiasa dinamis mengikuti kemajuan ilmu dan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Untuk itu, madrasah dituntut lebih meningkatkan kualitas pendidikan dari segala sisi.

Dengan persaingan yang semakin ketat, mau tidak mau setiap sekolah harus melakukan pengelolaan yang baik agar memberikan layanan yang terbaik, karena jika tidak demikian, maka masyarakat akan dengan mudah mencari lembaga lain yang lebih menguntungkan dan menjanjikan. Di samping itu, madrasah pun dituntut untuk dapat memposisikan diri dengan melakukan strategi yang lebih jitu demi mempertahankan eksistensinya, karena betapa pun bagusnya suatu madrasah apabila tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya madrasah tersebut di kalangan masyarakat. Untuk itu, lembaga

pendidikan (madrasah) dituntut untuk melakukan strategi promosi guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas siswa yang ada. Tujuan dari strategi promosi tentunya agar masyarakat umum tertarik terhadap citra baik madrasah tersebut sehingga tertanam nilai-nilai kepercayaan dalam benak setiap masyarakat yang pada akhirnya akan bermuara pada bertambahnya jumlah siswa di lembaga tersebut.

Namun Strategi promosi harus seimbang dengan apa yang akan di dapatkan siswa setelah belajar di lembaga madrasah yang bersangkutan sebagaimana Nabi Muhammad SAW Mengingatkan tentang dan sumpah, Rosullah SAW bersabda:

إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنْفِقُ ثُمَّ يَمْحَقُ

artinya :“Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan

karena ia memang melariskan dagangan, namun malah menghapuskan keberkahan.” (HR. Muslim no. 1607).<sup>3</sup>

Promosi sekolah berarti suatu cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan sekolah dengan tujuan menarik calon siswa agar mereka mendaftar dan bersekolah di sekolah yang dipromosikan. Promosi merupakan bagian penting yang harus dikerjakan dari keseluruhan marketing sekolah, dengan promosi keberadaan sekolah diperkenalkan kepada masyarakat, tujuan yang jelas, untuk mendapatkan siswa baru sesuai target, tapi masalahnya tidak semua sekolah mampu melakukannya dan lagi-lagi

<sup>3</sup>Mausuahal-hadis:

[http://library.islamweb.net/hadith/display\\_hbook.php?hflag=1&bk\\_no=1809&pid=905823](http://library.islamweb.net/hadith/display_hbook.php?hflag=1&bk_no=1809&pid=905823).

diakses pada tanggal 22-05-2022.

hanya sekolah dengan modal besar saja yang bisa memenangkan promosi, sementara sekolah dengan modal kecil terpaksa harus minggir kepinggir untuk hanya menunggu nasib baik saja. Sekolah yang memiliki modal besar memang bisa melakukan apa saja, sedangkan untuk sekolah dengan modal pas-pasan, tentu tidak bisa berbuat banyak jika harus bersaing dengan sekolah bermodal besar, karna sudah tentu akan kalah.

Strategi promosi merupakan program yang direncanakan untuk dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku audiens sasaran sehingga tujuan-tujuan dari promosi dapat tercapai.<sup>4</sup> Strategi membutuhkan manajemen yang baik agar strategi tersebut dapat sesuai dengan harapan yang diinginkan. Berdasarkan Observasi awal di Madrasah Tsanawiyah (selanjutnya disingkat MTs) Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember. Terdapat banyak masalah terutama pada bagian peserta didiknya. Adapun masalah yang terjadi di MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember yang dimana Kepala Madrasah di MTs tersebut, yang menarik perhatian penulis yaitu bahwa jumlah peserta didik MTs Kholid Bin Walid pernah menurun pada tahun 2003 disebabkan karna pengurusan yang tidak baik. Pada tahun 2009 sekolah itu mulai berkembang sampai saat ini, madrasah tersebut terdiri dari 6 kelas yaitu kelas 1 A/B, 2 A/B dan 3 A/B. Adapun bentuk promosi yang dilakukan oleh kepala madrasah yaitu dengan menggunakan strategi bagaimana cara menarik minat siswa untuk memasuki sekolah tersebut.

---

<sup>4</sup> Finadatul Wahidah, Strategi Promosi Lembaga Pendidikan kepada Masyarakat dalam Meningkatkan Jumlah Siswa “Studi di Madrasah Aliyah Mu’allimin Mu’allimat Jombang”, 96. <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/godiri/article/download/3145/2333/>

Dengan demikian, permasalahan tentang jumlah peserta didik MTs Kholid Bin Walid pernah menurun pada tahun 2009 dan bisa berkembang kembali pada saat dikelola oleh kepala madrasah yang baru karena adanya strategi yang dilakukan oleh kepala madrasah dan sehingga manajemen tersebut cukup efektif dan efisien dalam meningkatkan kualitas madrasah dan menarik minat siswa untuk masuk MTs Kholid Bin Walid . Maka dalam hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait manajemen strategi yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam mempromosikan madrasahnyanya. Beranjak dari Latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Strategi Kepala Madrasah dalam mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember“.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana perumusan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?
3. Bagaimana evaluasi strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?

### C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan diharapkan mempunyai tujuan yang memberi arah bagi pelaksanaan penelitian dan suatu harapan tertentu yang ingin di capai melalui penelitian tersebut. dalam pelaksanaana nnya penelitian ini penulis mempunyai tujuan yang hendak dicapai yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan Strategi yang dilakukan oleh Kepala Madrasah dalam me Bagaimana perumusan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?
3. Bagaimana evaluasi strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember?

### D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dalam dunia pendidikan yang berkaitan. Selain itu, diharapkan juga dapat bermanfaat untuk dijadikan sumber informasi dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang

manajemen strategi kepala madrasah dalam mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

- 1) Penelitian ini dilengkapi untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana di jurusan Tarbiyah program studi Manajemen Pendidikan Islam.
- 2) Bagi Peneliti menjadi pengalaman awal pengembangan potensi akademik.
- 3) Menambah wawasan terhadap disiplin ilmu yang dimiliki dalam bidang kepemimpinan.

### b. Bagi Lembaga Pendidikan

- 1) Diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu untuk meningkatkan ilmu manajemen dalam bidang pendidikan.
- 2) Diharapkan menjadi motivasi yang membangun untuk meningkatkan program dalam manajemen startegi kepala madrasah dalam promosikan MTs Khalid bin Walid.

### c. Bagi UIN KHAS

Diharapkan dari hasil penelitian ini bisa menjadi koleksi dan refrensi bagi peneliti selanjutnya dalam konteks kepemimpinan kepala madrasah.

#### d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu mendapatkan wawasan baru bagi mereka untuk meningkatkan program dalam proses strategi kepemimpinan kepala madrasah Sehingga mampu menjadi sekolah yang berkualitas dengan ilmu strateginya.

### E. Definisi Istilah

#### 1. Strategi

strategi adalah keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan strategis yang senantiasa berorientasi untuk jangka panjang demi keberhasilan secara menyeluruh dari sebuah lembaga atau organisasi maupun madrasah.

#### 2. Kepala Madrasah

kepala Madrasah adalah seorang tenaga fungsional guru yang diberikan tugas untuk memimpin suatu sekolah dimana diselenggarakan proses belajar mengajar, atau tempat dimana terjadi interaksi antara guru yang memberi pelajaran dan murid yang menerima pelajaran.

#### 3. Promosi

Promosi merupakan salah satu yang harus dikelola dengan baik dan kreatif agar produk yang dipasarkan dikenal dan diketahui oleh konsumen dan diharapkan akan menumbuhkan minat konsumen, dengan demikian promosi dapat disebut sebagai kegiatan mengkomunikasikan informasi yang ada pada lembaga-lembaga dari penjual ke pembeli atau

pihak lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat sehingga masyarakat berminat untuk membeli produknya.

Promosi yang dimaksud penulis dalam penelitian ini adalah sistem dan cara yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam mempromosikan sekolahnya sehingga para masyarakat dan peserta didik berminat dan tertarik memasuki, bersekolah di sekolah tersebut.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang di mulai dari bab pendahuluan sampai bab penutup, format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif. Adapun sistematika pembahsan dalam penelitian ini sebagai berikut:

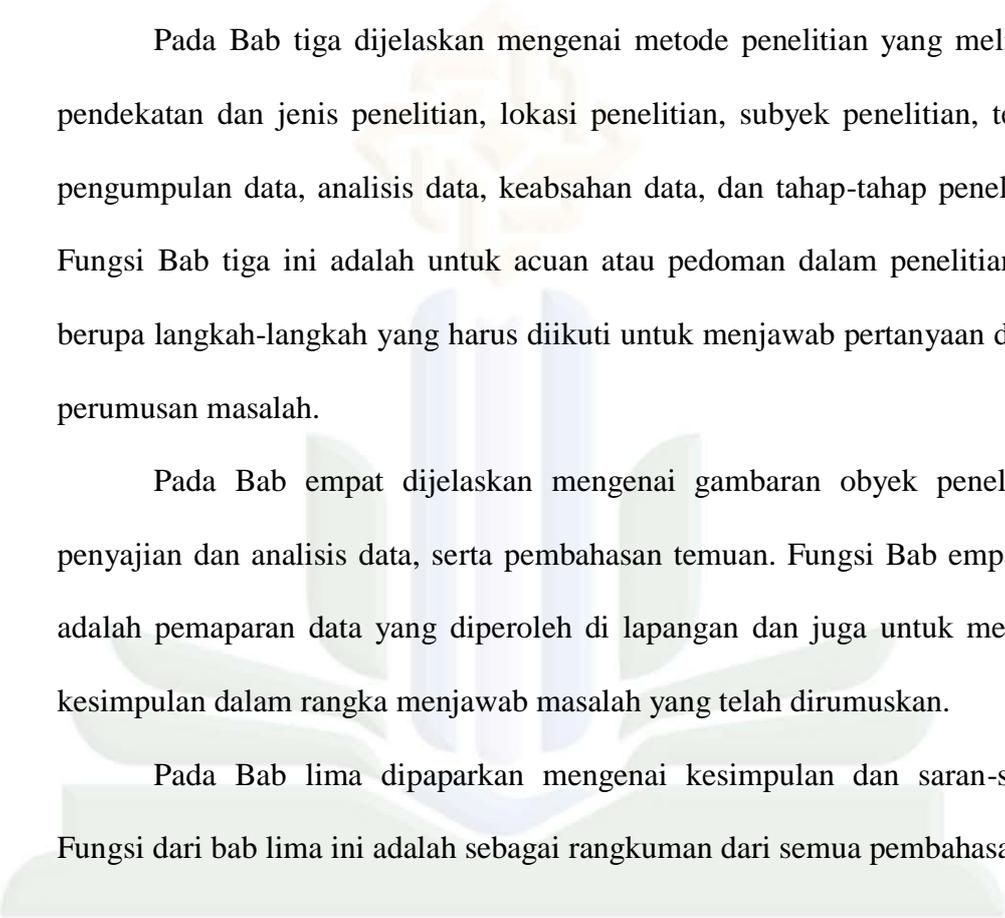
Pada Bab satu dijelaskan mengenai latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, deinisi istilah, dan sistematika pembahasan. Fungsi dari Bab satu ini adalah untuk memperoleh gambaran umum dari skripsi ini.

Pada Bab dua dijelaskan mengenai kajian kepustakaan, yaitu penelitian terdahulu, yaitu mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini dan kajian teoritik yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti, yang dalam hal ini mengkaji tentang aplikasi manajemen pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan Islam. Fungsi dari Bab dua ini adalah untuk mengetahui hasil-hasil dari penelitian yang pernah ada dalam bidang yang sama, serta membicarakan teori yang terkait dengan topik penelitian ini.

Pada Bab tiga dijelaskan mengenai metode penelitian yang meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian. Fungsi Bab tiga ini adalah untuk acuan atau pedoman dalam penelitian ini, berupa langkah-langkah yang harus diikuti untuk menjawab pertanyaan dalam perumusan masalah.

Pada Bab empat dijelaskan mengenai gambaran obyek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan temuan. Fungsi Bab empat ini adalah pemaparan data yang diperoleh di lapangan dan juga untuk menarik kesimpulan dalam rangka menjawab masalah yang telah dirumuskan.

Pada Bab lima dipaparkan mengenai kesimpulan dan saran-saran. Fungsi dari bab lima ini adalah sebagai rangkuman dari semua pembahasan



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu membantu penulis agar sesuai dan relevan dengan judul yang bersangkutan. Sejauh pengamatan dan telah yang peneliti lakukan terkait dengan penelitian tentang strategi kepala madrasah dalam mempromosikan sekolah. Peneliti menemukan beberapa penulis yang relevan dengan tema diangkat oleh peneliti diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis Nurasiah, yang berjudul “ Strategi Kepala Madrasah dalam Peningkatan Mutu Pendidikan skripsi universitas alahudin makasar. penelitian ini menggunakan kualitatif, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara,oservasi,dan studi documenter.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kepala madrasah dalam mempromosikan MTsS Darul Aman sudah baik, ini terlihat dari strategi yang dilakukan pada saat penerimaan siswa baru. Adapun strategi yang dilakukan kepala madrasah di antaranya menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat sekitarnya, memberikan informasi melalui media brosur, iklan, dan media lainnya, membangun kegiatan, program yang diperlombakan di event untuk menarik minat masyarakat terhadap pendidikan yang ditawarkan tersebut.

Persamaan dari skripsi dengan penelitian yang akan teliti ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi documenter sedangkan

perbedaannya yaitu dengan skripsi ini membahas tentang mutu pendidikan, sedangkan penelitian yang akan di teliti adalah fokus pada mempromosikan madrasah.

2. Skripsi yang ditulis oleh Kamaruddin, yang berjudul “Strategi Kepala sekolah dalam Implementasi Pendidikan Karakter Sekolah Menengah atas Negeri Julok skripsi universitas syiah kuala kecamatan syiah kota banda Aceh, Aceh. penelitian ini menggunakan kualitatif, meode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara,oservasi,dan studi documenter penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan kepala sekolah telah menyusun program dalam mengimplementasi pendidikan karakter. Implementasi program peningkatan pendidikan karakter dengan cara mewajibkan setiap guru bidang studi untuk membuat perangkat pembelajaran sesuai dengan kurikulum yang terbaru, menyesuaikan perkembangan buku pengangan guru bidang studi. Kendala yang dihadapi oleh kepala sekolah dalam mengimplementasi pendidikan karakter, masih ada guru yang menggunakan gaya lama dalam mengajar, baik dalam penggunaan metode, alat dan media. Juga guru tidak berani mengemukakan keinginan serta kekurangannya dalam pembelajaran. Salah satu cara yang dilaksanakan oleh Kepala Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Julok dalam mengatasi masalah tersebut adalah dengan cara mengadakan rapatdengan dewan guru, baik itu rapat bulanan, tahunan atau pun rapat mendadak jika diperlukan.

Persamaan dari skripsi dengan penelitian yang akan teliti ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumenter. Sedangkan perbedaannya yaitu dengan skripsi ini membahas tentang implementasi pendidikan karakter di SMA Negeri Julok. Sedangkan penelitian yang akan di teliti adalah Stetegi Kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Binn Walid Dukumencek Sukorambi Jember

3. Skripsi yang ditulis oleh Rena Lestari, yang berjudul “Strategi Madrasah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di MTsN Sungai Jambu Kabupaten Tanah Datar”. Skripsi Institut Agama Islam Nengri Batu Sangkar. penelitian ini menggunakan kualitatif, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara,oservasi,dan studi dokumenter.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa MTsN Sungai jambu telah melakukan strategi untuk meningkatkan jumlah peserta didik dengan menggunakan dua strategi, yaitu: strategi interen madrasah dan strategi eksteren madrasah. Adapun langkah yang dilakukan dalam strategi interen madrasah, yaitu: 1) Meningkatkan kualitas peserta didik, dalam bentuk upaya menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, menerapkan nilai-nilai Islam, memprioritaskan penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) serta Life Skill (Kecakapan Hidup), melakukan kerja sama yang baik antar tenaga pendidik (guru) dan kepala madrasah untuk

melaksanakan program yang menunjang proses pembelajaran, dan mengembangkan potensi peserta didik dalam kegiatan OSIS dan Ekstrakurikuler; 2) Memperbaiki sarana prasarana madrasah, diantaranya melakukan renovasi ruangan, pengecatan, pembuatan taman, yang pada prinsipnya menjadikan penampilan sekolah menjadi lebih menarik. Sedangkan strategi eksteren madrasah, dilakukan dengan langkah sebagai berikut: 1) Turun Berdakwah (TURBA), adapun kegiatannya yaitu MTsN Sungai Jambu melakukan dakwah ke sekolah-sekolah sekaligus memperkenalkan MTsN Sungai Jambu ini dan informasi tentang madrasah ini; dan 2) Pembuatan Brosur, brosur yang dibuat oleh MTsN Sungai Jambu memuat beberapa informasi seperti, denah lokasi, syarat pendaftaran, visi-misi madrasah, kegiatan yang dilaksanakan, prestasi yang sudah diraih, sarana prasarana yang dimiliki, dan tenaga pendidik. Kendala dalam melaksanakan strategi yaitu, pertama madrasah mengalami kesulitan karena sekolah dan masyarakat kurang merespon dari strategi yang telah dijalankan tersebut. Kendala kedua yaitu adanya persaingan yang ketat antar lembaga pendidikan.

Persamaan dari skripsi dengan penelitian yang akan teliti ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumenter. Sedangkan perbedaannya yaitu dengan skripsi ini membahas tentang Strategi Madrasah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di MTsN Sungai Jambu Kabupaten Tanah Datar. Sedangkan penelitian yang akan di

teliti adalah Strategi Kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Binn Walid Dukumencek Sukorambi Jember

4. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Idrus, yang berjudul “Strategi Kepala sekolah dalam Meningkatkan Mutu pembelajaran pendidikan agama islam di MI DDI Bungi kabupaten Pinrang”. skripsi universitas Makasar. penelitian ini menggunakan kualitatif, meode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara,oservasi,dan studi documenter penelitian ini.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi kepala madrasah dalam meningkatkan mutu pendidikan agama islam di MI DDI Bungi, kab. pinrang yaitu: (1) Peningkatan dari Dalam, dengan cara pemberian materi ketika rapat koordinasi bulanan. (2) Melakukan Supervisi, dengan melakukan kunjungan kelas dan menganalisa RPP yang akan digunakan guru. (3) Evaluasi Kegiatan Belajar Mengajar (KBM), evaluasi terkait dengan proses pembelajaran yang sedang berlangsung. (4) S Pembinaan Kedisiplinan Guru, melalui rapat tiap bulan dan teguran secara langsung. (5) Promosi, dengan cara menyebarkan brosur, mengadakan sosialisasi ke berbagai SD/MI se-Kecamatan duampanua.(6) Peningkatan Sarana dan Prasarana, seperti pembuatan ruang kelas baru, laboratorium komputer, laboratorium bahasa, kantin, tempat parkir, lapangan olahraga. (7) pendekatan kontesktual dan (8) strategi kepala madrasah dalam bidang penerimaan guru.

Persamaan dari skripsi dengan penelitian yang akan teliti ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumenter. Sedangkan perbedaannya yaitu dengan skripsi ini membahas tentang strategi kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pembelajaran agama islam di MI DDI Bungi Kabupaten Pinrang . Sedangkan penelitian yang akan di teliti adalah Stetegi Kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Binn Walid Dukumencek Sukorambi Jember.

5. Skripsi yang di tulis oleh Prami Ulfa Maria yang berjudul “Strategi kepala Sekolah dalam mengembangkan daya saing lembaga pendidikan di SDIT Muhammadiyah Cipete Kabupaten Banyumas” Skripsi Universitas Strategi kepala Sekolah dalam mengembangkan daya saing lembaga pendidikan di SDIT Muhammadiyah Cipete Kabupaten Banyumas.

Hasil penelitian ini melalui 7 elemen bauran pemasaran diantara temuannya, Product (produk) memiliki beberapa program unggulan dan ekstrakurikuler. Price (harga), penawaran fokus biaya rendah untuk MIM Pilang dan untuk SDMT Masaran fokus Skimming Price selaras dengan fasilitas dan kualitas. Place (tempat), lokasi MIM Pilang kondusif berada didesa karena fokus tahfidz target marketnya berada di desa dan SDMT strategis berada di pusat kecamatan yang kondusif yang memudahkan akses konsumen ke sekolah dari berbagai daerah, Promotion (promosi) MIM Pilang sosialisasi secara langsung dan SDMT Masaran aktif dengan membuat konten publikasi lewat media sosial. People (sumber daya

manusia) MIM Pilang dan SDMT memiliki tenaga kependidikan yang mumpuni dalam bidangnya. Physical evidence (bukti fisik) MIM Pilang dan SDMT terus melengkapi fasilitas sarana dan prasarana. Process (proses), MIM Pilang dan SDMT menerapkan kurikulum pendidikan nasional dan pendidikan agama Islam. Melalui strategi brand image MIM Pilang dan SDMT Masaran selalu mengadakan kegiatan bersama warga dan mengadakan perbaikan kualitas terus menerus terutama prestasi siswa.

Persamaan dari skripsi dengan penelitian yang akan teliti ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumenter. Sedangkan perbedaannya yaitu dengan skripsi ini membahas tentang strategi kepala sekolah dalam pengembangan daya saing lembaga pendidikan di SDIT Muhammadiyah Cipete Kabupaten Banyumas. Sedangkan penelitian yang akan di teliti adalah Stetegi Kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Binn Walid Dukumencek Sukorambi Jember.

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu**

No	Nama Dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nurasiah dengan judul Strategi Kepala Madrasah dalam Peningkatan Mutu Pendidikan (Skripsi uin-alauddin tahun 2018).	a. Jenis penelitian studi kasus. b. Metode Penelitian kualitatif. c. Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. d. Teknis analisis data	Pada penelitian terdahulu meneliti tentang kegiatan peningkatan mutu pendidikan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada memproposikan madrasah.

		<p>menggunakan analisis kualitatif deskriptif.</p> <p>e. Membahas tentang strategi kepala madrasah.</p>	
2	<p>Kamaruddin yang berjudul Strategi Kepala sekolah dalam Implementasi Pendidikan Karakter Sekolah Menengah atas Negeri Julok (Skripsi mahasiswa Universitas syiah kuala, 2016).</p>	<p>a. kasus.</p> <p>b. Metode Penelitian kualitatif.</p> <p>c. Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.</p> <p>d. Teknis analisis data menggunakan analisis kualitatif deskriptif.</p> <p>e. Membahas tentang strategi kepala madrasah</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan dulu dengan sekarang adalah: tempat penelitiannya, yang dulu di SMAN Julok dan yang sekarang di Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember Dan pada penelitian terdahulu meneliti tentang kegiatan implementasi pendidikan karakter . Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada memproposikan madrasah.</p>
3	<p>Rena Lestari, yang berjudul “Strategi Madrasah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di MTsN Sungai Jambu Kabupaten Tanah Datar”. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Batu Sangkar.</p>	<p>a. Jenis penelitian studi kasus.</p> <p>b. Metode Penelitian kualitatif.</p> <p>c. Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.</p> <p>d. Teknis analisis data menggunakan analisis kualitatif deskriptif.</p> <p>e. Membahas tentang strategi madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan dulu dengan sekarang adalah: tempat penelitiannya yang dulu di batu sangkar dan yang sekarang di Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember</p>
4	<p>Muh Idrus, yang</p>	<p>a. Jenis penelitian studi</p>	<p>Perbedaan dengan</p>

	berjudul strategi kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pembelajaran pendidikan agama islam di MI DDI Bungi Kab Pinrang	<p>kasus.</p> <p>b. Metode Penelitian kualitatif.</p> <p>c. Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.</p> <p>d. Teknis analisis data menggunakan analisis kualitatif deskriptif.</p> <p>e. Membahas tentang strategi kepala madrasah.</p>	<p>penelitian yang dilakukan dulu dengan sekarang adalah: tempat penelitiannya, yang dulu di MI DDI Bungi dan yang sekarang di Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember Dan pada penelitian terdahulu meneliti tentang meningkatkan mutu pembelajaran Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada mempromosikan madrasah.</p>
5	Prami ulfa maria, yang berjudul strategi kepala sekolah dalam pengembangan daya saing lembaga pendidikan di SDIT Muhammadiyah Cipete Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas	<p>a. Jenis penelitian studi kasus.</p> <p>b. Metode Penelitian kualitatif.</p> <p>c. Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.</p> <p>d. Teknis analisis data menggunakan analisis kualitatif deskriptif.</p> <p>e. Membahas tentang strategi kepala madrasah.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan dulu dengan sekarang adalah: tempat penelitiannya, yang dulu di SDIT Muhammadiyah Cipete Kecamatan Banyumas dan yang sekarang di Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember Dan pada penelitian terdahulu meneliti tentang daya saing lembaga Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada mempromosikan madrasah.</p>

Dari beberapa Skripsi yang telah dikaji sebelumnya, banyak penelitian yang membahas mengenai strategi kepala madrasah yang terkait dengan kegiatan-kegiatan promosi sekolah guna untuk mendukung dan menarik siswa untuk disekolah tersebut.

Dengan adanya Pembahasan tersebut, Penulis terdorong untuk mengkaji lebih lanjut mengenai bagaimana strategi kepala madrasah dalam mempromosikan sekolahnya, upaya apa saja dalam mempromosikan sekolah untuk meningkatkan sekolahnya dan menarik siswa dan pendidikan itu sendiri.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Manajemen Strategi Kepala Madrasah**

#### **a. Pengertian Manajemen Strategi Kepala Madrasah**

Manajemen berasal dari bahasa latin dari kata “manus” yang artinya “tangan” dan “agere” yang berarti “ melakukan”. Kata-kata ini digabung menjadi “managere” yang bermakna menangani sesuatu, mengatur, membuat sesuatu menjadi seperti apa yang diinginkan dengan mendayagunakan seluruh sumber daya yang ada.<sup>5</sup>

Strategi adalah kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihanpilihan yang menetapkan dan arah suatu organisasi. Strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarnya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang

---

<sup>5</sup> Kristiawan, M. Safitri, D. Rena L, *Manajemen Pendidikan*. ( Yogyakarta: Deepublish. 2017), 4.

paling menguntungkan. Strategi merupakan pola umum rentetan kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Kepala sekolah sebagai seorang pimpinan di suatu lembaga pendidikan perlu mempunyai strategi tertentu untuk mengembangkan motivasi pendidik dan tenaga kependidikan di lingkungan kerjanya. Kepala sekolah dilukiskan sebagai orang yang memiliki harapan tinggi bagi para staf dan para siswa. Sebagai kepala sekolah diuntut untuk mampu melakukan sebuah perubahan dan terobosan guna peningkatkan mutu dan kualitas sekolah. Dengan demikian, strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.<sup>6</sup>

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas, manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen strategis mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional

---

<sup>6</sup> Sri Banun, strategi kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan pada SMP Negeri 2 Unggul Masjid raya Kabupaten Aceh Besar, Jurnal administrasi pendidikan, vol 4, no. 1, (Aceh: 2016), 138. <https://media.neliti.com>

suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi. Ada tiga tahapan dalam manajemen strategis, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi.<sup>7</sup>

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.<sup>8</sup> Kegiatan promosi sendiri dapat dilakukan melalui media komunikasi massa misalnya; koran, majalah, televisi, papan reklame, dan gambar tempel. Adapun program yang sering diliput adalah ketika ada even-even tertentu, seperti ketika mendapatkan prestasi atau penghargaan dari pemerintah dan lain-lain. Demikian juga promosi juga bisa dilakukan melalui keterlibatan alumni-alumni yang senantiasa ikut mempromosikan kepada masyarakat. Hal ini sangat memberikan dampak yang sangat signifikan karena masyarakat lebih percaya dengan kesaksian orang-orang yang pernah terlibat di dalamnya.

Menurut Sudarwa Danim, “Kepala madrasah adalah guru yang mendapatkan tugas tambahan sebagai kepala madrasah“. Sementara, Menurut Daryanto, “Kepala madrasah adalah pemimpin pada suatu

---

<sup>7</sup> Taufikurrohman, Mengenal Manajemen Strategik, ( Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016), 17.

<sup>8</sup> Imam Faizin, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, Jurnal Madaniyah, Vol. 7 No. 2 Edisi, Agustus 2017, 269. <https://media.neliti.com/media/publications/195108-ID-strategi-pemasaran-jasa-pendidikan-dalam.pdf>

lembaga satuan pendidikan. Kepala madrasah ialah pemimpin yang proses kehadirannya dapat dipilih secara langsung, ditetapkan oleh yayasan, atau ditetapkan oleh pemerintah.<sup>9</sup>

Wahyusumidjo menyatakan bahwa kepala sekolah sebagai seorang pemimpin yang selalu dituntut untuk:

- 1) Kepala madrasah harus tampak sebagai sosok yang dihargai, dipercayai, diteladani, dituruti segala perintahnya. Sehingga kepala sekolah sebagai pemimpin berfungsi sebagai sumber inspirasi bawahan.
- 2) Kepala madrasah harus mampu memahami dan memotivasi setiap guru, staf, dan bersikap yang positif dan yang bersikap sebaliknya.
- 3) Kepala madrasah bertanggung jawab agar para guru, staf dan siswa menyadari akan tujuan sekolah yang ditetapkan, kesadaran para guru sehingga penuh semangat, keyakinan dalam melaksanakan tugas dalam mencapai tujuan sekolah.
- 4) Kepala madrasah harus selalu dapat memelihara kesinambungan antara guru, staf dan siswa.
- 5) Kepala madrasah harus memahami bahwa esensi ke kepemimpinan adalah kepengikutan the followership artinya kepemimpinan tidak akan terjadi apabila tidak didukung bawahan atau pengikutnya.
- 6) Kepala madrasah memberikan bimbingan dan mengadakan koordinasi kegiatan atau mengadakan pengendalian dan

---

<sup>9</sup> Sudarwan Danim, *“Inovasi Pendidikan Dalam Upaya Peningkatan Tenaga Kependidikan”*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010 ), 145

pengawasan serta pembinaan agar masing-masing bawahan atau anggota memperoleh tugas yang wajar dalam beban hasil usaha bersama.<sup>10</sup>

Kepemimpinan kepala sekolah merupakan salah satu fungsi penting manajemen sekolah. Rencana pengembangan sekolah berikut sistem yang dibangun untuk memfasilitasi implementasinya dapat berjalan hanya jika seluruh warga sekolah memiliki pemahaman dan kesatuan pandangan atas visi dan misi sekolah, serta kemauan, dan kemampuan untuk merealisasikannya. Dengan kata lain, kepala sekolah dituntut mampu menjadi pemimpin disamping juga seorang manajer.

Setelah mengetahui pengertian strategi dan promosi, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi adalah program yang direncanakan secara fundamental dalam melaksanakan promosi agar mampu mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku audiens sasaran sehingga dapat mencapai tujuan promosi yaitu terjadinya pembelian atas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi kepala Madrasah merupakan cara yang dilakukan oleh kepala atau pimpinan Madrasah untuk menggapai tujuan dari madrasah.

#### **b. Tahap-Tahapan Strategi**

Tahapan dalam Manajemen Strategik

---

<sup>10</sup> Wahyusumidjo, “*Kepemimpinan Kepala Sekolah*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 118

- 1) Perumusan strategi : Meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.
- 2) Pelaksanaan strategi : Mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategis mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.
- 3) Evaluasi strategi : Tahap ini merupakan tahap akhir dari manajemen strategik tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah : Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan-tindakan

korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok.<sup>11</sup>

### c. Tanggung Jawab Kepala Madrasah

Tanggung jawab merupakan beban yang harus dipikul dan melekat pada seorang kepala madrasah segala tindakan yang dilakukan oleh semua staff sekolah merupakan tanggung jawab kepala madrasah. Memikul tanggung jawab adalah kewajiban seorang pemimpin dalam berbagai situasi dan kondisi. Tanggung jawab juga berkaitan dengan resiko yang dihadapi oleh seorang pemimpin, baik berupa sanksi dari atasan atau pihak lain yang berhubungan dengan perbuatan yang dilakukan, maupun yang dilakukan oleh pihak kepala sekolah dan tenaga kependidikan.

E. Mulyasa dalam bukunya manajemen dan kepemimpinan kepala madrasah mengatakan bahwa tanggung jawab Seorang pemimpin harus dibuktikan bahwa kapan saja dia harus siap melaksanakan tugas, yang harus tetap siaga bila ada perintah dari yang lebih atas. untuk kepentingan tersebut, dia harus dapat menempatkan diri sebagai pekerja keras (*hard work*), berdedikasi (*dedicated employer*), dan seorang saudagar (meiliki seribu akal), serta mampu memberdayakan dan mempengaruhi orang lain secara positif.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Taufikurrohman, Mengenal Manajemen Strategik, ( Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016), 17.

<sup>12</sup>E.Mulyasa, “*Manajemen & Kependidikan Kepala Sekolah*”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 123

Sebagai orang yang diberi kepercayaan lembaga untuk memimpin madrasah, kepala madrasah mempunyai tanggung jawab besar mengelola sekolah dengan baik agar menghasilkan lulusan yang berkualitas serta bermanfaat bagi masyarakat, bangsa dan Negara. Dengan kata lain, mengelola secara baik adalah tanggung jawab utama kepala sekolah. Di sinilah, Kepala madrasah berposisi sebagai manajer sekaligus pemimpin, dua peran yang diemban dalam satu waktu dan tidak bisa dipisahkan.

Dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah sebagai manajer harus memahami tugas-tugas manajer yang berkaitan dengan kurikulum, tenaga kependidikan/kepengawaian, kesiswaan, keuangan/pendanaan, sarana prasarana, hubungan masyarakat dan administrasi.

#### **d. Keberhasilan Kepala Madrasah**

Menurut wahjosumidjo dalam bukunya, Keberhasilan kepemimpinan pada hakikatnya berkaitan dengan tingkat kepedulian seorang pemimpin terlihat terhadap kedua orientasi, yaitu antara lain :

- 1) *Organizational Achievement* mencakup produksi, pendanaan, kemampuan adaptasi dengan program-program inovatif, dan sebagainya.

2) *Organizational Maintenance*, berkaitan dengan variable kepuasan bawahan, motivasi dan semangat kerja.<sup>13</sup>

Dengan demikian, tingkat perubahan *organizational Achievement* dan tingkat *Organizational Maintenance* merupakan indikator yang dapat dipakai untuk menilai keberhasilan suatu kepemimpinan. Keberhasilan kepemimpinan akan terlihat jika kedua unsure tersebut terlaksanakan ketika kepala madrasah menjalankan kepemimpinannya.

**e. Tugas dan Peran Kepala Madrasah**

Tugas kepala sekolah selaku pemimpin adalah membantu para guru untuk pengembangan kesanggupan mereka secara maksimal dan menciptakan suasana hidup sekolah yang sehat yang mendorong para guru, pegawai tata usaha dan orang tua murid mempersatukan kehendak, pikiran dan tindakan dalam kegiatan kerjasama yang efektif bagi tercapainya tujuan sekolah.

Dengan demikian tugas inti dari kepala sekolah adalah memajukan pengajaran, karena bila pengajaran proses pembelajaran dapat berjalan efektif dan efisien maka dengan sendirinya kualitas pendidikan akan meningkat. Tugas dan tanggung jawab kepala sekolah semakin luas dan semakin banyak bidangnya. Kepala sekolah tidak hanya bertanggung jawab atas kelancaran jalannya secara teknik

---

<sup>13</sup> Wahyusumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, 49.

dan akademik saja. Selain itu kepala sekolah juga bertanggung jawab atas masalah-masalah baru yang timbul pada masa sekarang ini.<sup>14</sup>

Kepala madrasah bekerja bukan hanya mengembangkan dan menyerahkan suatu program pengajaran kepada guru - guru untuk dilaksanakan kepala madrasah sebagai pemimpin yang resmi harus menggunakan proses-proses demokrasi atas dasar kualitas sumbanganya. kepala madrasah bertindak sebagai konsultan bagi guru-guru yang dapat membantu mereka memecahkan permasalahan mereka, kepala madrasah hendaknya berusaha mengaitkan kemampuan staff untuk bekerja dan berpikir bersama.

Hendiyat Soetopo mengatakan, ”setiap usaha perubahan program pendidikan hendaknya melalui evaluasi dan perencanaan oleh kelompok. sebagai kepala madrasah harus mampu mengatasi setiap perbedaan pendapat dan mengambil keputusan melalui pertimbangan kelompok“. Tugas pemimpin pendidikan itu tidak mudah, ini menuntut segenap kesanggupan kepala madrasah untuk melaksanakannya.<sup>15</sup>

Sebagai seorang pemimpin, fungsi dan tugas kepala madrasah sangat kompleks demi terwujudnya sekolah yang berkualitas E.Mulyasa memaparkan fungsi dan tugas kepala madrasah secara terperinci berikut ini:

---

<sup>14</sup> Karwati, “*Kinerja dan Profesionalisme Kepala Sekolah*”, (Bandung: Alfabeta, 2013 ), 23

<sup>15</sup> Hendiyat Soetopo, “*Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan*”, (Malang: Bina Aksara,1982), 26

1) Kepala Madrasah sebagai pendidik (*educator*)

Kepala madrasah yang menjalankan fungsinya dengan meningkatkan keprofesionalisme tenaga pendidikan di sekolahnya, menciptakan iklim sekolah yang kondusif, memberikan nasehat kepada warga sekolah, memberikan dorongan kepada seluruh tenaga kependidikan, melaksanaknakan program akselerasi bagi siswa yang cerdas di atas rata-rata.<sup>16</sup> Sebagai *educator* kepala madrasah harus senantiasa berupaya meningkatkan kuliatas pembelajaran siswa dan dapat menghasilkan siswa yang lebih bermutu dan berakhlak.

2) Kepala Madrasah sebagai *manager*

Dalam rangka melakukan peran dan fungsinya sebagai *manager*, kepala madrasah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberdayakan tenaga kependidikan melalui kerja sama atau kooperatif yang di maksud bahwa dalam peningkatan profesionalisme tenaga kependidikan di madrasah, Kepala madrasah harus memberi kesempatan kepada tenaga kependidikan untuk meningkatkan profesiolismenya dan mendorong keterlibatan seluruh tenaga kependidikan.<sup>17</sup>

3) Kepala madrasah sebagai *administrator*

Kepala madrasah sebagai *administrator* memiliki hubungan yang sangat erat dengan berbagai aktifitas pengelolaan

---

<sup>16</sup> E. Mulyasa, “*Menjadi Kepala Sekolah Profesional*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 98-99.

<sup>17</sup> E. Mulyas, *Menjadi Kepala Sekolah*, 100

administrasi yang bersifat pencatatan, penyusunan dan pendokumenan seluruh program sekolah secara spesifik. Kepala madrasah harus memiliki kemampuan untuk mengelola kurikulum, administrasi peserta didik, administrasi personalia, administrasi kearsipan dan administrasi keuangan.” Kegiatan tersebut perlu dilakukan dengan cara efektif dan efisien agar dapat menunjang produktifitas sekolah.

#### 4) Kepala madrasah sebagai *Supervisor*

Supervisi merupakan suatu proses yang dirancang secara khusus untuk membantu para guru dan supervisor dalam mempelajari tugas di madrasah, agar dapat menggunakan pengetahuan dan kemampuannya untuk memberi layanan yang baik pada orang tua dan peserta didik dan serta berupaya menjadikan madrasah sebagai masyarakat belajar yang lebih efektif dalam pelaksanaannya sebagai supervisor harus memperhatikan prinsip-prinsipnya, seperti hubungan konsultatif, kolegial, dan bukan hierarkis, dilakukan secara demokratis, berpusat pada tenaga kependidikan dan merupakan bantuan professional.<sup>18</sup>

#### 5) Kepala Madrasah sebagai *leader*

Kepala madrasah sebagai leader harus mampu memberikan petunjuk dan pengawasan, meningkatkan keamauan tenaga kependidikan, membuka komunikasi dua arah, serta

---

<sup>18</sup> E. Mulyasa, “*Manajemen & Kepemimpinan Kepala Sekolah*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 34

mendelegasikan tugas. Kemampuan yang harus diwujudkan kepala madrasah sebagai leader dapat dianalisis dari kepribadian, pengetahuan terhadap tenaga kependidikan, visi dan misi madrasah, kemampuan mengambil keputusan, dan kemampuan berkomunikasi. Kepribadian kepala madrasah sebagai leader akan tercermin dalam sifat-sifat (1) Jujur, (2) Percaya diri, (3) tanggung jawab, (4) berani mengambil resiko dan keputusan, (5) Berjiwa besar, (6) emosi yang stabil, (7) teladan.<sup>19</sup>

Kepala madrasah merupakan orang yang memegang peranan penting dalam menjalankan organisasi madrasah. Kepala madrasah harus memiliki kepribadian yang baik serta memiliki pengetahuan yang lebih dari tenaga kependidikan lainnya. Sehingga dapat menjadi panutan bagi seluruh anggota organisasi madrasah.<sup>20</sup>

#### 6) Kepala Madrasah Sebagai *Innovator*

Dalam rangka melakukan peran dan fungsinya sebagai innovator, Kepala madrasah harus memiliki strategis yang tepat untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan lingkungan, mencari, gagasan baru, mengintegrasikan setiap kegiatan, memberikan teladan kepada seluruh tenaga kependidikan di sekolah, dan mngembangkan model-model pembelajaran yang inovatif.

---

<sup>19</sup> E. Mulyasa, *Menjadi kepala sekolah*,115

<sup>20</sup> E. Mulyasa, *Menjadi kepala sekolah*,118

Kepala madrasah sebagai Innovator harus mampu mencari, menemukan, dan melaksanakan berbagai pembaharuan di madrasah, oleh karenanya, dalam melaksanakan perannya sebagai innovator kepala madrasah harus dapat melakukan pembaharuan-pembaharuan yang kreatif dan inovatif sehingga terciptanya hubungan yang harmonis dengan lingkungan madrasah.

#### 7) Kepala madrasah sebagai Motivator

Sebagai motivator, kepala madrasah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberikan motivasi kepada para tenaga kependidikan dalam melakukan berbagai tugas dan fungsinya.<sup>21</sup> Motivasi dapat ditumbuhkan melalui pengaturan lingkungan fisik, pengaturan suasana kerja, disiplin, dorongan, penghargaan secara efektif, dan penyediaan berbagai sumber belajar melalui perkembangan Pusat Sumber Belajar (PSB). Sebagai Motivator, kepala madrasah dituntut untuk memiliki dan memberikan motivasi kepada para tenaga kependidikan, Sehingga tenaga kependidikan dapat menjalankan tugas sebagaimana mestinya.<sup>22</sup>

Dari beberapa fungsi dan tugas kepemimpinan kepala madrasah tersebut, maka seorang kepala madrasah harus menjalankan fungsi dan tugasnya dengan baik, agar perannya sebagai pemimpin dapat berjalan secara efektif dan efisien, Sehingga para tenaga kependidikan juga dapat menjalankan tugas yang

<sup>21</sup>E.Mulyasa, *Manajemen & Kepemimpinan*, 40

<sup>22</sup>Zakky Mubarak, *"Tanggung Jawab Seorang Pemimpin"*, (Jakarta: Amzah, 2010 ), 34

dibebankan kepadanya dengan sebaik-baiknya. Karena pada dasarnya berhasil atau tidaknya peningkatan mutu madrasah tersebut tergantung pemimpinya.

Ketujuh fungsi dan tugas ini akan mendorong kepala madrasah meningkatkan kreatifitasnya dalam mengembangkan sekolah, sehingga mampu memberikan inspirasi dan motivasi kepada jajaran bawahannya untuk bangkit mengejar ketinggalan dan kemunduran di segala bidang.

## **2. Konsep Promosi Madrasah**

### **a. Pengertian Promosi**

Promosi berarti suatu cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan sekolah dengan tujuan menarik calon siswa agar mereka mendaftar dan bersekolah di sekolah yang dipromosikan.

Menurut Para Ahli promosi adalah<sup>23</sup> :

- 1) Menurut Tjiptono, Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

---

<sup>23</sup> Garaika, Promosi dan pengaruhnya terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara Volume 16 (1) Juni 2018, 25. <https://stietrisnanegara.ac.id/jurnal/index.php/aktual/article/download/3/3>

- 2) Menurut Swastha dan Irawan, Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
- 3) Menurut Sistaningrum, Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.
- 4) Menurut Gitosudarmo Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.
- 5) Menurut Kotler, Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi “promotional mix”.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berpapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produknya tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk

tersebut akan berguna untuk mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Dengan kata lain promosi adalah langkah awal bagi sekolah untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang apa saja yang dimiliki oleh sekolah dan keuntungan apa saja yang akan didapat jika masyarakat mempercayakan untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut kegiatan promosi yang dilakukan bisa melalui berbagai macam media seperti tatap muka langsung atau dengan media lain seperti spanduk, pamflet brosur bahkan melalui pembicaraan yang disebar kepada kalangan masyarakat tertentu.<sup>24</sup>

Tempat/lokasi suatu madrasah merupakan sesuatu yang penting karena lokasi yang strategi dapat berpengaruh untuk kemajuan suatu madrasah tersebut, adapun halnya promosi dan reputasi personal merupakan sesuatu yang penting untuk menjaga citra calon siswa terhadap reputasi madrasah. Citra terhadap reputasi madrasah ini perlu untuk selalu dijaga agar madrasah tersebut selalu di kenal baik oleh masyarakat.<sup>25</sup>

Pendidikan pada hakikatnya merupakan proses pematangan kualitas hidup. Melalui proses tersebut diharapkan manusia dapat memahami apa arti hakikat hidup, serta untuk apa dan bagaimana menjalankan tugas hidup dan kehidupan secara benar. Karena itulah

---

<sup>24</sup> Nurul Aulia Islamika, Strategi Bauran Promosi MTs. AL-Jihad Kota Bekasi, (Jakarta: 2017),24.

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35290/1/NURUL%20AULIA%20ISLAMIKA-FITK>

<sup>25</sup>Muhaimin, “Manajemen Pendidikan Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah”, (Jakarta : KENACANA prenada media group, 2010), 102

fokus pendidikan diarahkan pada pembentukan kepribadian unggul dengan menitikberatkan pada proses pematangan kualitas logika, hati, akhlak, dan keimanan. Puncak pendidikan yaitu tercapainya titik kesempurnaan kualitas hidup.<sup>26</sup>

Adapun menurut David W konsep promosi pendidikan memiliki tiga dasar yaitu:

- 1) Dimulai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai dasar tujuan
- 2) Mengembangkan pendekatan organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- 3) Mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan memberikan kepuasan kepada konsumen.<sup>27</sup>

Oleh karena itu, variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh madrasah tersebut harus dipentingkan dan diarahkan untuk kebutuhan dan kepuasan “pelanggan”. Kepuasan pelanggan tersebut tentu tidak hanya tergantung pada faktor-faktor yang berhubungan dengan bidang-bidang akademik saja, tetapi juga asrama, kehidupan social madrasah, dukungan psikologis, tim olahraga & kesenian, dan sebagainya. semua itu harus diperhatikan oleh madrasah, jika ia hendak memenangkan persaingan di antara madrasah yang lain dalam menarik minat “pelanggan”. Dengan melaksanakan kegiatan promosi akan dapat membantu madrasah menghadapi masa depan yang lebih baik.

---

<sup>26</sup> Mulyasana Dedi, Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing,( Bandung :PT Remaja Rosdakarya. 2012). 2

<sup>27</sup> David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan, (Jakarta: Salemba Empat 2012). 372

Agar sekolah dapat melaksanakan promosi dengan berhasil, madrasah hendaknya mengetahui kecenderungan “kondisi pasar” terlebih dahulu. adrasah harus dapat mengembangkan pendidikanya bserbagai macam segmen pasar, oleh karena itu kurikulum yang dihasilkan oleh madrasah harus benar berorientasi pada keiginan dan kebutuhan “pelanggan”. Untuk memperluas segmentasi pasar tersebut madrasah hendaknya menawarkan berbagai jenis layanan kepada pasar.

Selain itu, dalam melihat segmen pasar ini madrasah juga harus menentukan calon siswa yang akan dipilihnya. Beberapa kategori tersebut meliputi; (1) berdasarkan intelektual (*intellects*), ini berarti bahwa madrasah akan menerima calon siswa berdasarkan kemampuan intelektual. Keadaan ini paling banyak dilakukan, sehingga madrasah melaksanakan tes terlebih dahulu terhadap calon sisiwa yang berminat masuk ke madrasah tersebut; (2) berdasarkan bakat khusus (*special talent*), ini berarti bahwa madrasah akan menerima langsung calon-calon sisiwa yang memiliki bakat-bakat khusus semacam kesenian, olahraga, dan sebagainya; (3) berdasarkan kelompok/golongan (*the family*), madrasah akan menerima siswa dari kelompok/golongan islam tertentu, menerima siswa dari warga tertentu; (4) berdasarkan keinginan social (*social conscience*), ini berarti bahwa madrasah akan menerima calon siswa berdasarkan keiginan-keinginan social yang ada di masyarakat, misalnya keinginan masyarakat kulit hitam yang ada di

amerika satau keinginan mas yarakat-masyarakat minoritas tertentu; (5) berdasarkan semua anak (the all kid), kebanyakan semua calon siswa masuk dalam kategori,yang mana madrasah akan menerima semua calon siswa yang berasal dari negara itu.<sup>28</sup>

Madrasah yang mempunyai tim marketing yang bagus biasanya tidak akan terlalu kesulitan dalam mendapatkan siswa baru. Berbeda dengan sekolah swasta biasa saja yang tidak memiliki tim marketing yang hanya mengandalkan guru untuk promo. Kecuali sekolah yang memang sudah mempunyai reputasi bagus di masyarakat.

#### b. Media Promosi

Menurut Kasali, media periklanan dibagi menjadi dua yaitu :

- 1) Media lini atas ( *Above the Line* ) terdiri dari iklan iklan yang dimuat dalam media cetak, media elektronik, ( tv, radio, bioskop ) serta media luar ruang (papan reklame dan angkutan), sifat ATL merupakan media yang tak langsung mengenai audiens, karena terbatas pada oenerimaan audien media. ATL memiliki ciri ciri sebagai berikut:
  - a) Target audiens yang luas
  - b) Lebih mudah untuk menjelaskan sebuah konsep dan ide
  - c) Tidak ada interaksi langsung dengan audiens

---

<sup>28</sup> Mukhtar S, Pemasaran dan Upaya dalam Mempengaruhi Harapan Stakeholder dalam Lembaga Pendidikan Islam, Jurnal Tarbawi Vol. 14. No. 2. Juli – Desember 2017, 171. <https://ejournal.unisnu.ac.id>

- d) Media yang digunakan adalah tv, radio, majalah, Koran, tabloid, billboard
  - e) Biaya produksi lebih kecil daripada tayang.
- 2) Media Lini Bawah ( *Below The Line* ) terdiri dari seluruh media diatas seperti direct mail, pameran, point of sale display material, calendar, agenda, gantungan kunci, atau tanda mata BTL merupakan media yang langsung mengena pada audiens karena sifatnya yang memudahkan audiens langsung menyerap satu produk atau pesan. Media BTL memiliki ciri ciri sebagai berikut. - Target audiens terbatas.
- a) Media atau kegiatan memberikan audiens kesempatan untuk merasakan, menyentuh atau interaksi, bahkan langsung melakukan pembelian.
  - b) Media yang digunakan event, sponsorship, sampling, point of sale, materials, cosumer promotion, trade promotion dan lain lain
  - c) Biaya produksi lebih besar dari pada tayang Dalam promosi sering disebut adanya media primer dan media sekunder.

Media primer dan sekunder berbeda dengan media ATL dan BTL media primer adalah media yang diutamakan dalam sebuah promosi sedangkan media sekunder adalah media yang sifatnya menunjang atau melengkapi. Contohnya televise bias menjadi media sekunder bila ternyata brosur dan event lebih efektif dijadikan media

primer, begitu pula sebaliknya. Selain ATL dan BTL kini sudah berkembang media baru yang melintas dua media tersebut yaitu TTL ( Through The Line ) TTL mencakup penyempurnaan komunikasi media massa dan non media massa, sehingga melintas media. TTL dapat digolongkan sebagai media baru. Contohnya: media luar ruang, video, media interaktif digital, web banner dan jejaring sosial, salah satu yang termasuk dalam TTL ini adalah ambient, media yang memanfaatkan ruang umum sebagai media yang berpotensi mempengaruhi target secara langsung, media di ruang maya ataupun ambient media sulit dikategorikan pada ATL atau BTL, bahkan tidak ada kategorinya. Ambient media tidak mengandalkan frekuensi tayang, namun mengintegrasikan konstruksi, ergonomic, interaksifita, sangat berbeda dari media konvensional lainnya.<sup>29</sup>

c. Teknik promosi

Ada beberapa hal yang perlu dilakukan Promosi yang efektif yaitu:

1) Kontak informasi

Konsumen seyogyanya harus terlibat dalam kontak dengan informasi promosi agar promosi tersebut dapat berhasil. Kontak informasi dengan promosi dapat berdasarkan keinginan (intentional), contohnya saat konsumen membuka surat kabar mencari kupon makanan. Namun demikian yang paling sering

---

<sup>29</sup> Anang Firmansyah, pemasaran (dasar dan konsep), (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 323.

adalah secara tak terduga (incidental), contohnya konsumen melakukan kontak dengan suatu promosi ketika terlibat dalam perilaku lain. Terkadang kontak promosi dapat memicu proses pengambilan keputusan pembelian, seperti munculnya keinginan membeli saat konsumen melintasi baliho sebuah produk. Oleh karena itu para pemasar harus menempatkan pesan-pesan promosi di lingkungan fisik konsumen untuk memaksimalkan kemungkinan eksposur. Eksposur pada pesan promosi tidaklah cukup, konsumen juga harus aktif memperhatikan promosi yang diberikan. Promosi besar-besaran (diskon, bonus hadiah) cenderung menjadi sumber keterlibatan yang situasional sehingga cenderung mendapatkan perhatian yang lebih tinggi.

## 2) Komunikasi dari mulut ke mulut

Komunikasi dari mulut ke mulut (word-of mouth communication) merupakan metode yang membantu penyebaran kesadaran produk hingga menjangkau konsumen di luar dari mereka yang melakukan kontak langsung dengan promosi.

Konsumen dapat berbagi informasi dengan teman tentang tawaran yang menarik dari sebuah produk. Pemasar dapat meningkatkan kemungkinan bahwa informasi tersebut akan dikomunikasikan ke

konsumen lainnya dengan cara menempatkan informasi promosi di lingkungan konsumen.<sup>30</sup>

d. Langkah-Langkah Strategi Promosi

1) Mengidentifikasi audiens sasaran

Perencanaan promosi diawali dengan mengidentifikasi audiens sasaran terlebih dahulu. Audiens sasaran diartikan sebagai khalayak pasar yang diinginkan perusahaan, meliputi calon pembeli. Pembeli saat ini, penentu keputusan, serta pihak-pihak yang dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian termasuk orang-orang yang dekat dengan calon pembeli atau pembeli saat ini. Audiens sasaran ini dapat bersifat perseorangan, kelompok, masyarakat tertentu atau masyarakat umum.

Mengidentifikasi sasaran berarti menetapkan khalayak pasar yang diinginkan. Hal itu dilakukan untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan mengenai pesan yang akan disampaikan, waktu penyampaian, media dan cara pesan disampaikan kepada audiens tersebut.

2) Menentukan tujuan promosi

Setelah audiens sasaran diidentifikasi, perusahaan harus menetapkan tujuan promosi yang ingin dicapai. Penetapan tujuan

---

<sup>30</sup> Anang Firmansyah, Pemasaran Dasar dan Konsep, (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 326.

promosi akan memudahkan perusahaan memilih alat promosi.

Adapun tujuan promosi menurut Rossiter dan Percy, yaitu:

- a) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
- b) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
- c) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
- d) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).
- e) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*), dan
- f) Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).<sup>31</sup>

### 3) Merancang Pesan

Philip Kotler sebagaimana dikutip Noviyanti dalam skripsinya dikatakan bahwa dalam merancang pesan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu, “isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan”.<sup>32</sup>

#### a) Isi Pesan

Dalam menentukan isi pesan yang ingin disampaikan, perusahaan perlu mencari dan membuat daya tarik, tema, dan ide yang mampu menarik perhatian audiens sasaran. Tema yang efektif akan menunjukkan manfaat produk yang mampu

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi, 1998), 3.

<sup>32</sup> Noviyanti, Strategi Promosi Lembaga Pendidikan Islam dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa, Skripsi Sarjana, (Jakarta: Perpustakaan Utama UIN Jakarta, 2007), 16.

memotivasi terjadinya pembelian. Ada tiga daya tarik yang perlu dipertimbangkan dalam merancang pesan, yaitu daya tarik rasional yang membangkitkan kepentingan diri audiens sasaran, daya tarik emosional yang mencoba membangkitkan emosi positif dan negatif audiens sasaran dan daya tarik moral yang mengarahkan pada perasaan audiens sasaran tentang apa yang benar dan tepat.

b) Struktur Pesan

Keefektifan pesan juga tergantung pada struktur pesan, yaitu penyusunan pesan, bagaimana pesan disampaikan secara logis. Selanjutnya harus ditentukan susunan penyajiannya, apakah argumen yang kuat akan disampaikan di awal atau akhir pesan tersebut.

c) Format Pesan

Format pesan sangat dipengaruhi oleh media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Jika media yang digunakan adalah media cetak, maka perusahaan perlu memperhatikan judul iklan atau pesan yang akan disampaikan, ilustrasi gambar dan warna yang menarik yang dapat mewakili maksud pesan tersebut. Apabila menggunakan media elektronik, maka perusahaan perlu memperhatikan pemilihan kata-kata, kualitas suara, dan vokalisasi pesan yang disiarkan.

d) Sumber Pesan

Sumber pesan yaitu orang yang akan menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan oleh sumber pesan yang menarik atau terkenal akan lebih mampu menarik perhatian audiens sasaran dan mudah diingat.

4) Memilih Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi dimaksudkan sebagai jalur komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan. Saluran komunikasi di bagi dua, yaitu personal dan non personal. Saluran komunikasi personal merupakan komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih secara langsung tanpa perantara pihak ketiga. Komunikator dan komunikan dapat bertemu langsung di suatu tempat atau melalui alat komunikasi seperti surat dan telepon. Berbeda dengan saluran komunikasi personal, saluran komunikasi non personal menyampaikan pesan tanpa melakukan kontak atau interaksi langsung dengan audiens sasaran, tetapi menggunakan media, atmosfer, dan acara.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Noviyanti, Strategi Promosi Lembaga Pendidikan Islam dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa, Skripsi Sarjana, (Jakarta: Perpustakaan Utama UIN Jakarta, 2007), 16

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam sebuah penelitian, metode merupakan suatu hal yang sangat penting, karena dengan metode yang baik dan benar akan memungkinkan tercapainya suatu tujuan penelitian. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>34</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikirsn orang secara individual maupun kelompok. Beberapa deskriptif digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada penyimpulan.<sup>35</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Peneliti lapangan dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) karena langsung terjun di sebuah lembaga yang akan diteliti.

---

<sup>34</sup>Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2015), 2

<sup>35</sup>Syaodih Sukmadinata, “*Metode Penelitian Pendidikan*”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 60

## B. Lokasi Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, calon peneliti harus mempersiapkan serta menentukan secara pasti di daerah mana ia akan mengadakan penelitian, yang dimaksudkan daerah ialah lokasi penelitian itu berada. Adapun daerah yang ditetapkan sebagai tempat penelitian adalah MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.

## C. Subyek Penelitian

Peneliti memilih metode *purposive sampling* karena informan yang dipilih peneliti merupakan orang yang dianggap paling tahu dan memahami tentang strategi kepala madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember. Adapun informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepala Sekolah: Syauqi Abdillah, S.Pd.
2. Guru
  - a. Fathur Rozi, S.Pd.
  - b. Yuli Isnaini, S.Pd.
3. Wali Murid
  - a. Siti Qomariyah
  - b. Baihaki

## D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang digunakan misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

masing-masing harus dideskripsikan tentang data apa saja yang diperoleh melalui teknik-teknik tersebut.<sup>36</sup> Berikut penjelasannya:

### 1. Observasi

Observasi ialah cara mengumpulkan bahan-bahan keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.<sup>37</sup> Adapun data yang diperoleh dari teknik observasi tersebut untuk memperoleh data data yang berkaitan dengan bagaimana proses Manajemen pengembangan mutu dalam meningkatkan mutu peserta didiknya.

Sebaiknya peneliti menggunakan alat rekam dan alat catat agar hasil observasinya baik. Metode ini menggunakan pengamatan langsung terhadap benda, situasi dan kondisi.

### 2. Wawancara

Teknik wawancara ialah suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi yang membahas suatu objek yang diteliti.<sup>38</sup> Wawancara juga dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual.<sup>39</sup> Dalam penelitian ini menggunakan wawancara semistruktur dan wawancara terstruktur. Tujuannya adalah untuk

---

<sup>36</sup> Tim penyusun, Pedoman penulisan karya ilmiah UIN KHAS Jember (Jember: UIN KHAS Jember, 2021), 95.

<sup>37</sup> Ajat Rukajat, *"Teknik Evaluasi Pembelajaran"*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 75

<sup>38</sup> A. Muri Yusuf, *"Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan"*, (Jakarta: Kencana, 2014), 372.

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 216

menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pada saat narasumber dimintai informasi, pendapat serta ide-idenya.

### 3. Studi Dokumenter

Studi Dokumenter adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari bukti-bukti dari sumber non-manusia terkait objek yang diteliti berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>40</sup> Adapun data yang diperoleh adalah profil lembaga sekolah dan sejarah sekolah tersebut.

## E. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data yang mengacu dari konsep Miles dan Huberman yang terdiri dari:

### 1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjajahan secara umum terhadap situasi obyek yang akan diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara, observasi dan dokumentasi pada guru Pendidikan Agama Islam, siswa dan pihak yang dianggap tahu dalam penelitian ini.

---

<sup>40</sup>Eko Sugiarto, “*Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*”, (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), 88

## 2. **Kondensasi Data (*Data Condensation*)**

Kondensasi adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi data aksi dari catatan lapangan, interview, traksip dan berbagai dokumen. Setelah melakukan pengumpulan data tentang implementasi toleransi antar umat beragama dalam pembelajaran Pendidikan agama islam di SMPN 2 Ambulu maka peneliti disini memilih data yang diperlukan dan data-data yang tidak penting dibuang.

## 3. **Penyajian Data (*Data Display*)**

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Setelah mengumpulkan data terkait dengan implementasi toleransi antar umat beragama dalam pembelajaran Pendidikan agama islam, maka langkah selanjutnya yaitu mengelompokkan hasil data dan observasi serta wawancara untuk disajikan dan dibahas secara detail.

## 4. **Kesimpulan (*Conclussion Drawing/Verifying*)**

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka

kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Setelah mengajukan data terkait dengan implementasi toleransi antar umat beragama dalam pembelajaran Pendidikan agama islam, maka peneliti disini melakukan penarikan kesimpulan.

#### **F. Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan konsep yang menunjukkan kesahihan dan keadaan data dalam suatu penelitian. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan triangulasi.<sup>41</sup> Pada penelitian ini dalam hal pengujian keabsahan data yang diperoleh, maka peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu, sebagaimana untuk keperluan dalam hal pengecekan atau sebagai pembandingan data.

Adapun teknik triangulasi di dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber ini adalah teknik yang dilakukan penelitian dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang lain. Sedangkan triangulasi teknik ini adalah cara mengecek data dengan beberapa cara yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

#### **G. Tahap Tahap Penelitian**

Dalam tahapan penelitian yang saya lakukan disini ialah sebagai berikut:

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 369.

## 1. Tahap Pra lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap yang dilakukan sebelum peneliti terjun ke lapangan. Tahapan yang dilakukan antara lain:

### a. Menyusun rencana penelitian

Rencana penelitian meliputi latar belakang masalah yang akan diteliti beserta alasan pelaksanaan penelitian, penentuan jadwal penelitian, rancangan pengumpulan data, rancangan prosedur analisis data dan rancangan pengecekan keabsahan data.

### b. Studi eksplorasi

Studi eksplorasi merupakan kunjungan ke lokasi dengan tujuan mengenal segala keadaan fisik dan social lokasi penelitian.

### c. Perizinan

Pelaksanaan penelitian ini membutuhkan izin dengan prosedur permintaan surat pengantar dari Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember sebagai permohonan izin penelitian yang diajukan kepada Kepala Sekolah SMPN 2 Ambulu.

### d. Penyusunan instrument penelitian

Kegiatan dalam penyusunan instrument penelitiann meliputi: menyusun pertanyaan dan mencatat dokumen yang diperlukan.

## 2. Tahap Pelaksanaan

### a. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi.

### b. Pengolahan data

Pengolahan data dimaksudkan untuk mempermudah dalam proses analisis data.

### c. Analisis data

Data yang telah terkumpul dan tersusun dianalisis menggunakan analisis kualitatif, yaitu mengemukakan gambaran terhadap apa yang telah diperoleh selama pengumpulan data.

## 3. Tahap Pelaporan

Laporan penelitian merupakan dokumen yang berisi uraian sistematis tentang kegiatan penelitian, hasil penelitian dan rekomendasi yang diberikan.<sup>42</sup> Tahap ini merupakan tahap pembuatan laporan tertulis dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, laporan ini akan ditulis dalam bentuk skripsi.

---

<sup>42</sup> Sugiono, *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 215.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Latar Belakang Objek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Lokasi

Penelitian ini dilakukan di MTs Kholid Bin Walid pada tanggal 10 Agustus 2021- 09 September 2021. Hasil penelitian diperoleh dari observasi, dokumentasi dan dari hasil wawancara dengan kepala madrasah, dan guru madrasah untuk mendapat keterangan tentang strategi kepala madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid.

##### 2. Sejarah Berdirinya MTs Kholid Bin Walid

MTs Kholid Bin Walid adalah sebuah lembaga pendidikan lanjutan yang setara dengan tingkat SMP yang dikelola sejak Tahun 1981 dan berlangsung dibawah Kementrian Agama (KEMENAG) yang berdiri dilembaga Pondok Pesantren Mamba'ul Ulum. MTs Kholid Bin Walid ini berlokasi di desa dukuhmencek kecamatan sukorambi kabupaten Jember.

Rencana pendirian madrasah ini diprakarsai oleh pengasuh dan sekaligus pendiri lembaga pondok pesantren Mamba'ul Ulum yakni, KH. Muhammad Kholid Bahar. Ide ini untuk mendirikan Madrasah MTs Kholid Bin Walid ini timbul disaat melihat realita kebutuhan masyarakat yang ada di desa DukuhMencek Sukorambi Jember.<sup>43</sup>

Berdirinya lembaga ini pada awal mulanya hanya menfokuskan pada kegiatan pondok pesantren saja. namun lama kelamaan berkembang

---

<sup>43</sup> Sumber Data: Dokumentasi Tata Usaha MTs Kholid bin Walid 9 maret 2022.

pada pendidikan Madrasah Tsanawiah Kholid Bin Walid. selain itu lembaga pendidikan ini juga bergerak dibidang sosial seperti memberikan santunan, serta kegiatan latihan seperti menjahit, hadrah dan gambus.

Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai latar belakang berdirinya MTs Kholid Bin Walid adalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya anak-anak disekitarnya tidak dapat melanjutkan sekolah/berhenti ditengah jalan, alasannya karena tidak mampu membayar uang sekolah yang melambung tinggi.
- b. Agar para santri dapat melanjutkan jenjang pendidikannya.
- c. Untuk menampung anak-anak yang keberadaan ekonomi orang tuanya kurang mampu.
- d. Karena jarak dengan sekolah cukup jauh.
- e. Untuk membantu pemerintah dalam mencerdaskan kehidupan bangsa serta menunjang program pendidikan dasar 9 tahun.

Dalam perkembangan MTs Kholid Bin Walid ini senantiasa mengalami kemajuan yang sangat pesat dilihat dari peran serta masyarakat memasukkan putra-putrinya untuk di didik menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT. berkat pertolongan Allah SWT, dan diikuti dengan semangat yang tinggi dari semua pihak, maka perkembangan MTs Kholid Bin Walid ini meningkat disertai dengan kelengkapan tenaga pengajarnya.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Sumber Data: Dokumentasi Tata Usaha MTs Kholid bin Walid 9 maret 2022.

Kepala sekolah yang pernah memimpin MTs Kholid Bin Walid dari awal hingga sekarang adalah:

- a. Saifudin zuhri 1981-1985
  - b. Muhammad Taufik 1985-2000
  - c. Miftahun ulun 2000-2010
  - d. H. kamsuri 2010-2015
  - e. Syauqi abdillah 2015 - Sekarang
3. Visi, Misi dan Tujuan MTs Kholid Bin Walid

Dalam dunia pendidikan tujuan merupakan suatu yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan pembelajaran. Oleh karena itu di lembaga pendidikan harus ada tujuan yang harus ditetapkan demi untuk mencapai tujuan pendidikan nasional. Demi untuk mencapai tujuan tersebut, lembaga pendidikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid menetapkan visi dan misi yang didasarkan pada tujuan pendidikan nasional.

Adapun visi dan misi tersebut sebagai berikut :

- a. Visi Madrasah

“Lahirnya Insan yang Beriman Dan Bertaqwa, Berakhlaqul Karimah, Berilmu dan Beramal Sholeh”

- b. Misi Madrasah

- 1) Melaksanakan program secara intensif sesuai dengan silabus yang ada
- 2) Menciptakan Suasana KBM yang selalu Kondusif & Indukatif.
- 3) Menumbuhkan Kreativitas Siswa Kearah yang Positif.

- 4) Menanamkan Dasar-Dasar IMTAQ melalui Pendidikan Agama dan IPTEK melalui Pendidikan Komputer dan Laboratorium

c. Tujuan Madrasah

- 1) Terciptanya insan yang beriman yang senantiasa bertaqwa kepada Allah SWT.
- 2) Menunjang program pemerintah tentang Wajib Belajar Pendidikan 9 tahun.
- 3) Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM ) yang bermoral dan berakhlakul karimah.
- 4) Terciptanya kader-kader bangsa yang berdedikasi tinggi untuk selalu maju demi terwujudnya tujuan bangsa untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.
- 5) Terciptanya lingkungan Madrasah yang bersih, disiplin dan religius.<sup>45</sup>

Dengan adanya visi misi maka sebuah lembaga pendidikan mampu menghasilkan lulusan yang memiliki potensi kreatif yang dapat ketika melanjutkan ke jenjang selanjutnya. Apabila sebuah lembaga tidak mampu menghasilkan lulusan yang memiliki potensi yang kreatif dan terarah.

4. Identitas MTs Kholid Bin Walid

Nama Madrasah : Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid

E-mail : [Khobinwa1981@gmail.com](mailto:Khobinwa1981@gmail.com)

N S M / N P S N : 121235090120 / 10114375

---

<sup>45</sup> Sumber Data: *Dokumentasi Tata Usaha*, MTs Kholid bin Walid.

Izin Operasional Nomor : 106 tahun 2019

Alamat Madrasah : Jl. Gurami No 60 Dukuhmencek  
sukorambi jember

Status Madrasah : Swasta Penuh/Terakreditasi

Status Akreditasi : B

Nomor SK dan Tanggal : 287/BAP/NAD/2019 tanggal 12 Oktober  
2019

Tahun Pendirian : 1981

Penyelenggara Pendidikan : Kementerian Agama/Yayasan Pendidikan  
Islam Mamba'ul Ulum

Waktu Belajar : Pagi

#### 5. Keadaan Guru, Tenaga Kependidikan dan Siswa

MTsS Kholid Bin Walid adalah suatu lembaga pendidikan menengah yang berstatus Swasta, Sampai saat ini jumlah guru di MTs Kholid Bin Walid yaitu berjumlah 17 orang, Jelasnya jumlah guru di MTs Kholid Bin Walid dapat dilihat dari table 4.2 berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Data Keseluruhan Guru**

NO	NAMA	L/P	IJAZAH	JABATAN
1	SYAUQI ABDILLAH S.Pd.I	L	S1	KEPALA
2	MISBAHUL MUNIR S.Pd.	L	S1	WAKAKUR
3	MUHAMMAD FATHOR ROZI S.Pd	L	S1	GURU
4	ABDULLAH HAMID S.Pd	L	S1	GURU
5	MUHAMMAD FAUZAN, S.Pd	L	S1	BENDAHARA
6	MOCHAMAD YACHUP	L	S1	WAKASIS

	S.Pd			
7	YULI ISNAENI S.Pd	P	S1	WALI KELAS
8	MIFTAHOL ULUN, S.Pd	L	S1	GURU
9	IMAM HAMBALI	L	S1	BK
10	HERWANTO, S.Pd	L	S1	WALI KELAS
11	SULISTYAWATININGSI H, S.Pd	P	S1	WALI KELAS
12	KAMILIA MALIK, S.Pd	P	S1	WALI KELAS
13	AHMAD LUTFI	L	SLTA	TU
14	DIANA NOVITA SARI, S.Pd	P	S1	GURU
15	HUSNUL HABIBI	L	SLTA	GURU
16	AGUS CHAIRUL GOFHAR	L	SLTA	SATPAM
17	Hofi Ubaidillah, S.Pd	L	S1	Guru

Dapat dilihat dalam tabel diatas MTs Kholid Bin Walid memiliki keseluruhan guru sebanyak 17 guru, dan menurut wawancara dengan Kepala madrasah yang di butuhkan guru dalam sebuah Madrasah itu sebanyak 27 orang guru. Jadi dapat dikatakan MTs Kholid Bin Walid kekurangan guru.

Siswa adalah individu yang mendapat pelayanan dalam sebuah lembaga pendidikan sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai pilihan untuk memperoleh ilmu yang sesuai dengan cita-cita dan harapan masa depannya.

Berdasarkan hasil data dokumentasi diketahui bahwa jumlah murid di MTS Kholid Bin Walid tercatat sampai saat ini adalah 149 orang

siswa/siswi, yang terdiri dari 81 siswa dan 68 siswi, Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 4.2**  
**Jumlah siswa/siswi MTs Kholid Bin Walid**

KELAS	JUMLAH SISWA		
	2021-2022		
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
VII A,B	28	23	<b>51</b>
VIII A,B	30	24	<b>54</b>
IX A,B	23	21	<b>44</b>
JUMLAH	81	68	<b>149</b>

Bedasarkan tabel di atas dapat dilihat siswa/siswi sebanyak 149 orang termasuk laki-laki dan perempuan yang terdiri dari 6 ruang, yaitu kelas VII dengan jumlah siswa 51 siswa/siswi, dan kelas VIII dengan jumlah 54 siswa/siswi, dan selanjutnya kelas IX dengan jumlah siswa 44 siswa/siswi.

#### 6. Fasilitas Pendidikan

Adapun sarana dan prasarana MTs Kholid Bin Walid belum cukup memadai untuk kelangsungan proses belajar karna masih memiliki gedung kelas yang Kurang Baik dan sangat terbatas dan perlu perbaikan gedung Madrasah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table Dibawah ini .

**Tabel 4.3**  
**sarana dan prasarana MTs Kholid Bin Walid**

No	Gedung/Ruang	Jumlah	Kondisi	Ket
1	Ruang Kelas	6	Rusak Ringan	
2	Laboratorium/Lab	1	Sedang	
3	Perpustakaan	1	Sedang	
4	Komputer	20	Sedang	
5	Keterampilan	-	-	
6	Kesenian	-	-	
7	Musholla	1	Sedang	
8	Kamar mandi/WC Guru	1	Sedang	
9	Kamar mandi/WC Siswa	3	Sedang	
10	Ruang Guru	1	Sedang	
11	Ruang Kepala Madrasah	1	Sedang	
12	Ruang Tamu	-	-	
13	Ruang UKS	-	-	
14	Ruang BP/BK	-	-	

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa MTs Kholid Bin Walid Memiliki sarana dan prasarana yang belum memadai sebagai pendukung pelaksanaan proses pengajaran, dan sarana prasarana tersebut dalam kondisi yang rusak, Ruang lab komputer dan lap laboratorium di satukan karna tidak mempunyai banyak ruang. Dan masih banyak sarana yang di butuhkan di Madrasah MTs Kholid Bin Walid

#### **B. Penyajian Data dan Analisis**

Penyajian data merupakan bagian yang menguraikan tentang data yang diperoleh peneliti dilapangan yang sesuai dengan metode dan prosedur peneliti yang digunakan serta rumusan masalah dan analisis data yang relevan. Metode yang digunakan peliti dalam memperoleh daya dilapangan yaitu metode

observasi, wawancara dan dokumentasi dalam memperoleh data di lapangan. Setelah selesai dalam mengumpulkan data, selanjutnya peneliti menganalisis data secara interaksi.<sup>46</sup>

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang sudah di peroleh melalui wawancara observasi dan dokumentasi yang sudah di peroleh dan mudah dipahami dan di innformasikan, analisis ini dilakukan melauai empat tahapan yaitu pengumpulan data, mengelompokkan dat, menyajikan data, dan menarik kesimpulan dari data yang sudah diperoleh peneliti.<sup>47</sup>

Penyajian data dan analisis merupakan hasil dari peneliti yang telah dilakukan oleh peneliti di madrasah tsanawiyah kholid bin walid dengan menggunakan metode pengumpulan data dari hasil di lapangan yang berkaitan dengan mendukung penelitian dengan menggunakan metode tersebut.

Dalam penyajian data ini, peneliti akan menjelaskan kenyataan-kenyataan yang ada dilokasi sesuai dengan permasalahan yang ada. Data diperoleh dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi wawancara dilakukan dengan satu orang kepala Madrasah, satu orang guru dengan jabatannya yaitu guru bagian mengajar di kelas. Wawancara yang dilakukan sesuai dengan instrument-instrument yang telah dipersiapkan. Observasi dilakukan dengan cara melihat lokasi Madrasah dan strategi kepala madrasah

---

<sup>46</sup> Hengki Wijaya, Analisis data kuantitatif Ilmu Pendidikan Teologi (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffaray, 2019), 58.

<sup>47</sup> Umrati dan Hengki Wijya, Analisis data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan (Makasar Sekolah Tinggi Theologia Jaffaray, 2020),85.

dalam mempromosikan Madrasah tersebut. Dokumentasi yang dilakukan foto-foto saat wawancara dengan kepala madrasah dan guru Madrasah.

### **1. Perumusan Strategi Kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember**

Strategi merupakan suatu rencana atau metode yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang lebih efektif dan efisien. Strategi saat penting untuk dilakukan karena maju mundurnya sebuah organisasi dapat diakibatkan oleh strategi yang digunakan. Oleh karena itu hendaknya pemimpin organisasi merumuskan strategi apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi yang diinginkan.

Strategi kepala madrasah dalam mempromosikan suatu madrasah sendiri sangat penting untuk dilikan. Hal tersebut dapat mempermudah kepala sekolah dalam mencapai tujuan lembaga yang diinginkan.

Dalam pembentukan suatu strategi, kepala sekolah memiliki peran penting didalamnya. Hal tersebut dibuktikan dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Menurut Syauqi Abdillah selaku kepala sekolah di MTs Kholid Bin Walid mengenai peran kepala sekolah dalam menjalankan tugas:

Saya sudah berperan aktif dalam melaksanakan tugas saya sebagai kepala madrasah di MTs Kholid Bin Walid, semua guru staff dan karyawan di madrasah ini sudah mempercayai saya sebagai kepala madrasah, dan bahkan mereka semua membantu saya dalam mempertahankan, mempromosikan madrasah agar tetap maju dan terus berkembang.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Sedangkan menurut Muhammad Fathor Rozi tentang peran kepala sekolah dalam melaksanakan promosi di MTs Kholid Bin Walid:

Menurut saya Bapak Sauqi memiliki peran yang sangat besar dalam kegiatan promosi madrasah ini. Segala kegiatan promosi dilakukan atas perintah beliau. Seperti kegiatan membuat brosur, kegiatan membuat banner dan lain-lain itu atas perintah kepala sekolah. Terus brosurnya yang disuruh menyebarkan itu guru, siswa dan kepala sekolah juga termasuk juga para alumni.<sup>49</sup>

Dari wawancara di atas diketahui bahwa pihak yang berperan dalam promosi bukan hanya pihak madrasah melainkan juga para alumni, hal ini dipertegas oleh bapak Baihaki.

Saya sedikit banyak juga ikut mempromosikan madrasah ini pada masyarakat, tetangga dekat rumah sebagai referensi mereka dalam memilihkan pendidikan bagi anaknya.<sup>50</sup>

Dari hasil wawancara di atas, juga didukung oleh observasi yang peneliti lakukan yakni, peran kepala sekolah MTs Kholid Bin Walid dalam mempromosikan madrasah ini dengan caranya tersendiri yaitu dan dibantu oleh guru-guru dan karyawan-karyawan Madrasah dalam memajukan madrasah.<sup>51</sup>

Dari hasil kegiatan wawancara dan observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa peran kepala sekolah dalam kegiatan promosi suatu madrasah itu sangat besar. Dimana kepala sekolah menjadi garda terdepan dalam melaksanakan kegiatan promosi. Tanpa arahan dari kepala sekolah, kegiatan promosi di MTs Kholid Bin Walid tidak dapat berjalan dengan lancar.

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan bapak Muhammad Fathor Rozi, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid

<sup>50</sup> Wawancara dengan bapak Baihaki, 20 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>51</sup> Observasi, 25 Agustus 2020, di MTs Kholid bin Walid.

Kegiatan promosi di suatu lembaga sangat penting dilakukan. Promosi menjadi suatu cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan sekolah dengan tujuan menarik calon siswa agar mereka mendaftar dan bersekolah di sekolah yang dipromosikan.

Pentingnya kegiatan promosi dari hasil wawancara dengan kepala sekolah MTs Kholid Bin Walid:

Tentu sangat perlu karna melalui kegiatan promosi ini diharapkan parasiswa, orang tua siswa dan masyarakat luas lebih mengetahui hakekat dan keunggulan Madrasah sehingga mereka lebih mendukung terhadap pengembangan program Madrasah secara keseluruhan. Bagaimanapun baiknya usaha Madrasah dalam mengembangkan usaha Madrasah kalau tanpa disertai dengan komunikasi yang baik terhadap pihak-pihak yang disebutkan di atas, maka pengembangan yang terjadi hanya diketahui oleh warga Madrasah saja tanpa diketahui oleh pihak luar Madrasah jika suatu madrasah tidak dipromosikan masyarakat tidak akan mengetahui bagaimana kondisi madrasah kita, berapa guru di madrasah tersebut, tanpa kita promosikan orang lain tidak akan mengetahui keberadaan Madrasah kita, jadi menurut saya sangat penting madrasah melakukan promosi.<sup>52</sup>

Sebagaimana disampaikan dalam kutipan wawancara Berikut oleh salah satu pendidik MTs Kholid Bin Walid yakni Yuli Isnaeni tentang pentingnya kegiatan promosi :

Mempromosikan suatu madrasah itu sangatlah penting dikarnakan dengan adanya system promosi Madrasah dapat lebih berkembang. Yang tidak kalah penting dalam hal promosi adalah bagaimana cara kita mempromosikannya, disini kami tentunya sebelum melaksanakan promosi maka terlebih dahulu dipikirkan kepada siapa kami akan mempromosikan Madrasah, tentu hal tersebut bertujuan agar promosi yang dilakukan tepat sasaran dan tidak sia-sia.<sup>53</sup>

<sup>52</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>53</sup> Wawancara dengan ibu Yuli Isnaeni, 16 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Dari kedua pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi di sebuah madrasah itu sangat penting dilakukan, tentu harus tepat sasaran. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan informasi keberadaan, keunggulan, kegiatan dan program suatu madrasah. Sehingga dapat menarik minat calon peserta didik, orang tua dan masyarakat luas untuk ikut serta dalam pengembangan sekolah MTs Kholid Bin Walid.

Kegiatan promosi dilakukan tidak lepas dari strategi yang digunakan. Strategi promosi tersebut diharapkan dapat mempermudah dalam mencapai tujuan kegiatan promosi yang diinginkan. Strategi promosi ini dirancang oleh kepala sekolah dimana kepala sekolah merupakan pemimpin dari suatu lembaga. Keberhasilan kegiatan promosi tergantung bagaimana kepala sekolah merancang suatu strategi promosi madrasah.

Kepala sekolah berpendapat tentang perumusan strategi kepala sekolah dalam mempromosikan madrasah MTs Kholid Bin Walid:

Promosi yang dilakukan ini bertujuan untuk mendapatkan siswa-siswi baru, membantu dalam menyukseskan program pendidikan dan memperkenalkan madrasah MTs Kholid Bin Walid ini kepada masyarakat sehingga madrasah mempunyai daya tarik sendiri dihati masyarakat, tentu dalam hal promosi membutuhkan perencanaan yang matang agar promosi dapat berjalan sesuai rencana dan tentunya hal yang diharapkan yaitu keberhasilan. Perencanaan yang dimaksud misalkan dengan mengadakan kegiatan ekstrakurikuler artinya pembelajaran sore hari. Kegiatan yang kira-kira ada diperlombakan di event-event seperti porseni, apa yang diperlombakan tingkat MTs itu yang akan diadakan pembelajaran sore hari dengan mengundang guru-guru yang berpengalaman dalam bidang tersebut misalnya dalam bidang olahraga, kesenian. dan selanjutnya membuka kegiatan-kegiatan yang disukai anak – anak, dengan begitu masyarakat dan orang tua murid akan melihat bahwa di Kholid Bin Walid ada kegiatan-

kegiatan dan program yang bagus dan orang tua murid akan tertarik untuk membawa anak mereka untuk sekolah di Madrasah MTs Kholid Bin Walid yang tentunya kegiatan-kegiatan tersebut merupakan perencanaan jangka panjang yang bisa mendukung proses promosi Madrasah. Program tersebut ditampilkan saat acara haflah.<sup>54</sup>

Dari hasil wawancara tersebut strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam kegiatan promosi madrasah meliputi perencanaan kegiatan promosi, yakni kepala sekolah melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat menghasilkan program yang dapat dipromosikan ketika kegiatan promosi berlangsung. Promosi dengan mengangkat keunggulan-keunggulan madrasah sangatlah penting untuk menarik daya minat masyarakat, hal ini diperkuat oleh pernyataan dari salah satu wali murid bahwa

Saya tertarik memasukkan anak saya ke lembaga ini awalnya pada saat haflatul imtihan banyak program unggulan yang diumumkan sehingga saya ingin anak saya bisa seperti hal tersebut, dengan masuk pada lembaga ini.<sup>55</sup>

Sedangkan menurut Muhammad Fathor Rozi selaku pendidik di madrasah tentang strategi kepala sekolah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid:

Hal yang dilakukan untuk mengatur strategi kepala Madrasah dalam mempromosikan Madrasah yakni dengan melakukan perumusan terlebih dahulu dengan membentuk tim promosi khusus agar kegiatan promosi dalam tertata dengan baik dan diharapkan sesuai target. Mereka lah yang akan merancang bagaimana jalannya kegiatan promosi, seperti pembuatan pamflet, spanduk, pemberian seragam secara gratis bagi siswa baru, dan lain sebagainya yang akan disebar sesuai dengan sasarannya masing-masing. Dibalik semua itu ya tentu kami para guru juga selalu ikut andil dalam mempromosikan Madrasah.<sup>56</sup>

<sup>54</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>55</sup> Wawancara dengan ibu Siti Qomariyah, 23 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>56</sup> Wawancara dengan bapak Muhammad Fathor Rozi, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Kesimpulan hasil wawancara dengan bapak Muhammad Fathor Rozi tersebut selaku pendidik di MTs Kholid Bin Walid mengenai perumusan strategi kepala sekolah dalam mempromosikan madrasah yaitu dengan membentuk tim promosi agar proses promosi dapat terselenggara dengan baik dan tepat sasaran.

Peneliti melakukan wawancara dengan dengan kepala madrasah tentang hal yang dirumuskan dalam menyusun strategi promosi, bahwa:

Hal yang kami rumuskan dalam menyusun strategi ya seperti yang saya jelaskan di awal, yakni kami memikirkan hal apa yang bisa dibuat untuk mempromosikan madrasah, lalu bagaimana cara promosinya serta bagaimana pelaksanaannya, dan yang terpenting adalah kami menyusun tim untuk pelaksanaan promosinya.<sup>57</sup>

Berdasarkan wawancara dengan kepala madrasah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tim promosi merupakan langkah awal dalam menyusun strategi untuk bisa strategi tersebut tepat sasaran demi meningkatkan kuantitas dari siswa MTs Kholid Bin Walid, hal ini juga ditegaskan oleh ibu Yuli Isnaini, beliau mengatakan:

Sasaran dalam promosi ini tergantung pada media promosinya, misalkan media brosur yang biasanya disebar di sekolah SD sederajat maka sasarannya adalah siswa itu sendiri, misal banner ya sasarannya adalah masyarakat sekitar, karena masyarakat sekarang banyak yang mengakses internet maka promosinya juga memakai pamflet yang disebar di internet pula dan itu sasarannya ya pengguna internet itu sendiri. Tentu pada intinya sasaran dari promosi ini adalah pihak yang memungkinkan untuk meningkatkan jumlah siswa di madrasah oleh karena itu penyusunan strategi menjadi hal yang sangat penting dalam terlaksananya promosi.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdullah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>58</sup> Wawancara dengan ibu Yuli Isnaini, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Dapat disimpulkan bahwa tim promosi sangat penting keberadaannya dalam manajemen strategi yang akan dilakukan agar berhasil salah satunya dengan membentuk tim promosi. Pihak yang menjadi sasaran dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh kepala madrasah ialah pihak yang pada dasarnya dapat menjadikan tujuan dari promosi tersebut berhasil, seperti siswa SD, orang tua yang memiliki anak jenjang SD/MI yang akan memasuki jenjang MTs ataupun masyarakat sekitar.

Dalam hal promosi tidak lepas dari peran alumni yang ikut serta mempromosikan madrasah, hal ini dijelaskan oleh kepala madrasah:

Dalam perencanaannya pihak yang ikut serta dalam promosi ini tentu saja seluruh komponen sekolah, mulai dari saya sendiri sebagai kepala madrasah, guru, dan para staf, namun di dalamnya juga ada peran alumni serta orang tua siswa yang secara tidak terencana telah ikut serta dalam mempromosikan madrasah, contohnya seperti alumni, biasanya secara otomatis alumni merupakan promotor tetap dalam hal ini, seperti penyebaran pamflet di sosial media serta kalender madrasah, mereka sering sekali memasukkan siswa baru pada madrasah, baik anaknya ataupun saudara-saudaranya.<sup>59</sup>

Hasil wawancara dengan kepala madrasah di atas diperkuat oleh pernyataan dari salah satu wali murid, bahwa

Saya mengetahui madrasah ini dari saudara saya yang merupakan alumni disini dan ponakan saya yang mondok disini juga, jadi saya tertarik untuk memasukkan anak saya ke lembaga ini.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>60</sup> Wawancara dengan bapak Baihaki, 20 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Pertanyaan selanjutnya yaitu, menurut bapak langkah-langkah apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan mempromosikan madrasah ? Kepala Madrasah menjawab :

Langkah awal yang harus di persiapkan dalam mempromosikan madrasah diantaranya adalah promosi sekolah harus menggunakan strategi promosi sekolah yang tepat. Dalam melakukan promosi sekolah kita juga akan membutuhkan SDM yang paham dengan cara untuk melakukan promosi sekolah yang menarik. Untuk lebih memudahkan kita dalam melakukan promosi sekolah, maka kita juga akan memerlukan banyak modal promosi sekolah yang perlu kita siapkan sebelum kita akan melakukan promosi sekolah.<sup>61</sup>

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peran alumni sangat penting dalam mempromosikan madrasah, ini tidak lepas dari strategi kepala madrasah di dalam menjaga silaturahmi dengan para alumni.

Dari pertanyaan di atas juga didukung oleh hasil observasi yang peneliti lakukan yaitu terlihat bahwa rapat koordinasi yang kemudian terbentuk panitia promosi serta perumusan strategi promosi yang digunakan melalui analisis dengan memperhatikan keadaan madrasah serta target promosi.<sup>62</sup>

## **2. Pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember**

Strategi yang telah direncanakan hendaknya dilaksanakan sesuai dengan apa yang telah dirumuskan bersama agar mencapai tujuan promosi.

<sup>61</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>62</sup> Observasi, 25 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Pelaksanaan promosi adalah proses terjadinya kontak antara pihak promotor terhadap masyarakat dengan tujuan promosi dengan cara atau strategi yang telah direncanakan sebelumnya, untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Pelaksanaan pemasaran peserta didik baru di MTs Kholid Bin Walid berdasarkan penelitian menggunakan strategi sebagai berikut:

a. Strategi Promosi Offline

Pelaksanaan biasanya dilakukan oleh tim atau panitia yang dibentuk pada saat rapat koordinasi pada proses pelaksanaannya, tentu saja langsung berhadapan dengan masyarakat seperti sosialisasi tahunan. Sosialisasi dilakukan dengan cara langsung ke sekolah.

Dalam mempromosikan Madrasah, Bagaimana proses dalam mempromosikan madrasah? Jawaban dari kepala sekolah adalah :

Untuk proses pelaksanaan promosinya hal yang pertama kami lakukan yaitu menyebar brosur di SD/MI tentunya dalam penyebaran brosur tersebut kami mengadakan sosialisasi terlebih dahulu untuk memahamkan target mengenai lembaga kami, atau memasang spanduk di tempat yang strategis seperti di perempatan. Menghubungi pihak pengelola tempat untuk pemasangan yang kedua bekerja sama dengan masyarakat disekitar sekolah yang dianggap potensial untuk melakukan promosi.<sup>63</sup>

Pertanyaan yang sama juga di tanyakan kepada guru madrasah, bagaimana proses dalam mempromosikan Madrasah ? Guru menjawab bahwa :

Hal lain yang kami lakukan untuk mempromosikan madrasah yaitu dengan system jemput bola, maksudnya yaitu kita datang

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

ke kampung-kampung dan mencari tahu tentang siswa yang putus sekolah ataupun ada siswa yang berumur 12/13 tahun itu masa siswa lagi belajar di lembaga pendidikan MTs/SMP, jika ada datang kemadrasah besok tidak perlu membawa barang apa-apa karna akan diberikan perlengkapan untuk siswa seperti baju, tas dan sepatu, karna bertujuan untuk membuat siswa/siswi belajar dan cerdas untuk bangsa.<sup>64</sup>

Hal ini ditegaskan oleh kepala madrasah dalam wawancara dengan beliau:

selanjutnya kita panggil bapak-bapak msyarakat yang ada di sekitar lingkungan sekolah, kita beri tahu bahwa di lingkungan kita ada madrasah dibawah naungan kementerian agama, sementara kondisinya begini, kita berikan gambaran terlebih dahulu kepada masyarakat lingkungan sekitar kemudian baru kita promosikan keluar lingkungan ini, jadi kita harus memberitahukan kepada orang sekitar bahwa apa tujuan dari didirikan madrasah disekitar sini ? semestinya orang lain mengetahui dengan adanya madrasah disekitar sini dapat menampung siswa/siswi tanpa harus bersekolah keluar karna sudah ada di daerah kita.<sup>65</sup>

Pernyataan dari kepala sekolah tersebut disebutkan juga oleh ibu Siti Qomariyah, beliau menyatakan:

“Saya menyekolahkan anak disini pada awalnya ya karena kunjungan dari pihak sekolah ke rumah, yang pada akhirnya saya tertarik untuk menyekolahkan anak disini sekaligus mondok disini, karena disini juga lebih terjangkau baik dari segi tempat maupun biayanya”<sup>66</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dalam proses mempromosikan madrasah, kepala madrasah melakukan kegiatan jemput bola dengan mendatangi kampong-kampung menanyakan siswa kurang mampu dengan menawarkan beasiswa baik siswa kueang mampu serta siswa berprestasi.

<sup>64</sup> Wawancara dengan ibu Yuli Isnaini, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>65</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>66</sup> Wawancara dengan ibu Siti Qomariyah, 23 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Pelaksanaan promosi juga menggunakan media offline seperti kalender hal ini dijelaskan oleh bapak Muhammad Fathor Rozi bahwa

Media yang digunakan di madrasah ini seperti spanduk, pamflet, kalender. Kami juga menyediakan seragam gratis bagi seluruh siswa baru, menurut itu juga salah satu bentuk strategi yang juga dapat membantu siswa kurang mampu agar tetap bisa melanjutkan pendidikan.<sup>67</sup>

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan ada beberapa metode yang digunakan oleh MTs Kholid Bin Walid seperti spanduk, kalender, brosur.



Gambar 4.1  
Media promosi Kalender

Dari pertanyaan di atas juga didukung oleh hasil observasi yang peneliti lakukan yaitu terlihat bahwa kepala madrasah begitu bertekad untuk memajukan dan mempromosikan Kholid Bin Walid

<sup>67</sup> Wawancara dengan bapak Muhammad Fathor Rozi, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

supaya berkembang dan lebih maju dengan bantuan guru-guru sekolah dan karyawan sekolah untuk meningkatkan madrasah dengan promosi madrasah yang bertujuan agar madrasah memiliki banyak siswa/siswi sehingga kepala madrasah menggunakan berbagai metode demi terwujudnya tujuan tersebut, seperti spanduk, pamflet dan lainnya.<sup>68</sup>

#### b. Strategi promosi online

Promosi yang dilakukan di MTs Kholid Bin Walid juga dilakukan secara online, hal ini sesuai dengan wawancara dengan

Promosi dilakukan tidak hanya melalui media brosur saja melainkan dengan menggunakan WA, Facebook dan media-media lainya kami juga memanfaatkan kecanggihan teknologi, mengingat bahwa jaman sekarang sudah banyak media yang bisa dipakai, jika menggunakan sosmed pun itu dapat meminimkan pengeluaran, tapi kami juga masih menggunakan brosur sebagai media utama, dengan brosur tersebut nantinya akan disebarakan kepada pengunjung yang datang ke Madrasah disaat mengadakan kegiatan-kegiatan lain guna menarik minat masyarakat untuk masuk ke madrasah.<sup>69</sup>



Gambar 4.2  
Media promosi pamflet menggunakan aplikasi whatsapp

<sup>68</sup> Observasi, 26 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>69</sup> Wawancara dengan bapak Muhammad Fathor Rozi, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Pertanyaan selanjutnya yaitu menurut bapak apakah dalam proses promosi itu memakan waktu yang lama ? Kepala madrasah menjawab :

Jika promosi pada saat menjelang penerimaan siswa biasanya memakan waktu 2 minggu dan bahkan sampai sebulan dikarenakan dalam proses promosi masyarakat dan orang tua murid dalam merespon promosi madrasah itu sedikit lebih lambat mereka melihat kebenaran tentang promosi itu setelah mereka yakin baru adanya tanggapan dari masyarakat kadang ada yang memasukan anaknya ke madrasah yang sedang dipromosi dan begitu sebaliknya tidak merespon dan tidak memperdulikan madrasah tersebut. Namun untuk program promosi jangka panjangnya missal seperti kegiatan-kegiatan yang bisa membuat masyarakat tertarik maka itu dilakukan secara terus menerus karena suatu kegiatan yang menarik juga merupakan salah satu bentuk pemasaran.<sup>70</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dalam proses promosi madrasah secara khusus tidak dapat ditentukan waktunya, namun secara umum membutuhkan waktu sebulan untuk proses promosi tersebut dikarenakan tidak mudah di tengah banyaknya persaingan madrasah lainnya.

### **3. Evaluasi strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember**

Evaluasi adalah tindakan akhir dalam pengendalian keberlangsungan rencana yang dirumuskan bersama guna mengukur keberhasilan rencana yang dibutuhkan. Hal ini dijelaskan oleh bapak Fathor Rozi dalam wawancaranya beliau mengatakan:

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

“Menurut saya makna dari evaluasi itu ya sebuah kegiatan tolak ukur apakah sesuatu yang kita lakukan sudah sesuai dengan rencana yang diharapkan atau tidaknya, tentu saja untuk memperbaiki jika memang ada kekurangan terhadap kegiatan yang dilakukan.”<sup>71</sup>

Kegiatan evaluasi bertujuan untuk mengembangkan dan menyempurnakan kegiatan yang telah dilaksanakan. Jadi dengan adanya evaluasi dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran supaya ke depan kegiatannya lebih baik lagi. Hal tersebut disampaikan oleh bapak Syauqi, berikut adalah hasil wawancaranya:

“Hasil evaluasi ini akan kita gunakan sebagai acuan untuk kedepannya (tahun berikutnya), kita perbaiki apa yang masih kurang dan mempertahankan yang telah baik.”<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil penelitian di MTs Kholid bin Walid bahwa waktu untuk melakukan evaluasi setelah penerimaan peserta didik baru lebih tepatnya setelah peserta didik baru yang dinyatakan diterima Isnaini:

“Untuk waktu dari evaluasi itu sendiri pastinya setelah tujuannya selesai ya, yakni setelah selesainya penerimaan peserta didik baru, apakah sudah sesuai dengan harapan atau tidak”<sup>73</sup>

Dalam proses pengevaluasian strategi pemasaran melibatkan banyak pihak seperti kepala madrasah, wakil kepala madrasah, dan panitia pelaksana penerimaan peserta didik baru. Hal ini dijelaskan oleh bapak Fathor Rozi:

“Proses evaluasi kami melibatkan kepala madrasah beserta wakil, dan yang utama adalah pihak pelaksana dari promosi itu sendiri serta orang-orang yang terlibat dalam promosi”<sup>74</sup>

<sup>71</sup> Wawancara dengan bapak Muhammad Fathor Rozi, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>72</sup> Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah, 14 Agustus 2021, di MTsS Kholid bin Walid.

<sup>73</sup> Wawancara dengan ibu Yuli Isnaeni, 16 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

Dalam proses evaluasi hal yang dilakukan ialah menilai hasil dari promosi lalu mengukur antara tujuan dan hasil. Hal ini diungkapkan oleh ibu Yuli Isnaeni yang juga merupakan termasuk dalam tim promosi:

“Tentu untuk dapat mengevaluasi kami harus mengetahui dulu serta menata dengan baik semua tujuan yang rumuskan di awal, sehingga dapat diukur seberapa berhasilnya kegiatan ini, lalu kekurangannya apa, sehingga bisa untuk perbaikan kedepannya.”<sup>75</sup>

Dari hasil data wawancara peneliti yang telah dipaparkan diatas, kemudian peneliti ingin memastikan kembali agar memperoleh kebenaran yang mutlak dengan cara melakukan observasi langsung di Madrasah pada saat proses promosi.<sup>76</sup> Adapun hasil pengamatan penulis di MTs Kholid bin Walid dan hasil wawancara penulis terhadap beberapa subyek penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen kepala madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember yaitu:

- a. Tahap perencanaan promosi seperti tim promosi, dengan mengatur strategi yang akan digunakan, mempersiapkan bahan promosi seperti teknik dan media.
- b. Tahap pelaksanaan promosi, dilakukan dengan dua cara yaitu online dan offline, promosi secara offline seperti sosialisasi dan penyebaran brosur pada SD/ MI seitar madrasah, pemasangan spanduk di tempat yang strategis dengan bekerja sama dengan masyarakat sekitar,

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan bapak Muhammad Fathor Rozi, 14 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>75</sup> Wawancara dengan ibu Yuli Isnaeni, 16 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

<sup>76</sup> Observasi, 27 Agustus 2021, di MTs Kholid bin Walid.

sedangkan promosi secara online dilakukan dengan cara penyebaran pamflet di facebook, dan WA.

- c. Evaluasi, dalam mempromosikan madrasah tentu pada tahap akhir dilakukan evaluasi, apakah tercapai atau tidaknya tujuan dengan promosi tersebut.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas yang peneliti lakukan di MTs Kholid Bin Walid, maka penulis ingin membahas sebagai berikut.

#### **1. Perumusan strategi kepala madrasah dalam Mempromosikan MTs Kholid Bin Walid**

Berdasarkan penjelasan data yang telah disajikan dan dianalisis, maka dilakukan pembahasan terhadap temuan yang disesuaikan dengan teori-teori yang ada serta relevan dengan topik penelitian ini. Pembahasan penelitian disesuaikan dengan fokus penelitian yang terdapat dalam skripsi ini. Adapun rincian pembahasan ini adalah sebagai berikut:

Manajemen strategi kepala madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid sudah efektif. Berbagai strategi telah ditempuh oleh kepala madrasah dalam mempromosikan madrasahya. Hal pertama yang di tempuh oleh kepala madrasah dalam mempromosikan madrasah yaitu merumuskan strategi dengan membentuk panitia promosi serta perumusan strategi promosi yang digunakan melalui analisis dengan memperhatikan keadaan madrasah serta kebutuhan target promosi.

Adapun menurut David W konsep marketing pendidikan memiliki tiga dasar yaitu:

- a) Dimulai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai dasar tujuan
- b) Mengembangkan pendekatan organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- c) Mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan memberikan kepuasan kepada konsumen.<sup>77</sup>

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan Kepala madrasah MTs Kholid Bin Walid dalam memanajemen kegiatan promosi madrasahny melalui tahap perencanaan promosi seperti dengan mengatur strategi yang akan digunakan, mempersiapkan bahan promosi seperti program yang menarik, teknik dan media. Hal tersebut sangat menarik dan berhasil diaplikasikan dalam lingkungan sekitar masyarakat.

## **2. Pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember**

Dari paparan di atas maka dapat dijelaskan bahwa pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember dilakukan dengan dua cara yaitu online dan offline, promosi secara offline seperti sosialisasi dan penyebaran brosur pada SD/ MI seitar madrasah, pemasangan spanduk di

---

<sup>77</sup> David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan, (Jakarta: Salemba Empat 2012). 372

tempat yang strategis dengan bekerja sama dengan masyarakat sekitar, sedangkan promosi secara online dilakukan dengan cara penyebaran pamflet di facebook, dan WA. sosialisasi dan penyebaran brosur pada SD/MI seitar madrasah, pemasangan spanduk di tempat yang strategis dengan bekerja sama dengan masyarakat sekitar, penyebaran pamflet di facebook, WA dan website.

### **3. Evaluasi strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember**

Evaluasi, dalam mempromosikan madrasah tentu pada tahap akhir dilakukan evaluasi, apakahh tercapai atau tidaknya tujuan dengan promosi tersebut. Dalam hal evaluasi ini kepala madrasah melakukan evaluasi bersama dengan semua tim promosi dengan menilai hasil dari promosi lalu mengukur antara tujuan dan hasil dengan mengetahui dulu serta menata dengan baik semua tujuan yang rumuskan di awal, sehingga dapat diukur seberapa berhasilnya kegiatan ini, lalu kekurangannya apa, sehingga bisa untukk perbaikan kedepannya.

Temuan di atas sesuai dengan Tahapan dalam Manajemen Strategik

- a. Perumusan strategi : Meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah

strategi alternatif untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.

- b. Pelaksanaan strategi : Mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategis mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.
- c. Evaluasi strategi : Tahap ini merupakan tahap akhir dari manajemen strategik tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah : Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Taufikurrohmah, Mengenal Manajemen Strategik, ( Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016), 17.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Setelah melakukan penelitian di MTs Kholid Bin Walid, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Manajemen yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam Mempromosikan MTs Kholid Bin Walid yaitu tahap perencanaan promosi seperti dengan membentuk tim promosi, mengatur strategi yang akan digunakan, mempersiapkan bahan promosi seperti program yang menarik, teknik dan media, tahap pelaksanaan promosi, seperti sosialisasi dan penyebaran brosur pada SD/ MI sekitar madrasah, pemasangan spanduk di tempat yang strategis dengan bekerja sama dengan masyarakat sekitar, penyebaran pamflet di facebook, WA dan yang terakhir evaluasi, dalam mempromosikan madrasah tentu pada tahap akhir dilakukan evaluasi, apakah tercapai atau tidaknya tujuan dengan promosi tersebut.

#### **B. SARAN**

Untuk mengakhiri rangkaian penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan saran atau masukan kepada pihak yang terkait dengan penelitian sebagai berikut:

1. Kepala madrasah terus meningkatkan manajemen terhadap strategi promosinya guna meningkatkan jumlah siswa, salah satunya dengan mencantumkan prestasi yang diraih oleh sekolah dalam berbagai media promosi

2. Media spanduk yang dibuat MTs Kholid Bin Walid hendaknya lebih banyak agar bisa dipasang dibanyak tempat, karena semakin banyaknya spanduk yang dipasang di tempat-tempat strategis maka akan memudahkan msyarakat untuk melihatnya.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Dwi Esti. Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Upaya Mewujudkan Sekolah Efektif. Yogyakarta: Universitas Yogyakarta. 2011.
- Banun, Sri. Strategi kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan pada SMP Negeri 2 Unggul Masjid raya Kabupaten Aceh Besar, Jurnal administrasi pendidikan, vol 4, no. 1. Aceh: 2016. <https://media.neliti.com>
- Danim, Sudarwan. “Inovasi Pendidikan Dalam Upaya Peningkatan Tenaga Kependidikan”. Bandung: Pustaka Setia. 2010.
- Dedi, Mulyasana. Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing. Bandung :PT Remaja Rosdakarya. 2012.
- E.Mulyasa. “Manajemen & Kependidikan Kepala Sekolah”. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- E. Mulyasa. “Menjadi Kepala Sekolah Profesional”. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2004
- Faizin, Imam. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, Jurnal Madaniyah, Vol. 7 No. 2. 2017.<https://media.neliti.com/media/publications/195108-ID-strategi-pemasaran-jasa-pendidikan-dalam.pdf>
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi, 1998), 3.
- Firmansyah, Anang. pemasaran (dasar dan konsep). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media. 2019.
- Garaika. Promosi dan pengaruhnya terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara Volume 16.

2018.

<https://stietrisnanegara.ac.id/jurnal/index.php/aktual/article/download/3/3>

Islamika, Nurul Aulia. Strategi Bauran Promosi MTs. AL-Jihad Kota Bekasi.

Jakarta:

2017.

[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35290/1/NURUL  
L%20AULIA%20ISLAMIKA-FITK](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35290/1/NURUL%20AULIA%20ISLAMIKA-FITK)

Kamaruddin. Strategi Kepala Sekolah dalam Implementasi Pendidikan Karakter pada Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Julok. Banda Aceh : Universitas syiah kuala.2016.

Karwati. “Kinerja dan Profesionalisme Kepala Sekolah”.Bandung: Alfabeta. 2013.

Kristiawan, M. Safitri, D. Rena L. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish. 2017.

Mausuah

al-hadis:

[http://library.islamweb.net/hadith/display\\_hbook.php?hflag=1&bk\\_no=18  
09&pid=905823](http://library.islamweb.net/hadith/display_hbook.php?hflag=1&bk_no=1809&pid=905823)

Mubarak, Zakky. “Tanggung Jawab Seorang Pemimpin”. Jakarta: Amzah. 2010.

Muhaimin. “Manajemen Pendidikan Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah”. Jakarta : KENACANA prena media group. 2010.

Mukhtar S. Pemasaran dan Upaya dalam Mempengaruhi Harapan Stakeholder dalam Lembaga Pendidikan Islam, Jurnal Tarbawi Vol. 14. No. 2. 2017.

<https://ejournal.unisnu.ac.id>

Noviyanti. Strategi Promosi Lembaga Pendidikan Islam dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa, Skripsi Sarjana. Jakarta: Perpustakaan Utama UIN Jakarta. 2007.

Nurasiah. Strategi Kepala Sekolah dalam Peningkatan mutu pendidikan (Jakarta,2012). Diakses pada tanggal 28 Mei 2021 dari situs : <http://repository.uin-alauddin.ac.id>

Sukmadinata, Syaodih. "Metode Penelitian Pendidikan". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2017.

Rukajat, Ajat. Teknik Evaluasi Pembelajaran. [Yogyakarta](#): CV. Budi Utama. 2018.

Syarifuddin, Encep. Teori kepemimpinan. vol 21, no 102, Desember 2004  
<https://media.neliti.com/media/publications/282861-teori-kepemimpinan-fd9d688e.pdf>

Soetopo, [Hendiyat](#). "Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan". Malang: Bina Aksara.1982.

Sugiyono. "[Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D](#)". Bandung: Alfabeta, 2015.

Sugianto, Eko. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: [Skripsi](#) dan Tesis. Yogyakarta: Suaka Media. 2015.

Sukmadinata, Syaodih. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2017.

Taufikurrohman. Mengenal Manajemen Strategik. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. 2016.

- Tim penyusun. Pedoman penulisan karya ilmiah UIN KHAS Jember. Jember: UIN KHAS Jember. 2021.
- Umrati dan Hengki Wijya. Analisis data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan . Makasar Sekolah Tinggi Theologia Jaffaray. 2020.
- Wahidah, Finadatu. Strategi Promosi Lembaga Pendidikan kepada Masyarakat dalam Meningkatkan Jumlah Siswa “Studi di Madrasah Aliyah Mu’allimin Mu’allimat Jombang”.
- <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/qodiri/article/download/3145/2333/>
- Wahyusumidjo, “Kepemimpinan Kepala Sekolah”. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005.
- Wahyudi, Agustin Sri. Manajemen Strategik Pengantar Proses Berfikir Strategik. Bandung: Binarupa Aksara. 1996.
- Wijaya, David. Pemasaran Jasa Pendidikan. Jakarta: Salemba Empat 2012.
- Wijaya, Hengki. Analisis data kuantitatif Ilmu Pendidikan Teologi. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffaray. 2019.
- Wijayawinagun, Roni. Efektivitas Promosi Kujungan Sekolah Pada Mahasiswa Baru Progra Sarjana pada Penguruan Tinggi. Bogor: Kampus IPB Dermaga. 2014.
- Yusuf, A. Muri. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana. 2014.

## Lampiran 1

### PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdurahman soleh

NIM : T20173073

Prodi/Jurusan : Menejemen

Pendidikan IslamFakultas :

Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini Menyatakan bahwa isi skripsi dengan Judul **Strategi Kepala madrasah dalam mempromosikan MTs kholid Bin Walid Sukorambi Jember**

Adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang ada rujukan sumbernya.

Jember, 14 Juni 2022 Saya  
yang menyatakan



**Abdurahman Soleh**NIM.  
**T20173073**

## Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
<b>STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MEMPROMOSIKAN MADRASAH TSANAWIYAH KHOLID BIN WALID DUKUMENCEK SUKORAMBI JEMBER</b>	1. perumusan strategi 2. pelaksanaan strategi 3. evaluasi	<b>1. Strategi Kepala Madrasah</b> a. Pengertian Manajemen Strategi b. Tahap-Tahapan Strategi c. Tanggung Jawab Kepala Madrasah d. Keberhasilan Kepala Madrasah e. Tugas dan Peran Kepala Madrasah <b>2. Promosi</b> a. Pengertian promosi b. Media Promosi c. Teknik promosi d. Langkah-Langkah Strategi Promosi <b>3. Evaluasi</b>	1. Data Primer a. Kepala Sekolah b. Guru c. Wali murid 2. Data Sekunder: Jurnal, buku dan lain-lain.	1. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif 2. Teknik Pengumpulan Data Observasi, Wawancara, Dokumentasi 3. Analisis data Pengumpulan Data, Kondensasi Data, Penyajian Data, Kesimpulan 4. Keabsahan Data a. Triangulasi Sumber b. Triangulasi Teknik	1. Bagaimana perumusan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember. 2. Bagaimana pelaksanaan strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember. 3. Bagaimana evaluasi strategi yang dilakukan kepala Madrasah dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.

Lampiran 3

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI MTS KHOLID BIN WALID

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	Selasa, 15 Juni 2021	Pra Penelitian	
2	Selasa, 20 Juli 2021	Seminar Proposal Penelitian	
3	Selasa, 10 Agustus 2021	Penyerahan Surat Izin Penelitian	
4	Sabtu, 14 Agustus 2021	Wawancara dengan bapak Syaqui Abdillah	
5	Sabtu, 14 Agustus 2021	Wawancara dengan ibu Yuli Isnaini	
6	Sabtu, 14 Agustus 2021	Wawancara dengan bapak Fathor Rozi	
7	Jum'at, 20 Agustus 2021	Wawancara dengan bapak Baihaki	
8	Senin, 23 Agustus 2021	Wawancara dengan ibu Siti Qomariyah	
9	Rabu, 25 Agustus 2021	Observasi	
10	Kamis, 26 Agustus 2021	Observasi	
11	Jum'at, 27 Agustus 2021	Observasi	
12	Kamis, 9 September 2021	Selesai penelitian	
13	Jum'at, 29 Oktober 2021	Meminta surat keterangan selesai penelitian	

Jember, 29 Maret 2022  
Kepala MTs Kholid Bin Walid

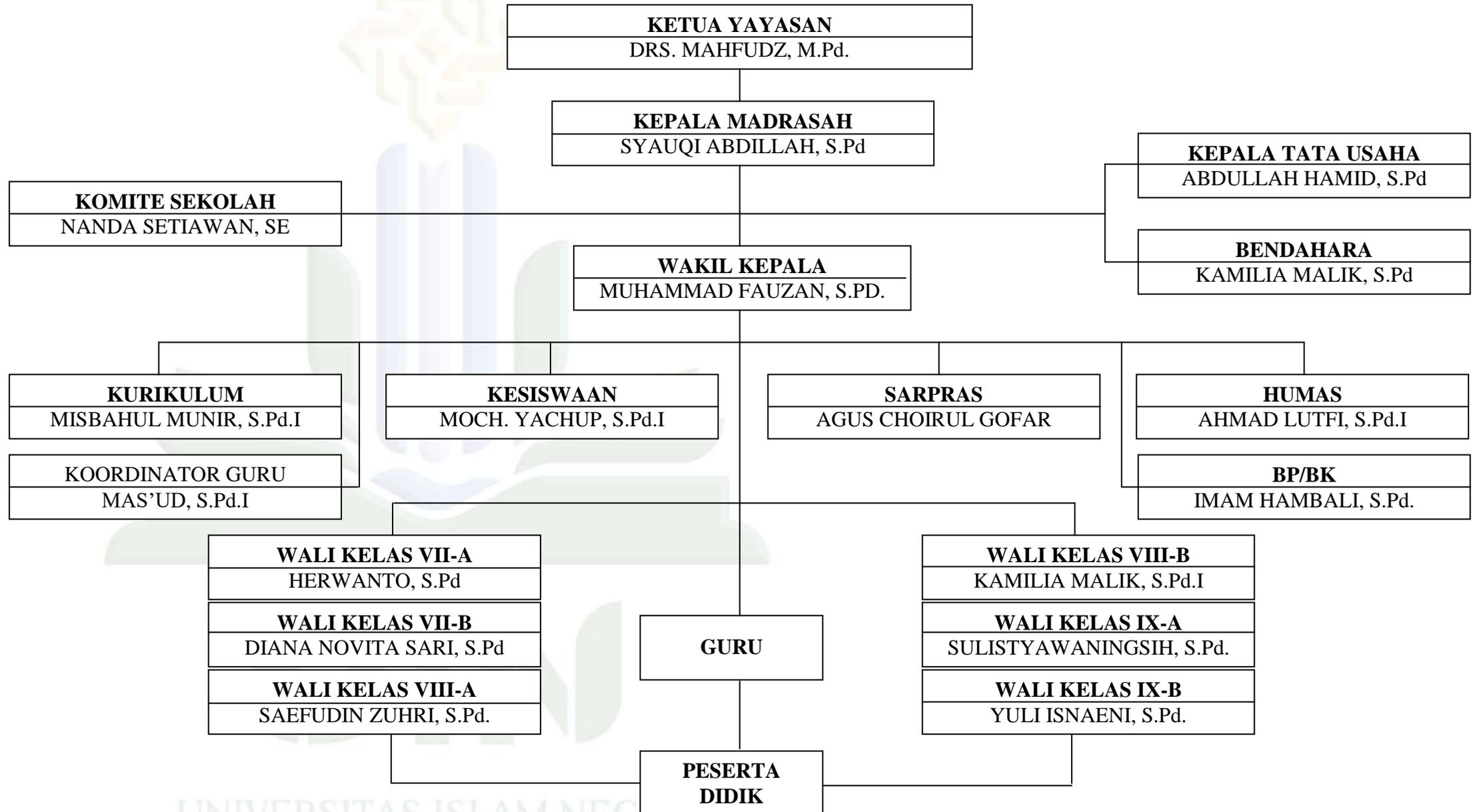


Syaqui Abdillah, S.Pd  
NIP.



STRUKTUR ORGANISASI LEMBAGA PENDIDIKAN  
MADRASAH TSANAWIYAH KHOLID BIN WALID  
TAHUN AJARAN 2021/2022

*Jl. Gurami No 60 Dukuhmencek, Sukorambi Jember Kode Pos 68151 Email. MTskholidbinwalid2014@gmail.com*





## Lampiran 6

### PEDOMAN WAWANCARA

A. Kepada kepala sekolah MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.

1. Bagaimana peran kepala sekolah dalam menjalankan tugas di MTs Kholid Bin Walid?
2. Penting atau tidak promosi madrasah untuk dilaksanakan?
3. Apakah strategi kepala sekolah dalam mempromosikan madrasah MTs Kholid Bin Walid?
4. Siapa saja sasaran dari promosi MTs Kholid Bin Walid?
5. Metode apa yang digunakan dalam kegiatan promosi di MTs Kholid Bin Walid?
6. Siapa sajakah yang berperan dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid?
7. Bagaimana proses promosi di MTs Kholid Bin Walid?
8. Langkah-langkah apa saja yang harus dipersiapkan sebelum melakukan mempromosikan MTs Kholid Bin Walid?
9. Apakah dalam proses promosi itu memakan waktu yang lama?
10. Apakah dalam proses promosi terdapat hambatan atau kendalanya ?
11. Menurut bapak apakah ada dalam penerimaan siswa/i baru ada barang atau hal yang diberikan secara percuma/gratis kepada calon siswa/i baru ?

B. Kepada guru MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.

1. Bagaimana peran kepala sekolah dalam melaksanakan promosi di MTs Kholid Bin Walid.
  2. Penting atau tidak promosi madrasah untuk dilaksanakan?
  3. Apakah strategi kepala sekolah dalam mempromosikan madrasah MTs Kholid Bin Walid?
  4. Siapa saja sasaran dari promosi MTs Kholid Bin Walid?
  5. Siapa sajakah yang berperan dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid?
  6. Bagaimana proses promosi di MTs Kholid Bin Walid?
  7. Apakah dalam proses promosi terdapat hambatan atau kendalanya?
  8. Menurut bapak apakah ada dalam penerimaan siswa/i baru ada barang atau hal yang diberikan secara percuma/gratis kepada calon siswa/i baru ?
- C. Kepada wali murid MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.
1. Dari mana saudara mengetahui informasi pendaftaran siswa baru di MTs Kholid Bin Walid?
  2. Apa yang membuat saudara tertarik untuk menyekolahkan anak di MTs Kholid Bin Walid?
  3. Apakah saudara ikut berperan di dalam mempromosikan MTs Kholid Bin Walid?

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Lampiran 7

### PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Data/profil MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.
2. Visi dan Misi MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.
3. Data sarana dan prasarana MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.
4. Data Guru, siswa dan karyawan MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.
5. Struktur Organisasi MTs Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.
6. Foto tentang strategi kepala madrasah dalam mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Lampiran 8



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS TARBİYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jl. Mataram No.1 Mangli, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005, Kode Pos : 68136  
Website : [www.http://fik.iajnember.ac.id](http://fik.iajnember.ac.id) e-mail : [tarbiyah.iajnember@gmail.com](mailto:tarbiyah.iajnember@gmail.com)

Nomor : B. 1746/In.20/3.a/PP.00.9/08/2021 10 Agustus 2021  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala MTs KHOLID BIN WALID  
JL. Gurami no 60 dukuhmencek sukorambi jember

*Assalamualaikum Wr Wb.*

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : ABDURRAH SOLEH  
NIM : T20173073  
Semester : IX  
Prodi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai **STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MEMPROMOSIKAN MADRASAH TSNAWIYAH KHOLID BIN WALID DUKUHMECEK SUKORAMBI JEMBER** selama **30 ( tiga puluh )** hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu SYAUQI ABDILLAH.

Adapun pihak-pihak yang dituju adalah sebagai berikut:

1. kepala madrasah
2. waka kurikulum
3. guru
4. wali murid
5. siswa

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr Wb.*

Jember, 10 Agustus 2021



Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Mashudi

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Lampiran 9



YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM MAMBA'UL ULUM

AKTE NOTARIS BAMBANG HERMANTO, SH NOMOR 10 TANGGAL, 18 APRIL 2007

MTs KHOLID BIN WALID

TERAKREDITASI B

NSM. 121235090120 NPSN. 20581569

Jl. Gurami No. 60 Dukuhmencek Sukorambi Jember Kode Pos 68151 Telp. (085) 104957959 Email : MTs\_Kholidbinwalid2014@gmail.com

### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor: **034/YPI.MU/MTs.Kh/X/2021**

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SYAUQI ABDILLAH  
Jabatan : Kepala Madrasah  
Alamat : JL. Gurami 60 Dukuhmencek Sukorambi Jember

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Abdurrahman Soleh  
Nim : T20173073  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Alamat : JL. Gurami 60 Dukuh, mencek Sukorambi Jember  
Sekolah/Univ. : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Desa Dukuhmencek, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis/Disertasi/ Penelitian yang berjudul : **"Strategi Kepala Madrasah Dalam Mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Kholid Bin Walid Dukuhmencek Sukorambi Jember"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Jember, 29 Oktober 2021

Mengetahui  
Kepala Madrasah

**SYAUQI ABDILLAH**



**Lampiran 10**



Wawancara dengan ibu Yuli Isnaini



Wawancara dengan bapak Fathur Rozi

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Wawancara dengan bapak Syauqi Abdillah



Wawancara dengan Wali siswa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Gedung kelas putra



Gedung kelas putri

## Lampiran 11

### BIODATA PENULIS



Nama : Abdurahman Soleh  
NIM : T20173073  
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 16 Maret 1996  
Alamat : JL. Ikan kakap Kelurahan Kebonagung - Kaliwates-  
Jember  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Pendidikan Islam  
Program Studi : Manajemen Pendidikan  
Email : [abduh.sholeh36@gmail.com](mailto:abduh.sholeh36@gmail.com)  
No. Hp : 081615016989

#### RIWAYAT PENDIDIKAN:

1. SDN karangpring 01 : 2002-2008
2. MTs Kholid Bin Walid : 2009-2012
3. MA Mambaul Ulum : 2012-2015
4. UIN KHAS Jember : 2017-2022