



STRATEGI EKSISTENSI MADRASAH IBTIDAIYAH (MI) SWASTA DI TENGAH KEBIJAKAN ZONASI

Aris Suharyadi¹⁾, Pandit Isbianti²⁾

Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta

Email: arisuharyadi@uny.ac.id, panditisbianti@uny.ac.id

Submit: 31 Oktober 2022, Revisi: 24 Desember 2022, Approve: 31 November 2022

Abstract

In general, the popularity of madrasas, especially private madrasas, is declining due to the variety of school options that are considered more modern. The issue of madrasas as terrorist schools and the influence of zoning policies in Indonesia have also decreased their popularity. Madrasah Ibtidaiyah is required to be able to compete with other equivalent schools in the midst of zoning policies, so it must adjust to existing changes through diverse strategies. The strategy carried out by each madrasa is certainly different and sometimes brings out unique sides. This study aims to explain how the strategy of Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS) Nurul Huda, Sleman that can continue to exist today even though school competition is increasingly competitive due to zoning policies and tends to be associated with religiously sensitive issues. This research uses a qualitative approach with descriptive methods and case study types. Data collection techniques through direct observation, documentation, and in-depth interviews. The source of data obtained from the informants were: a principal, 4 class teachers, and 2 parents. Data validity using triangulation techniques, and data is analyzed using interactive steps of data collection, data reduction, data presentation, and verification or drawing conclusions. The results of the study revealed that in general, this madrasa has a unique strategy to stay afloat. The hereditary position of the principal turns out to make the leadership aspect more mature because the school leadership understands the condition of the school very well. The motivation of the teachers in educating is very high because they have a "sense of belonging" towards MI, this is because it turns out that the majority of school residents are family, relatives, and neighbors around MI. The marketing strategy that was formed was not planned by MI, namely the mouth of word method, the social aspect of the community that is thick with one of the Islamic religious groups in Indonesia (Nahdatul Ulama) makes this MI still has its fans, And the last is the factor of the location of schools that have few options, making parents tend to choose elementary schools that are relatively close to home.

Keywords: *Strategy, Existence, Madrasah Ibtidaiyah.*

Pengutipan: Suharyadi, Aris, & Pandit Isbianti . (2022). Implikasi Media Sosial terhadap Perilaku Narsis di Kalangan Siswa Sekolah Dasar Kota Padangsidempuan. *JMIE: Journal of Madrasah Ibtidaiyah Education*, 6(2), 2022, 263-276. [jmie.v6i2.493](https://doi.org/10.32934/jmie.v6i2.493).

Permalink/DOI: <http://dx.doi.org/10.32934/jmie.v6i2.493>

PENDAHULUAN

Salah satu pelopor institusi pendidikan Islam di Indonesia adalah madrasah (Nasir, 2015a). Madrasah idealnya dapat menjadi pelopor yang strategis untuk membangun bangsa karena selain sebagai lembaga pendidikan, ternyata madrasah mampu menjadi lembaga sosial kemasyarakatan (Haningsih, 2008). Posisinya sebagai lembaga pendidikan menghadirkan beragam jenjang sekolah, diantaranya Madrasah Ibtidaiyah (MI) selevel dengan SD, Madrasah Tsanawiyah (MTs) setara dengan SMP, dan Madrasah Aliyah (MA) yang sederajat dengan SMA. Lebih tepatnya madrasah adalah sekolah yang mempelajari lebih dalam mengenai seluk beluk Islam (Hidayat & Machali, 2012). Sedangkan, madrasah sebagai lembaga sosial kemasyarakatan dapat dibuktikan dari sejarah awal mula berdirinya.

Sejak awal Indonesia berdiri memang bersamaan dengan penyebaran Islam yang cukup *massive* sehingga mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam. Faktor tersebut membuat madrasah semakin menyatu dengan keyakinan dan lingkungan masyarakat (Anwar, 2018; Aziz, 2015). Ditambah lagi masyarakat dahulu yang diajarkan mengenai ilmu fiqh di madrasah. Hal tersebut dianggap sebagai kebutuhan masyarakat dalam rangka hidup dan kehidupan sesuai dengan ajaran dan keyakinannya. Para ulama identik dengan orang yang berpengaruh di suatu wilayahpun menjadi pengajar di madrasah sehingga dapat mempengaruhi sistem sosial kemasyarakatannya. Oleh karena itu madrasah diyakini dapat menjadi sistem pendidikan sekaligus sosial pada masyarakat (Solichin, 2012).

Menariknya, madrasah di level global menjadi perhatian tersendiri setelah kejadian penyerangan gedung *World Trade Centre* (WTC) di New York City dan Pentagon di Washington DC pada 11 September 2001 (Ali, 2020; Bano, 2014; Savin & Trzaskowski, 2014; Talib, 2008). Pakistan, Bangladesh bahkan Indonesia sebagai negara yang memiliki madrasah menjadi perhatian utama dunia setelah kejadian tersebut (Nasir, 2015b). Madrasah dianggap akar dari terorisme yang berkedok pendidikan karena menghadirkan pemahaman islam di dalam sekolah (Bruinessen, 2019a). Di satu sisi madrasah sangat dibutuhkan bagi masyarakat muslim miskin di asia, bahkan satu-satunya akses pendidikan yang dapat mereka dapatkan (Bruinessen, 2019b; Park & Niyozov, 2008).

Secara umum terdapat dua tipe sekolah dasar di Indonesia apabila ditinjau dari latar belakang pengelolaan oleh kementriannya. Sekolah dasar yang dikelola oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) dan Kementerian Agama (Kemenag) (Baryanto, 2017). Sekolah dasar yang dikelola kemenag juga masih terbagi antara yang swasta dan negeri. Madrasah Ibtidaiyah (MI) merupakan salah satu sekolah yang dikelola oleh Kemenag. Madrasah tersebut memiliki payung hukum sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2007 tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan dalam bentuk Raudhatul Athfal (RA),

Madrasah, dan Perguruan Tinggi Agama, serta Pendidikan Agama dan Pendidikan (Temon Astawa, 2021).

Berdasarkan hal tersebut maka madrasah adalah salah satu lembaga pendidikan formal di Indonesia. Tidak berbeda dari lembaga sekolah umum lainnya, hanya saja madrasah lebih menekankan pengajaran berbasis agama. Madrasah maupun sekolah umum memiliki status sama-sederajat. Hal tersebut dikarenakan madrasah juga wajib menyelenggarakan pelajaran sesuai dengan kurikulum pendidikan nasional namun dengan penambahan aspek keagamaan yang porsi nya lebih besar.

Hadirnya sekolah umum yang sederajat dengan madrasah membuat animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke madrasah semakin menurun dikarenakan banyaknya alternatif pilihan sekolah. Berdasarkan beberapa pendapat ahli pendidikan, kondisi penurunan minat ini diakibatkan oleh kualitas lulusan madrasah yang dianggap rendah (Subijanto & Wiratno, 2012a). Lulusan dari sekolah umum dianggap lebih unggul ketimbang lulusan madrasah. Terlebih ketika para lulusan ini dihadapkan oleh persaingan global yang menuntut para alumni menguasai banyak hal dan kompetensi. Masyarakat berpandangan hanya sekolah umumlah yang mampu menyediakan seluruh tuntutan tersebut.

Persoalan lainnya adalah mengenai tata kelola Madrasah. MI secara pengelolaan memang terlihat tumpah tindih karena diatur oleh dua kementerian yang berbeda yakni kemenag dan kemendikbud. Faktor tersebut bisa jadi membuat tata kelola MI menjadi lebih rumit jika dibandingkan dengan sekolah umum lainnya di bawah kemendikbud. Beberapa hasil kajian menjelaskan bahwa Madrasah memiliki masalah dalam mencapai Standar Nasional Pendidikan (SNP). Hasil survey menunjukkan bahwa sedikit sekali MI yang bisa mencapai SNP, khususnya standar kompetensi lulusan, pendidik dan kependidikan, serta sarana prasarana. Dukungan dana yang minim menjadi alasan MI tersebut sulit mencapai SNP (Subijanto & Wiratno, 2012b). Apabila melihat dari persoalan tersebut tentu menjadi permasalahan utamanya adalah mengenai tata kelola MI yang dirasa berjalan tidak efektif dan efisien sehingga berdampak kepada MI yang sulit mencapai SNP.

Tata kelola yang bermasalah dapat menimbulkan efek domino, salah satunya mengenai persoalan kualitas pembelajaran. Hasil survey pada beberapa madrasah ditemukan bahwa rata-rata tingkat penguasaan Keterampilan Penguasaan Sains Dasar Kelas Atas (KPSDKA) siswa hanya 54,47%, sedangkan kategori penguasaan siswa, mayoritas belum begitu tinggi/sedang (Widayanti, 2016). Guna meningkatkan kualitas secara umum tentu saja aspek manajemen madrasah perlu mendapatkan perhatian yang serius dari stakeholders pendidikan agar madrasah semakin fungsional bagi pendidikan Indonesia. Selain itu, perhatian khusus pada aspek tenaga pendidik dan kependidikan juga dibutuhkan guna meningkatkan mutu pendidikan madrasah karena berkaitan erat dengan kualitas pembelajaran agar terlaksana pembelajaran yang kontekstual (Ismail, 2018).

Sebagian besar masyarakat mungkin masih banyak yang berpandangan bahwa madrasah identik dengan pesantren. Anggapan tersebut tentu saja keliru, namun hal tersebut belum bisa dihilangkan dari pikiran masyarakat Indonesia sehingga madrasah masih dianggap sekolah cadangan apabila di sekolah umum tidak diterima. Akibatnya meski secara yuridis keberadaan madrasah sejajar dengan sekolah formal lain, madrasah hanya umumnya diminati siswa dengan kemampuan inteligensi dan ekonomi yang menengah ke bawah. Parahnya lagi beberapa kebijakan pemerintah cenderung dirasa menyulitkan proses pengembangan madrasah, misalnya saja mengenai banyaknya pelajaran yang harus diajarkan, distribusi guru, dan penyediaan sarana prasarana. Keadaan madrasah mayoritas menghadapi siklus negatif atau lingkaran setan tak terpecahkan (*unsolved problems*): kualitas *raw input* (siswa, guru, fasilitas) rendah, proses pendidikan tidak efektif, kualitas lulusan rendah dan kepercayaan *stakeholders* terutama orang tua dan pengguna lulusan rendah (Witanti, 2016a).

Beberapa persoalan di atas mengenai madrasah merupakan sebagian kecil tantangan madrasah di era disrupsi. Perubahan cepat dan sulit diprediksi, termasuk salah satunya kebijakan zonasi. Intinya pendidikan harus ikut berubah mengikuti tuntutan globalisasi, termasuk madrasah yang mengintegrasikan pendidikan agama dengan pengetahuan dunia juga wajib menyesuaikan jika tetap ingin bertahan (Azwar et al., 2018). Keadaan yang demikian tentu menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga-lembaga madrasah. Bagaimana caranya agar tetap mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah persaingan global yang tidak bisa terhindarkan. Tentu dibutuhkan strategi-strategi khusus agar madrasah mampu bersaing dengan lembaga sekolah sejawat pada umumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2015), dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini digunakan untuk menggali data mengenai strategi Madrasah Ibtidaiyah (MI) agar lebih menyeluruh dan mendalam. Jenis studi kasus digunakan karena penelitian ini bertujuan mempelajari fenomena dengan mendalam dan rinci. Dalam penelitian ini peneliti sebagai instrumen utama sehingga dapat mengumpulkan data secara detail tentang satu kasus yaitu strategi eksistensi MI di tengah kebijakan zonasi. Melalui studi kasus juga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena tersebut. Penelitian studi kasus menurut (Creswell, 2012) adalah *“a qualitative research approach in which the investigator explore a bounded system (a case) or multiple bounded systems (cases) over time through detailed, indepth data collection involving multiple source information”*. Sumber data dalam penelitian ini adalah 1 orang kepala madrasah, 6 orang guru, dan 2 orang wali murid. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengambil sumber data dari kepala sekolah, guru, dan wali murid sehingga data bisa saling dikonfirmasi atau di cross check. Triangulasi teknik atau metode juga digunakan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi agar data yang

diperoleh optimal kesahihannya. Lokasi penelitian di MI swasta Nurul Huda, Kabupaten Sleman, DIY. Waktu penelitian dari bulan Mei-Agustus 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berikut ini akan terbagi menjadi deskripsi umum dan strategi eksistensi MIS Nurul Huda.

A. Deskripsi Umum

Berdasarkan hasil observasi didapatkan informasi bahwa Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS) Nurul Huda ini berdiri sejak tahun 1979, pada awal berdirinya berbentuk pondok pesantren. Ketika masa tersebut mengalami pengurangan jumlah santri dari tahun ke tahun sehingga pihak yayasan mengubahnya menjadi MIS pada tahun 2016 hingga saat ini.

Lokasi MIS Nurul Huda ini berada di wilayah Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Relatif jauh jika diukur dari pusat kota Yogyakarta yaitu berjarak sekitar 25 KM. Berdasarkan hasil observasi, masyarakat sekitar mayoritas berprofesi sebagai petani. Letak MIS ini memang berada di kaki gunung Merapi sehingga tanahnya subur.

MIS Nurul Huda ini memiliki 1 kepala sekolah dan 11 guru. Terdiri dari 2 laki-laki dan sisanya perempuan. Terdapat 3 orang yang berstatus PNS, lainnya guru tetap yayasan (GTY) dan guru tidak tetap yayasan (GTT). Selain itu terdapat 1 orang penjaga sekolah.

Sarana prasarana di MI ini terdiri dari 6 ruang kelas, 1 ruang guru, 3 toilet, 1 perpustakaan terintegrasi dengan UKS. Siswa tergolong cukup, maksudnya sesuai dengan jumlah ruang kelas. Jumlah siswa 107 jiwa dengan pembagian 57 jiwa siswa dan 50 siswi.

B. Strategi Eksistensi

Strategi eksistensi merupakan serangkaian tindakan atau kebijakan yang dilakukan oleh pihak sekolah untuk memastikan kelangsungan hidup dan keberlangsungan operasional sekolah. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, didapatkan informasi bahwa setidaknya terdapat tiga strategi yang dijabarkan dalam tindakan yang telah dilakukan madrasah yaitu dari sisi kepemimpinan, manajerial, dan marketing atau pemasarannya. Hal itu dibuktikan dengan kutipan wawancara sebagai berikut:

“...hmm kalau ditanya strategi ya kita gak ada yang benar-benar direncanakan. Paling menurut saya yang kelihatan jelas ya dari sisi kepemimpinannya karena di sini kepala sekolahnya ndak dipilih tapi ditunjuk langsung oleh kiai, dari sisi manajerial mungkin ya, dan pemasarannya juga kami biasanya yang setiap tahun selalu jd PR...” (KS.MA.01)

Keterangan tersebut juga disampaikan oleh salah seorang guru kelas yang beberapa kali terlibat dalam kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

“strategi kita ya?, hmm setau saya yang berbeda di sekolah ini ya dari kepala sekolahnya yang tidak dipilih tapi ditunjuk oleh yayasan dan turun temurun, sebelum beliau dulu ya ayahnya begitu. Kalau pengelolanya saya rasakan ya sama aja tuh tapi ya mungkin karena saya baru ya, paling dari marketingnya karena heranny dari tahun ke tahun ya alhamdulillah ada aja siswanya walaupun gak banyak-banyak amat tapi cukuplah untuk operasional sekolah” (AS.GK.22)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa MIS Nurul Huda setidaknya memiliki tiga hal yang menjadi strategi untuk tetap bertahan di tengah kebijakan zonasi yaitu dari sisi kepemimpinan dan marketing. Lebih lanjut mengenai masing hal tersebut akan disajikan di bawah ini

Kepemimpinan

Kepemimpinan memiliki peran yang sangat penting dalam strategi bertahan sekolah. Kepemimpinan yang baik dapat membantu sekolah mengatasi tantangan dan mempertahankan eksistensinya. MIS Nurul Huda ini memiliki kepala sekolah yang pengaruhnya cukup besar di kalangan guru-guru. Alasannya karena kepala sekolah ini tidak dipilih melainkan turun temurun seperti kerajaan. Kepala sekolah sebelumnya merupakan ayah dari kepala sekolah sekarang yang menjabat. Sebab lain adalah karena dahulu MIS ini adalah sebuah pondok pesantren yang berkembang menjadi MIS untuk mengakomodir tuntutan masyarakat. Hal tersebut dikuatkan melalui beberapa hasil wawancara dengan beberapa guru sebagai berikut:

“...ya sekolah ini dulu pondok pesantren Mas, jadi MIS ya baru-baru ini karena kekurangan santri dan biaya operasionalnya jadi mahal kalau sedikit santrinya sehingga berubahlah jadi MIS. Pak Kepsek ya kiai pesantren dulunya jadi ya kita memang segan dan sudah seperti ayah sendiri jadi ya apapun hasil keputusannya kita selalu support...”(HA.GK.23)

“..lah ini rumah kepala sekolahnya cuma di depannya loh Mas, jnengan nanti kalau mau ketemu kepsek lak disruh ke rumahnya itu karena sekolah gak punya ruang tamu. Walaupun turun temurun tapi kinerja Pak Kepala masih di atas para guru-gurunya loh karena ya sudah biasa memimpin dari jaman dulu ayahnya memimpin kan pasti beliau banyak belajar dan diberi masukan juga jadi ya kami yakin dan percaya bahawa beliau memang layak jadi pemimpin...”(SH.GK.27)

“...kepemimpinanya kepsek kami sejauh ini baik baik saja ya, tidak pernah ada yang konflik gimana-gimana karena memang beliau panutan dan role model kitalah, ayah beliau juga guru kami dulu jadi ya kami sangat menghormati dan menghargai beliau..”(FS.GK.26)

Berdasarkan beberapa hasil wawancara mengenai kepemimpinan kepala sekolah tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah memiliki pengaruh yang besar karena beliau merupakan anak dari pimpinan pondok pesantren terdahulu yang sudah dianggap orang tua mereka oleh para guru.

Kemampuan manajerial meliputi pengelolaan sumber daya organisasi seperti manusia, keuangan, waktu, dan materi, serta pengaturan dan pengendalian kegiatan organisasi agar berjalan dengan efektif dan efisien. Proses manajerial juga melibatkan pengambilan keputusan dalam mengelola organisasi dan memanfaatkan sumber daya yang ada dengan cara yang paling optimal. Dalam konteks pendidikan, manajerial dilakukan oleh kepala sekolah atau manajer pendidikan lainnya untuk mengatur dan mengelola sumber daya sekolah agar mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Proses manajerial juga berperan penting dalam strategi sekolah bertahan dan berkembang di masa depan.

Faktor manajerial yang dimiliki oleh kepala sekolah MIS Nurul Huda sebagai strategi eksistensi di tengah kebijakan zonasi meliputi kemampuan mengelola SDM yang cukup menarik. Mayoritas guru di sekolah ini adalah alumni pesantrennya dan rumah tinggalnya juga tidak jauh dari MIS. Kondisi seperti itu mengakibatkan sistem yang terbentuk di sekolah itu adalah saling menjaga karena warga sekolah didominasi dari kalangan sendiri. Akibatnya mereka mengajar dengan motivasi tinggi karena yang menjadi peserta didiknya biasanya memiliki hubungan kekerabatan.

Beberapa hasil wawancara mengungkapkan hal yang mendukung pernyataan tersebut, misalnya hasil wawancara dengan salah seorang guru sebagai berikut:

“...hmm saya ya sekitar 7 tahun yang lalu santri di sini mas, dulu kan pesantren, nah jadi kita santri tu kayak ada panggilan hati ingin mengabdikan di alamater. Tapi sekarang sudah jadi sekolah ya gak papa kan sama aja mengabdikan...” (SH.GK.27)

Hal senada juga diungkapkan oleh guru kelas 1, yaitu:

“...itu pak Hasan guru kelas 3 dulu kakak kelas saya, bu Aas ini seangkatan saya. Jadi ya sekolah ini kayak keluaraga aja. Kita mendidiknya jadinya ya tanpa target dan beban mas karena ya saudara2 kita semua sih mayoritas. Faktor manajerial juga jadi lebih mudah ya karena kepala sekolah gak perlu kasih aturan yang mengikat untuk selalu disiplin dan lain lain karena ya kita sudah sadar sendiri dan ikhlas...” (AS.GK.22)

Selain dengan guru, terdapat juga hasil wawancara dengan wali murid yang mengatakan hal senada. Yaitu:

“... Sekolah ini seperti sekolah keluarga karena anak, ibu, hingga kakeknya mungkin dulu sekolah disini...” (BA.WM.31)

“... Guru disini ya ngajarin anak cucunya jadi motivasinya tinggi kan ngajarin anak2nya generasinya sendiri, siswa yang bersekolahpun mayoritas masih memiliki hubungan darah dengan pihak yayasan dan guru di MIS Nurul Huda ...” (SN.WM.32)

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa guru dan wali murid maka dapat disimpulkan bahwa dari faktor manajerial memang menjadi dipermudah karena ketika kepala sekolah

melakukan pengelolaan sumber daya sekolah, khususnya SDM tidak memiliki kendala yang berarti, bahkan sistemnya sudah terbentuk sendiri karena mayoritas guru dan stafnya adalah saudara. Sisi positifnya adalah kepala sekolah tidak perlu usaha yang keras untuk memotivasi dan memaksa guru untuk menjaga kualitas mengajar karena rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap sekolah sangat besar yang mengakibatkan kualitas sekolah tetap terjaga.

Marketing

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa faktor marketing ikut berkontribusi dalam strategi eksistensi MIS Nurul Huda di tengah kebijakan zonasi. Kegiatan marketing yang terbentuk di MIS ini cukup unik karena sama sekali tidak ada yang berhubungan dengan digital. Berbeda dengan sekolah swasta lainnya yang tentu sangat gencar sekali untuk mempromosikan sekolah via sosial media dan platform digital. Kegiatan marketing yang terungkap di MIS ini adalah promosi dari mulut ke mulut, hal itu terungkap dari salah satu hasil wawancara dengan guru sebagai berikut:

“...halah mas di sini ya tiap tahun alhamdulillahnya ada saja muridnya, padahal ya dari dulu cuma ibu ini ngomong ke tetangganya, nnti ibu ini ngomong ke ibu lainnya tentang pengalaman mereka menyekolahkan anaknya ke sini...(NS.GK.24)

Salah seorang wali murid juga menuturkan hal senada yakni

“Saya dapat info dari pak abdul guru di sekolah itu kan anaknya disana juga terus saya tanya anak saya mau sekolah dimana?, ternyata ya maunya sama temanya itu di MIS Nurul Huda. Lagian memang mayoritas penduduk sini yang NUNya masih kental kayaknya milih MIS ini deh, dekat juga dari sekolah lainnya” (SN.WM.32)

Selain itu, kegiatan marketing yang tanpa sengaja terjadi adalah alasan pandangan terhadap organisasi agama islam tertentu yaitu Nahdatul Ulama (NU). Organisasi ini merupakan salah satu yang terbesar di Indonesia sehingga terdapat wilayah-wilayah tertentu yang kuat dengan pengaruhnya. MIS inipun sudah jelas bahwa berafiliasi dengan organisasi NU tersebut sehingga warga sekitar yang kebetulan memiliki pandangan yang sama tentu akan memilih sekolah ini untuk anaknya karena dipandang sesuai dengan keyakinannya.

Hal itu terungkap dari hasil wawancara dengan 2 wali murid sebagai berikut:

“...aspek religiusitas juga ada loh mas, spesifik lagi seperti keyakinan bahwa MIS Nurul Huda sudah sesuai dengan kepercayaan dan aliran kami, sehingga menyekolahkan anak ya ke sini...(BA.WM.31)

“saya memilih MIS ini ya karena selain dekat ya karena ini anak saya kan masih SD jadi ilmu agamanya mau saya tanamkan, semoga di sini bisa, saya juga kebetulan kaum nahdiyyin jadi yowes cocok, jadi ada faktor rligiusitas juga walaupun sedikit. (SN.WM.32)

Berdasarkan beberapa hasil wawancara guru dan wali murid tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor marketing yang menjadi salah satu pendorong eksisnya sekolah ini dipengaruhi oleh 3 hal lain yaitu: promosi tanpa sengaja melalui mulut ke mulut, aspek kesamaan dengan aliran organisasi, dan terakhir yang dominan adalah jarak dari rumah

Pembahasan

Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan salah satu kompetensi yang wajib dikuasai oleh kepala sekolah karena fungsinya yang sangat penting (Febri, 2021; Hadi, 2020). Seorang kepala sekolah yang efektif harus memiliki kemampuan kepemimpinan yang kuat untuk mengarahkan, memotivasi, dan membimbing staf dan siswa menuju pencapaian tujuan sekolah. Dengan kemampuan kepemimpinan yang kuat, seorang kepala sekolah dapat membantu meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah dan memberikan kontribusi positif bagi kesuksesan siswa dan prestasi sekolah secara keseluruhan.

Kepala sekolah di MIS Nurul Huda ini dipilih langsung, tidak menggunakan mekanisme voting atau metode lainnya sejenis. Kepala sekolah turun temurun artinya jabatan kepala sekolah di MIS ini tidak berdasarkan kpeangkatan atau penunjukan dinas namun layaknya kerajaan. MIS ini adalah bagian dari yayasan, sehingga untuk jabatan kepala sekolah ditentukan oleh pihak yayasan sendiri (Nadira, 2017; Tyasmaning, 2020). Jabatan kepala sekolah yang turun-temurun ternyata menjadikan aspek kepemimpinan lebih matang karena pimpinan sekolah paham sekali mengenai kondisi sekolah. Kepala sekolah yang ditunjuk langsung biasanya dipilih berdasarkan kompetensi dan kualifikasi yang dimiliki. Hal ini dapat membantu memastikan bahwa kepala sekolah memiliki keahlian dan pengalaman yang diperlukan untuk memimpin sekolah dengan efektif.

Kepala sekolah yang ditunjuk langsung memiliki masa jabatan yang lebih stabil dan lebih panjang dibandingkan dengan kepala sekolah yang dipilih melalui pemilihan langsung. Hal ini dapat membantu memastikan stabilitas kepemimpinan dan kontinuitas program sekolah dalam jangka panjang. Kepala sekolah yang ditunjuk langsung biasanya memiliki dukungan dan akses ke sumber daya dan bantuan dari pemerintah. Hal ini dapat membantu memastikan bahwa sekolah memiliki sumber daya yang cukup dan dukungan yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan mempertahankan eksistensinya.

Kepala sekolah yang dipilih melalui pemilihan langsung sering kali terkena politisasi dan pengaruh dari kelompok atau individu tertentu. Dalam beberapa kasus, hal ini dapat mengganggu kinerja kepala sekolah dan mempengaruhi kualitas pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Dengan kepala sekolah yang ditunjuk langsung, minimisasi politisasi dapat terjadi dan memungkinkan kepala sekolah untuk bekerja dengan lebih independen dan objektif.

Proses pemilihan kepala sekolah melalui pemilihan langsung membutuhkan waktu, biaya, dan sumber daya yang besar. Dalam beberapa kasus, proses ini juga dapat mengalami masalah dan ketidakpastian, seperti persaingan yang tidak sehat atau tuntutan dari kelompok tertentu. Dengan kepala sekolah yang ditunjuk langsung, proses ini dapat dihindari dan memungkinkan sekolah untuk lebih fokus pada pencapaian tujuan dan pengembangan program pendidikan.

Marketing

Strategi marketing ini penting untuk keberlangsungan sekolah, mengingat sekolah membutuhkan siswa agar tetap bisa beroperasi. Di era 4.0 ini para orang tua sudah sangat pintar memilih sekolah untuk anaknya, salah satunya tentu yang berkualitas menurut preferensi masing-masing orang tua tersebut. Hal tersebut tentu harus direspon pihak sekolah dengan menggunakan strategi marketing untuk memasarkan keunggulan dan kualitas serta ke khasan dari sekolah tersebut. Hal ini penting apalagi untuk sekolah swasta seperti MIS ini. Di Amerika, khususnya New Orleans berdasarkan hasil penelitian (Jabbar, 2016), strategi marketing oleh sekolah adalah hal yang umum dilakukan oleh kepala sekolah di sana.

Strategi pemasaran melalui branding sekolah dapat membantu meningkatkan citra dan reputasi sekolah, serta memperluas basis siswa yang tertarik untuk mendaftar di sekolah tersebut. Masyarakat sebagai stakeholders adalah pelanggan utama dari sekolah sehingga strategi marketing melalui branding wajib dilakukan (Zulaikha, 2017). Citra dan merek sekolah yang kuat dapat membantu meningkatkan persepsi positif tentang sekolah dan menarik minat calon siswa. MIS Nurul Huda ini mengembangkan program kemitraan dengan komunitas lokal. Programnya antara kemitraan dengan komunitas lokal, termasuk dengan pesantren dan masyarakat sekitar, sebagai bentuk pengabdian dan penguatan hubungan antara sekolah dan masyarakat.

Hal lainnya yang menjadi penting dilakukan sekolah terkait pemasaran adalah karena kebijakan zonasi. Kebijakan tersebut tentu akan menambah tantangan bagi pengelola sekolah swasta. Oleh karena itu strategi yang dapat dilakukan adalah pemasaran melalui strategi branding. Hal tersebut juga senada dengan hasil penelitian (Henry, 2019) menyatakan bahwa untuk bisa bertahan khususnya sekolah swasta adalah dengan melakukan salah satu strategi pemasaran yaitu branding.

Kepala sekolah dan guru menggunakan strategi dari mulut ke mulut dan terbukti efektif, sesuai dengan hasil penelitian (Jones & Hegarty, 2011; Stokes, 1997, 2002) yang menyebutkan ada beberapa teknik marketing efektif di sekolah yang salah satunya adalah *word from mouth*. *Word of mouth* marketing atau pemasaran dari mulut ke mulut adalah jenis pemasaran yang melibatkan penyebaran informasi atau rekomendasi tentang sebuah produk atau layanan melalui percakapan antara individu-individu di dalam jaringan mereka. Dalam konteks pemasaran sekolah, *word of mouth* marketing dapat terjadi ketika orang tua atau siswa yang telah memperoleh pengalaman

positif dengan sekolah tersebut membagikan pengalamannya kepada keluarga, teman, atau kolega mereka. *Word of mouth* marketing di sekolah memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan citra dan reputasi sekolah, serta menarik minat calon siswa baru. Dengan memanfaatkan word of mouth marketing secara efektif, sekolah dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka dengan biaya yang relatif rendah, serta membangun citra dan reputasi yang positif di kalangan masyarakat.

Madrasah semestinya tidak terpengaruh untuk mengikuti pola pengembangan sekolah umum yang dianggap lebih baik, sebaliknya madrasah harus mempertahankan karakteristik dan mengembangkannya. Dalam hal ini, yang dibutuhkan madrasah adalah penguatan dan pengembangan kelembagaan, peningkatan kualitas SDM, dan mengembalikan ruh madrasah sebagai sekolah berbasis masyarakat dan karakteristik keagamaan yang kuat (Witanti, 2016b). Berdasarkan penelitian juga banyak diketahui bahwa madrasah yang sustain adalah yang fokus terhadap ilmu akhirat (Firdaus, 2020; Putra, 2017). Penyesuaian terhadap kebijakan zonasi merupakan kewajiban semua madrasah (Syakhrani, 2019), termasuk MIS Nurul Huda. Bentuk penyesuaian untuk bertahan ditengah kebijakan zonasi tentu berbeda antara sekolah satu dengan yang lainnya. Di MIS Nurul Huda membuktikan bahwa dengan tetap konsisten dengan ciri khasnya tersebut ternyata menjadi strategi tersendiri untuk bertahan di tengah kebijakan zonasi.

KESIMPULAN

Madrasah ini memiliki strategi yang unik untuk tetap bertahan. Jabatan kepala sekolah yang turun-temurun ternyata menjadikan aspek kepemimpinan lebih matang karena pimpinan sekolah paham sekali mengenai kondisi sekolah. Motivasi para guru dalam mendidik sangat tinggi karena memiliki "*sense of belonging*" terhadap MI, hal tersebut karena ternyata mayoritas warga sekolah adalah keluarga, saudara, dan tetangga sekitar MI. Strategi marketing yang terbentuk ternyata tidak direncanakan MI, yaitu metode *mouth of word*, aspek sosial masyarakat yang kental dengan salah satu kelompok agama Islam di Indonesia (Nahdatul Ulama) menjadikan MI ini tetap ada peminatnya, dan yang terakhir yaitu faktor lokasi sekolah yang hanya memiliki sedikit pilihan sehingga menjadikan para orang tua cenderung memilih sekolah dasar yang relatif dekat dengan rumah. Madrasah Ibtidaiyah (MI) memiliki target pasar tersendiri, khususnya di lokasi masyarakat muslim yang tingkat ekonominya di bawah rata-rata. Ilmu dunia dan akhirat tentu berbeda, maka MI pasti punya pasar sendiri. Isu teroris tidak memengaruhi sama sekali di MI ini, masyarakat miskin tidak punya pilihan dan kesempatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. Bin. (2020). Bangladesh's 'war on terror' and madrasa education. in *radicalization in south asia: context, trajectories and implications*. <https://doi.org/10.4135/9789353287825.n9>
- Anwar, M. (2018). Manajemen berbasis sekolah (alternatif peningkatan mutu pendidikan madrasah). *Ekspose: Jurnal Penelitian Hukum Dan Pendidikan*, 17(2). <https://doi.org/10.30863/ekspose.v17i2.117>
- Aziz, A. Z. (2015). Manajemen berbasis sekolah: alternatif peningkatan mutu pendidikan madrasah. *El-Tarbawi*, 8(1). <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss1.art5>
- Azwar, B., Baryanto, B., Hidayat, R., & Masudi, M. (2018). Strategi peningkatan eksistensi madrasah ibtidaiyah (mi) di kabupaten rejang lebong. *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, 1(2). <https://doi.org/10.31539/alignment.v1i2.436>
- Bano, M. (2014). Madrasa reforms and islamic modernism in bangladesh. *Modern Asian Studies*. <https://doi.org/10.1017/S0026749X12000790>
- Baryanto, B. (2017). Manajemen kepala madrasah dalam meningkatkan kualitas pendidikan di mts nurul kamal kabupaten rejang lebong. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 1(2). <https://doi.org/10.29240/jsmp.v1i2.306>
- Bruinessen, M. van. (2019a). 8. Traditionalist and islamist pesantrens in contemporary indonesia. in *the madrasa in asia*. <https://doi.org/10.1515/9789048501380-010>
- bruinessen, m. van. (2019b). 8. traditionalist and islamist pesantrens in contemporary indonesia. In *The Madrasa in Asia*. <https://doi.org/10.1515/9789048501380-010>
- Creswell, J. (2012). Creswell (2013) Qualitative research narrative structure. In *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, Third Edition*.
- Febri, R. (2021). Urgensi kepemimpinan pendidikan. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora, 2021*.
- Firdaus, I. (2020). Ajaran, pengamalan, dan maqamat tasawuf. *Ushuluna: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 1(2). <https://doi.org/10.15408/ushuluna.v1i2.15161>
- Hadi, Y. D. (2020). Kepemimpinan visioner kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(2). <https://doi.org/10.21274/dinamika.2019.19.2.187-207>
- Haningsih, S. (2008). Peran strategis pesantren, madrasah dan sekolah islam di indonesia. *El-Tarbawi*, 1(1). <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol1.iss1.art3>
- Henry, A. (2019). Strategi sekolah dalam menghadapi sistem zonasi studi di smp negeri 3 mrebet purbalingga. *Jurnal El-Hamra (Kependidikan Dan Kemasyarakatan)*, Vol. 4 No., 27–35. <http://ejournal.el-hamra.id/index.php/jkk>
- Hidayat, A., & Machali, I. (2012). Pengelolaan pendidikan (konsep, prinsip, dan aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah). *Universitas Pendidikan Indonesia*.

- Ismail, I. (2018). Madrasah diniyah dalam multi perspektif. *KABILAH: Journal of Social Community*, 2(2). <https://doi.org/10.35127/kbl.v2i2.3137>
- Jabbar, H. (2016). Selling schools: marketing and recruitment strategies in new orleans. *Peabody Journal of Education*, 91(1). <https://doi.org/10.1080/0161956X.2016.1119554>
- Jones, C., & Hegarty, C. (2011). Exploring the role of entrepreneurial marketing in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 24(1). <https://doi.org/10.1080/08276331.2011.10593530>
- Nadira, D. (2017). Pola kepemimpinan kepala sekolah di yayasan pendidikan islam amir hamzah. *Jurnal Benchmarking: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1).
- Nasir, M. (2015a). Kurikulum madrasah: studi perbandingan madrasah di asia. *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2). <https://doi.org/10.21580/nw.2015.9.2.524>
- Nasir, M. (2015b). Kurikulum madrasah: studi perbandingan madrasah di asia. *Nadwa*. <https://doi.org/10.21580/nw.2015.9.2.524>
- Park, J., & Niyozov, S. (2008). Madrasa education in south asia and southeast asia: current issues and debates. *Asia Pacific Journal of Education*, 28(4). <https://doi.org/10.1080/02188790802475372>
- Putra, A. A. (2017). Konsep pendidikan agama islam perspektif imam al-ghazali. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah*, 1(1). [https://doi.org/10.25299/althariqah.2016.vol1\(1\).617](https://doi.org/10.25299/althariqah.2016.vol1(1).617)
- Savin, A., & Trzaskowski, J. (2014). Policy and governance. In *Research Handbook on EU Internet Law*. <https://doi.org/10.4337/9781782544173.00007>
- Solichin, M. M. (2012). Rekonstruksi pendidikan pesantren sebagai character building menghadapi tantangan kehidupan modern. *Karsa*. <https://doi.org/10.19105/karsa.v20i1.53>
- Stokes, D. (1997). A lesson in entrepreneurial marketing from the public sector. *Marketing Education Review*, 7(3). <https://doi.org/10.1080/10528008.1997.11488606>
- Stokes, D. (2002). Entrepreneurial marketing in the public sector: the lessons of headteachers as entrepreneurs. *Journal of Marketing Management*, 18(3–4). <https://doi.org/10.1362/0267257022872488>
- Subijanto, S., & Wiratno, S. (2012a). Analisis kinerja badan akreditasi nasional sekolah/madrasah. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 18(3), 310–318. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v18i3.90>
- Subijanto, & Wiratno, S. (2012b). Analisis kinerja badan akreditasi nasional sekolah/madrasah. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 18(3), 310. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v18i3.90>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Syahrani, A. W. (2019). memperkuat eksistensi pendidikan islam di era 4.0. *CBJIS : Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.37567/siln.v1i2.90>

- Talib, M. (2008). Madrasas in south asia: teaching terror?. *Journal of Islamic Studies*.
<https://doi.org/10.1093/jis/etn052>
- Temon Astawa, I. N. (2021). Pendidikan agama dan keagamaan dalam menunjang mutu pendidikan di indonesia. *Jurnal Penjaminan Mutu*, 7(2).
<https://doi.org/10.25078/jpm.v7i2.2776>
- Tyasmaning, E. (2020). Keefektifan kepemimpinan kepala sekolah dalam lembaga pendidikan formal yayasan sunan kalijogo jabung. *Akademika: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2). <https://doi.org/10.51339/akad.v2i2.205>
- Widayanti, E. Y. (2016). Penguasaan keterampilan proses sains dasar siswa madrasah ibtidaiyah (studi pada madrasah mitra stain ponorogo). *Kodifikasia*, 9(1).
<https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v9i1.465>
- Witanti, F. N. (2016a). Revitalisasi madrasah sebagai lembaga pendidikan integratif- alternatif. *Tarbiyatuna*, 7(1).
- Witanti, F. N. (2016b). Revitalisasi madrasah sebagai lembaga pendidikan integratif- alternatif. *Tarbiyatuna*.
- Zulaikha, Z. (2017). Perlukah branding pada sekolah? studi kasus pada smp swasta di surabaya. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(2). <https://doi.org/10.25139/jkp.v1i2>