

**STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN
KUANTITAS INPUT PESERTA DIDIK (ANALISIS
MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN PELAJARAN 2019-2024)
DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
(S.Pd) pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Tarbiyah
Dan Ilmu Keguruan (FTIK) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh

**INDAH RAMADANI
NIM: 18.1.03.0093**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM (MPI)
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN (FTIK)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
SULAWESI TENGAH
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Sigi, 15 Juli 2025

Penyusun,



Indah Ramadani
NIM. 18.1.03.0093

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi penulis yang berjudul “STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS INPUT PESERTA DIDIK (ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN PELAJARAN 2019-2024) DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU” oleh mahasiswa atas Nama Indah Ramadani NIM : 18.1.03.0093 Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan. Maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan dihadapan dewan penguji.

Sigi, 15 Juli 2025 M.
19 Muharram 1447 H.

Pembimbing 1



Drs. Syahril, M.A
NIP. 19630401 199203 1 004

Pembimbing 2



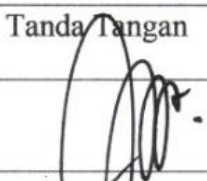
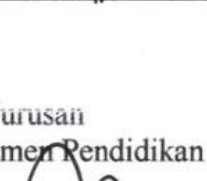
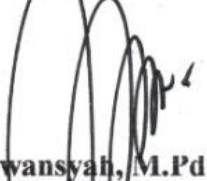
Dr. A. Ardiansyah., S.E., M.Pd
NIP. 19780202 200912 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Indah Ramadani NIM 18.1.03.0093 dengan judul “STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS INPUT PESERTA DIDIK (ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN PELAJARAN 2019-2024) DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU” yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 14 Juli 2025 M. yang bertepatan dengan tanggal 18 Muharram 1447 H. dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) Jurusan Manajemen Pendidikan dengan beberapa perbaikan.

Sigi, 15 Juli 2025 M.
19 Muharram 1447 H.

DEWAN PENGUJI

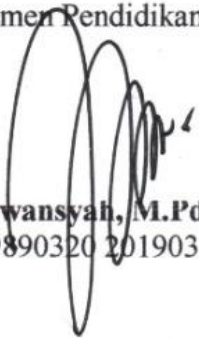
Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Darmawansyah, M.Pd	
Penguji Utama I	Dra. Mastura Minabari, M.M	
Penguji Utama II	Dr. Samintang, M.Pd	
Pembimbing I/Penguji	Drs. Syahril, M.A	
Pembimbing II/Penguji	Dr. A. Ardiansyah, S.E., M.Pd	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan


Prof. Dr. H. Saepudin Mashuri, S. Ag., M.Pd.I
NIP. 19731231 200501 1 070

Ketua Jurusan
Manajemen Pendidikan Islam


Darmawansyah, M.Pd
NIP. 19890320 201903 1 000

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَمْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ

سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَخْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga, kerabat yang Insya Allah rahmat yang telah diberikan kepada beliau akan sampai kepada kita umatnya. Aamiin

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan bahkan jauh dari kesempurnaan. Namun penulis berusaha sebaik-baiknya sehingga penulis skripsi ini dapat selesai. Dengan keterbatasan yang penulis miliki, dan fasilitas yang menunjang kelengkapan skripsi ini, tentunya tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari semua pihak, olehnya itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu saya yaitu:

1. Yang tercinta, kedua orang tua penulis ayah Takdir M. Lotu dan Ibu Rosmiati yang telah mengasuh, memelihara, membantu, selalu mendorong, motivasi serta memberikan bantuan moril dan materil hingga bisa menyelesaikan studi dan penulis skripsi ini.

2. Bapak Prof. Dr. H. Lukman S. Thahir, M.Ag., selaku rektor UIN Datokarama Palu beserta unsur wakil Bapak Dr. Hamka, M.Ag., pimpinan UIN Datokarama Palu.
3. Prof. Dr. H. Saepudin Mashuri, S.Ag., M.Pd.I., selaku Dekan dan wakil Dekan Ibu Dr. H. Naima, S.Ag., Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)
4. Bapak Darmawansyah, M.Pd., selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam dan Bapak Masmur M, M.Pd., selaku Sekretaris Prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Datokarama Palu.
5. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen Pendidikan Islam UIN Datokarama Palu yang telah banyak membantu dan membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
6. Bapak Drs. Syahril, M.A selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr. A. Ardiansyah, S.E., M.Pd selaku pembimbing II yang penuh kesabaran dan perhatian telah meluangkan waktu memberikan bimbingan dan motivasi yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh staff akademik di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
8. Bapak Drs. Muhammad Idris selaku Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu, yang telah memberikan kesempatan kepada

penulis untuk melaksanakan penelitian. Serta bapak dan ibu guru serta adik-adik peserta didik yang membantu penulis selama penelitian.

9. Buat kakak dan adik, keluarga besar, keluarga angkat penulis yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan rasa percaya diri selama menjalani perkuliahan.
10. Buat teman-teman seperjuangan MPI3 2018 yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, kalian luar biasa terima kasih atas semua kebaikan dan bantuan kalian.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Akhirnya dengan segala kerendahan hati dan semoga apa yang tersirat dalam tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Sigi, 15 Juli 2025 M.
19 Muharam 1447 H.

Penulis,

Indah Ramadani
NIM. 18.1.03.0093

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A...Latar Belakang Masalah	1
B...Rumusan Masalah	6
C...Tujuan dan Kegunaan	6
D...Penegasan Istilah	7
E...Garis-Garis Besar Isi	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A...Penelitian Terdahulu	11
B...Kajian Teori	12
1....Strategi Dan Manajemen Strategi	12
2....Kepala Madrasah	15
3....Peningkatan Kuantitas	18
4....Peserta Didik	21
5....Manajemen Pemasaran	27
C...Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A...Pendekatan Dan Jenis Penelitian	35
B...Lokasi Penelitian	36
C...Kehadiran Peneliti	36
D...Data Dan Sumber Data	37
E...Teknik Pengumpulan Data	38
F...Teknik Analisis Data	40
G...Pengecekan Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43

A...Gambaran umu MI Muhammadiyah Nunu	43
1....Sejarah MI Muhammadiyah Nunu	43
2....Visi, Misi dan Tujuan MI Muhammadiyah Nunu	43
3....Keadaan MI Muhammadiyah Nunu	45
4....Keadaan Guru Dan Tenaga Kependidikan	49
5....Keadaan Peserta Didik	50
6....Keadaan Sarana Dan Prasarana	52
B...Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen Pemasaran) di MI Muhammadiyah Nunu	56
1....Product	57
2....Price	63
3....Place	64
4....Promotion	65
C...Hambatan dan Solusi	70
 BAB V PENUTUP	 72
A...Kesimpulan	72
 DAFTAR PUSTAKA	 74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvi

DAFTAR TABEL

1....Tabel 4.1 Data Guru Dan Tenaga Kependidikan Tahun 2019-2014	50
2....Tabel 4.2 Keadaan Peserta Didik Di MI Muhammadiyah Nunu Tahun Pelajaran 2019-2024	51
3....Tabel 4.3 Prestasi Madrasah Ibtidaiyah Nunu	62
4....Tabel 4.4 Data Jumlah Peserta Didik Di Mi Muhammadiyah Nunu (Enam Tahun Terakhir)	68

DAFTAR GAMBAR

1....Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	34
2....Gambar 4.1 Diagram Peningkatan Jumlah Peserta Didik Di Tahun 2019-2024	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Pedoman Wawancara
2. Daftar Informan
3. Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
4. Surat Undangan menghadiri Seminar Proposal Skripsi
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Kartu Seminar Proposal Skripsi
9. Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
10. Dokumentasi
11. Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama penulis : Indah Ramadani

NIM : 18.1.03.0093

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi : Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen Pemasaran Tahun Pelajaran 2019-2024) di MI Muhammadiyah Nunu Palu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik melalui analisis manajemen pemasaran di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu Palu tahun ajaran 2019–2024. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh tingginya tingkat persaingan antar lembaga pendidikan yang menuntut setiap satuan pendidikan untuk memiliki strategi yang efektif agar tetap diminati oleh masyarakat. MI Muhammadiyah Nunu Palu masih tergolong sekolah yang elit disbanding sekolah lain di Kota Palu, tetapi bisa menarik minat para *stakeholders* sehingga jumlah *input* peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka uraian dalam skripsi ini berangkat dari bagaimana strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik (analisis manajemen pemasaran) di MI Muhammadiyah Nunu Palu, serta apa saja hambatan dan Solusi dari proses strategi peningkatan kuantitas input peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepala madrasah menerapkan strategi pemasaran berbasis empat aspek utama yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* (4P). Strategi tersebut diwujudkan dalam peningkatan mutu

pendidikan, pembebasan biaya pendaftaran, lokasi madrasah yang strategis, serta promosi melalui media sosial, penyebaran brosur, dan komunikasi dari mulut ke mulut.

Implementasi strategi ini berdampak positif terhadap peningkatan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran kepala madrasah sebagai pemimpin yang sangat strategis menentukan dalam membangun citra lembaga dan meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap madrasah.

Implikasi penelitian, MI Muhammadiyah Nunu Palu harus tetap mempertahankan dan meningkatkan keunggulan dalam pemasaran, meningkatkan komunikasi antar *stakeholder* , serta melengkapi sarana dan prasarana yang belum lengkap.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Madrasah sebagai lembaga pendidikan islam memiliki peran penting dalam mencetak generasi yang berakhlak mulia dan berkompeten. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, madrasah menghadapi tantangan dalam menarik minat calon peserta didik baru. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain persaingan dengan sekolah umum, kurangnya informasi tentang keunggulan madrasah, dan persepsi masyarakat yang perlu dibenahi.

Selain itu, modernisasi sistem pendidikan yang belum merata di seluruh madrasah juga menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing. Sebagian madrasah masih menghadapi keterbatasan dalam infrastruktur, fasilitas pembelajaran, dan akses terhadap teknologi informasi. Hal ini memengaruhi kualitas proses belajar mengajar serta daya tarik madrasah di mata masyarakat luas.

Kurangnya promosi yang efektif mengenai keunggulan madrasah, seperti integrasi antara pendidikan umum dan pendidikan agama, juga turut memperlemah posisi madrasah sebagai alternatif utama dalam pendidikan. Padahal, madrasah memiliki potensi besar dalam membentuk karakter peserta didik melalui kurikulum yang menekankan nilai-nilai keislaman, moralitas, dan spiritualitas, tanpa mengabaikan aspek akademik. Tantangan lainnya adalah

kebutuhan akan peningkatan kompetensi guru madrasah dalam menghadapi dinamika zaman.

Guru-guru madrasah perlu terus dibekali dengan pelatihan pedagogik, teknologi, dan wawasan global agar dapat menginspirasi serta membimbing siswa dengan pendekatan yang relevan dan kontekstual. Meskipun demikian, berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk memperkuat eksistensi madrasah. Program revitalisasi madrasah, peningkatan mutu pendidikan, bantuan sarana prasarana, serta digitalisasi pembelajaran mulai digalakkan untuk memperkuat daya saing madrasah dalam sistem pendidikan nasional.

Berbagai faktor menjadi penyebab rendahnya kuantitas input peserta didik di madrasah, di antaranya adalah persepsi masyarakat terhadap kualitas madrasah yang dianggap masih kalah bersaing dibandingkan sekolah umum, keterbatasan sarana dan prasarana, serta kurangnya strategi promosi dan publikasi yang dilakukan oleh pihak madrasah itu sendiri. Di tengah arus persaingan pendidikan yang semakin ketat, madrasah dituntut untuk tidak hanya mengandalkan pendekatan tradisional dalam menjaring peserta didik, tetapi harus mulai memanfaatkan pendekatan manajerial yang lebih strategis dan inovatif.

Salah satu pendekatan yang kini mulai mendapatkan perhatian dalam dunia pendidikan adalah manajemen pemasaran pendidikan. Konsep ini diadaptasi dari teori pemasaran dalam dunia bisnis, yang menekankan pentingnya analisis kebutuhan pelanggan (dalam hal ini calon peserta didik dan orang tua), penawaran

produk yang menarik (program pendidikan), strategi harga yang bersaing (biaya pendidikan), distribusi layanan (aksesibilitas lokasi dan informasi), serta promosi (komunikasi dan citra lembaga). Jika diterapkan dengan baik, strategi ini berpotensi besar untuk meningkatkan daya saing madrasah dan menarik minat calon peserta didik secara lebih luas.

Pendidikan merupakan salah satu yang dipandang sebagai sarana pertama dan utama untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang unggul dan siap bersaing di era globalisasi saat ini. Melalui pendidikan diharapkan semua potensi peserta didik bisa dikembangkan secara maksimal guna mencapai tujuan pembangunan dan falsafah hidup bangsa.¹

Namun suatu lembaga pendidikan tidak akan berkembang dengan baik jika kepemimpinan kurang diperhatikan. Kepemimpinan sangatlah vital sebab merupakan garda terdepan penggerak kemajuan untuk mendorong keberhasilan suatu lembaga pendidikan yang efektif dan efisien serta sesuai kebutuhan zaman. Keberhasilan suatu lembaga pendidikan memerlukan seseorang yang mampu dan tangguh dalam memimpin sebuah lembaga. Seseorang inilah disebut dengan pemimpin pendidikan atau dalam lembaga pendidikan formal disebut kepala sekolah/madrasah.

Peran kepala madrasah sangat krusial dalam konteks ini. Sebagai pemimpin dan manajer lembaga, kepala madrasah tidak hanya bertanggung jawab dalam aspek akademik dan administratif, tetapi juga dituntut untuk mampu

¹ Ahmad Fauzi, “Kepemimpinan Kepala Madrasah Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan Islam”, *Manajemen Pendidikan Islam*, no. 2 (2017): 53

berpikir strategis dan kreatif dalam merespons tantangan eksternal. Kepala madrasah perlu menjadi motor penggerak perubahan, termasuk dalam hal pemasaran lembaga pendidikan kepada masyarakat. Strategi yang digunakan dapat berupa penguatan citra madrasah, pengembangan program unggulan, kemitraan dengan sekolah dasar Islam (MI), pemanfaatan media sosial, penyelenggaraan kegiatan promosi seperti open house, dan pelibatan alumni dalam kampanye promosi.

Sebagai pemimpin, kepala madrasah harus mampu menyusun strategi yang dibutuhkan lembaga untuk berkembang dan menjadi lembaga pilihan bagi masyarakat untuk menghadapi persaingan. Persaingan lingkungan dan kekuatan dalam industri pendidikan menyebabkan timbulnya kesenjangan antara tuntutan lingkungan dan persaingan dengan kekuatan satuan pendidikan pada berbagai jenis dan jenjang pendidikan.

Situasi ini telah memaksa sebagian satuan pendidikan mengurangi atau menghentikan operasinya. Dengan demikian jelas, bahwa strategi pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* atau masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* atau masyarakat merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan, jika lembaga tersebut menginginkan untuk mampu bersaing. Marketing pendidikan John R. Silber yang dikutip Buchari Alma menyatakan bahwa etika marketing dalam dunia

pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh.²

Kompetisi antar sekolah/madrasah semakin ketat, hal ini dapat di buktikan dengan adanya upaya kreatif penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan madrasah agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa pendidikan. Pemasaran di lembaga pendidikan merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus-menerus dan berkesinambungan.

Persaingan antar lembaga pendidikan mengakibatkan pengelolaan madrasah dituntut untuk berpikir lebih cerdas agar tidak kehilangan pasarnya. Situasi tersebut tentunya juga telah diantisipasi oleh Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu Palu yang mendapat banyak tantangan dalam persaingan dengan kompetitor di sekitarnya. Mengingat persaingan pendidikan yang semakin banyak peminat untuk memasuki berbagai sekolah/madrasah yang ada di Kota Palu. Kepala madrasah, para staff tata usaha dan para tenaga pendidik harus membuat strategi pemasaran yang jauh lebih menarik dan lebih baik lagi dalam mengelolah pendidikan.

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri,

² Imam Junaris dan Nik Haryati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 64.

kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Berdasarkan pemaparan di atas menunjukkan hal ini menarik untuk dilakukan penelitian guna menentukan bentuk strategi kepala madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Maka dari itu peneliti akan mengambil judul “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen Pemasaran Tahun Pelajaran 2019-2024) Di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu Palu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu?
2. Apa saja hambatan dan solusi yang di hadapi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu.

2. Untuk mengetahui apa saja hambatan dan solusi dalam proses strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu.

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam segi teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan konsep strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik.

2. Manfaat praktis

Bagi kepala madrasah. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi kepala madrasah dalam menyusun strategi untuk menarik peserta didik.

Bagi guru. Sebagai informasi terkait terkait peran guru dalam mendukung strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik.

Bagi para peneliti dan masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan serta dapat dijadikan pembanding secara teoritis bagi peneliti maupun masyarakat pada umumnya dalam pengelolaan lembaga pendidikan dalam hal strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik.

D. Penegasan Istilah

Skripsi ini berjudul “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen Pemasaran Tahun Ajaran 2019-2024) Di MI Muhammadiyah Nunu Palu”. Untuk menghindari kekeliruan dalam penafsiran mengenai judul penelitian ini, penulis akan menguraikan beberapa istilah makna yang terkandung di dalam judul penelitian.

1. Strategi dan Manajemen Strategi

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu strategi selalu berkaitan evaluasi dan pemilihan alternatif yang tersedia bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi secara umum di artikan sebagai upaya individu atau kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan.³

2. Kepala madrasah

³ H. Kosasih, *Manajemen Strategi*, (Cet. Pertama; Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 3.

Kepala madrasah adalah guru yang diberi tugas tambahan untuk memimpin penyelenggaraan Pendidikan pada madrasah.⁴

3. Peningkatan kuantitas

Peningkatan adalah proses, cara perbuatan meningkatkan (usaha kegiatan dan sebagainya). Adapun kuantitas adalah banyaknya benda dan sebagainya atau jumlah (sesuatu). Jadi peningkatan kuantitas adalah proses dan cara dalam meningkatkan jumlah dari benda atau lainnya.⁵

4. Peserta didik

Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.⁶

5. Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan jenis kegiatan untuk melakukan perencanaan, tindakan, pengawasan sekaligus evaluasi yang berkaitan

⁴ Republik Indonesia, Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2014 Tentang Kepala Madrasah

⁵ Siti Nur Azizah, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Mi Salafiyah Bangilan Tuban” (Skripsi tidak diterbitkan, jurusan Pendidikan islam, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2021).

⁶ Republik Indonesia, “Undang-Undang R.I. Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional”

dengan proses identifikasi produk maupun jasa kepada masyarakat luas.

Jadi, kegiatan ini bertujuan agar produk dapat dikenal oleh banyak orang.⁷

Definisi operasionalnya

E. *Garis-Garis Besar Isi*

Secara garis besar, dalam skripsi ini terdiri dari 5 (Lima) bab :

Pada bab I (satu) yaitu pendahuluan yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, Tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan garis-garis besar isi.

Pada bab II (dua) yaitu kajian pustaka, ada bab ini mengembangkan ataupun mengangkat pembahasan inti, yaitu penelitian terdahulu, kajian teori dan kerangka pemikiran.

Pada bab III (tiga) yaitu metode penelitian, penulis mengemukakan metode penelitian yang merangkaikan pendekatan dan desain penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

Pada bab IV (empat), yaitu hasil dan pembahasan, penulis memuat data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan sesuai dengan rumusan masalah dan penjelasan beberapa temuan dari hasil penelitian yang telah diungkap dari objek penelitian.

⁷ Aridha Prassettya dan Achmad Daengs, *Manajemen Pemasaran*, (Surabaya: Unitomo Press, 2023), 8.

Pada bab V (Lima), yaitu terdiri dari sub bab yaitu : Kesimpulan dan saran yang terkait dengan penelitian yang telah dilaksanakan dilapangan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hal penting sebagai dasar pijakan dalam rangka untuk mengetahui penelitian sebelumnya, penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, penelitian terdahulu juga bertujuan untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian penulis. Maka dalam kajian pustaka ini, penulis mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut.

1. Penelitian terdahulu yang peneliti ambil adalah penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah (2021) dengan judul penelitian “ *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di MI Salafiyah Bangilan Tuban* ”. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah ini menggunakan Metode penelitian kualitatif.¹

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

1. Sama-sama menggunakan Metode penelitian kualitatif
2. Variable Y atau objek tentang problematika strategi peningkatan kuantitas peserta didik

Adapun perbedaanya adalah :

¹ Siti Nur Azizah, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Mi Salafiyah Bangilan Tuban” (Skripsi tidak diterbitkan, jurusan Pendidikan islam, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2021).

1. Perbedaan lokasi Madrasah Ibtidaiyah Salafiyah Bangilan Tuban
2. Penggunaan teori
2. Penelitian terdahulu yang kedua peneliti ambil adalah penelitian yang dilakukan oleh Falahiyah, E. Syarifudin dan Hanafi (2023) dengan judul penelitian “ *Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Raudhatul Athfal Nurul Jannah Kota Tangerang* ”. Penelitian yang dilakukan oleh Falahiyah, Syarifudin dan Hanafi menggunakan Metode penelitian kualitatif.²

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah :

1. Sama-sama menggunakan Metode penelitian kualitatif
2. Variable Y atau objek tentang problematika strategi peningkatan kuantitas peserta didik

Adapun perbedaanya adalah :

1. Perbedaan lokasi Raudhatul Athfal Nurul Jannah Kota Tangerang
2. Penggunaan teori

B. Kajian Teori

1. Strategi dan Manajemen Strategi

Ada banyak defnisi strategi menurut beberapa ahli, seperti yang dikemukakan oleh Stenier dan Miner menyatakan bahwa “strategi adalah penempatan misi perusahaan, menetapkan tujuan organisasi dalam terang

² Falahiyah, Syarifudin, dan Hanafi, “Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Raudhatul Athfalnurul Jannah Kota Tangerang”, *Journal On Education*, no. 01 (2023).

kekuatan eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai tujuan, dan memastikan mereka dengan pelaksanaan yang tepat sehingga maksud dan tujuan dasar organisasi akan tercapai ”.³

Strategi dalam konteks pendidikan merupakan langkah-langkah terencana yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu, khususnya dalam pengelolaan lembaga pendidikan. Menurut Suyanto dan Jihad, strategi adalah pendekatan yang dirancang untuk mengarahkan kegiatan institusi agar tujuan yang telah dirumuskan dapat dicapai secara efektif dan efisien. Dalam pendidikan, strategi mencakup kebijakan, metode, serta pendekatan manajerial yang mendukung pencapaian visi dan misi lembaga.⁴

Dalam rangka meningkatkan kuantitas input peserta didik, strategi kepala madrasah menjadi sangat penting sebagai bentuk respon terhadap tantangan eksternal seperti persaingan antar lembaga pendidikan, serta perubahan sosial masyarakat.

Manajemen strategik adalah proses formulasi, implementasi, dan evaluasi keputusan strategis yang digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang lembaga. David menjelaskan bahwa manajemen strategik merupakan seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan

³ Imran, Ilyas, *et al.*, eds., *Manajemen Strategi* (Sumatera Barat: CV AZKA PUSTAKA: 2023), 2.

⁴ Suyanto & Asep J., *Menjadi Guru Profesional: Strategi Meningkatkan Kualitas Guru di Era Global*. (Jakarta: Erlangga: 2013).

lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Dalam konteks madrasah, manajemen strategik menjadi pendekatan penting dalam merespon perubahan eksternal dan mengarahkan lembaga agar tetap eksis dan berkembang.

Kebijakan bisnis di sisi lain, umumnya berorientasi pada manajemen dan cenderung melihat ke dalam dan lebih menekankan pada integrasi yang tepat dari banyak aktivitas fungsional di dalam perusahaan. Kebijakan bisnis lebih berfokus pada penggunaan aset perusahaan secara efisien. Dengan demikian kebijakan bisnis lebih menekankan pada perumusan arah umum yang dapat digunakan untuk mencapai misi dan tujuan perusahaan dengan lebih baik.

Dengan semakin kreatif dalam memecahkan masalah, maka semakin rendah tingkat kesalahan yang mungkin timbul di masa mendatang dan hal ini akan menguntungkan pembuat keputusan. *Strategic thinking* membutuhkan beberapa tahapan, yaitu :

- (a) Identifikasi masalah. Pada tahap awal ini diharapkan mampu mengidentifikasi masalah dengan melihat gejala yang ada.
- (b) Mengelompokkan masalah. Pada tahap ini diharapkan kita dapat mengelompokkan masalah sesuai dengan sifatnya sehingga mudah untuk dipecahkan.
- (c) Proses abstraksi. Pada tahap ini diharapkan kita mampu menganalisis masalah dengan mencari faktor penyebabnya. Oleh karena itu, maka kita dituntut untuk lebih berhati-hati untuk dapat mengembangkan suatu metode penyelesaian.

- (d) Penentuan metode/cara penyelesaian pada tahap ini diharapkan kita dapat menentukan metode yang paling tepat untuk memecahkan masalah.
- (e) Perencanaan implementasi. Pada tahap akhir ini, kita dituntut untuk dapat menerapkan metode yang telah ditetapkan.

Dua aspek yang harus dilihat secara internal adalah perbedaan kompetensi dan secara eksternal merupakan faktor kunci keberhasilan. Setelah strategi ditetapkan, langkah selanjutnya dalam model adalah mengevaluasi dan memilih strategi terbaik. Kerangka evaluasi menggunakan konsistensi, kesesuaian, keunggulan, dan kelayakan.

Prinsip utama sekolah perencanaan sesuai dengan perkembangan pendidikan manajemen dan bisnis besar serta praktik pemerintah seperti prosedur formal, pelatihan formal, dan analisis formal. Strategi yang dijadikan pedoman oleh perancang yaitu departemen khusus perencanaan strategis dengan akses langsung ke kepala eksekutif.

2. Peran Kepala Madrasah dalam Manajemen Pendidikan

Kepala madrasah memiliki posisi sentral sebagai pemimpin yang bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas pendidikan di madrasah. Mulyasa menyatakan bahwa kepala sekolah/madrasah adalah pemimpin pendidikan yang tidak hanya bertindak sebagai administrator, tetapi juga sebagai motivator, inovator, dan manajer profesional. Dalam menjalankan perannya, kepala

madrasah harus memiliki kemampuan manajerial, kepemimpinan transformasional, serta komunikasi interpersonal yang baik.⁵

Kepala madrasah dituntut untuk mampu menciptakan program-program strategis yang mendukung peningkatan daya tarik lembaga, membangun jejaring dengan masyarakat, dan memperkuat branding madrasah di tengah masyarakat.

Manajemen pendidikan dengan pendekatan POAC, Manajemen pendidikan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya pendidikan untuk mencapai tujuan pendidikan secara efektif dan efisien. Salah satu pendekatan klasik yang digunakan dalam manajemen adalah pendekatan POAC yang terdiri atas:

a. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan langkah awal yang sangat penting dalam manajemen pendidikan. Kepala madrasah perlu menyusun perencanaan strategis terkait upaya peningkatan input peserta didik. Perencanaan ini mencakup analisis situasi, identifikasi tantangan eksternal seperti kompetisi antar sekolah, serta penyusunan program kerja penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang realistis dan terukur.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

⁵ Mulyasa, E. (2009). *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Setelah perencanaan dibuat, tahap selanjutnya adalah pengorganisasian, yaitu proses mengatur sumber daya manusia, sarana, dan informasi agar seluruh program berjalan sesuai rencana. Kepala madrasah perlu membentuk tim PPDB, membagi tugas, dan menetapkan koordinasi antar bagian. Pengorganisasian yang baik memastikan tidak adanya tumpang tindih tugas dan memperkuat sinergi antar unit kerja di madrasah.

c. *Actuating* (Pelaksanaan/Pengarahan)

Pelaksanaan adalah tahap implementasi dari rencana yang telah disusun. Kepala madrasah berperan sebagai pemimpin yang menggerakkan seluruh unsur madrasah, termasuk guru, komite, dan alumni untuk berkontribusi dalam kegiatan promosi dan rekrutmen peserta didik. Di tahap ini, motivasi dan komunikasi menjadi elemen penting untuk menjaga semangat kerja tim.

d. *Controlling* (Pengawasan dan Evaluasi)

Pengawasan dilakukan untuk memastikan seluruh program berjalan sesuai dengan rencana, serta untuk mengidentifikasi hambatan yang mungkin muncul. Evaluasi terhadap hasil PPDB tahun-tahun sebelumnya juga dapat dijadikan dasar perbaikan strategi ke depan.

Menurut G.R. Terry, pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standard, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bila mana perlu melakukan perbaikan - perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan

standard (ukuran).⁶ Pendekatan POAC ini memberikan kerangka kerja yang sistematis dalam manajemen pendidikan, dan sangat relevan diterapkan oleh kepala madrasah dalam menyusun strategi peningkatan input peserta didik.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa kepala madrasah sebagai pemimpin organisasi harus memiliki kredibilitas yang tinggi dan mempunyai strategi yang tinggi dan strategi kepemimpinan tertentu, kepala madrasah memiliki peran strategis dan sentral dalam manajemen pendidikan, baik sebagai administrator, motivator, inovator, maupun manajer profesional.

Untuk mencapai keberhasilan pendidikan di madrasah, kepala madrasah harus mampu menerapkan pendekatan manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) secara efektif. Selain itu, kepala madrasah juga dituntut memiliki kredibilitas tinggi, kepemimpinan yang kuat, kemampuan beradaptasi, serta mendorong budaya mutu dan kerja sama yang demokratis. Keberhasilan madrasah pada akhirnya sangat bergantung pada efektivitas peran dan strategi kepemimpinan kepala madrasah itu sendiri.

3. Peningkatan Kuantitas

Perkembangan saat ini seperti kompetisi dalam dunia pendidikan sangat sengit, oleh karenanya *customer satisfaction* kunci berhasilnya suatu lembaga pendidikan dalam bersaing. Dalam hal ini memuaskan konsumen adalah sesuatu yang harus dilakukan dan dipenuhi oleh produsen. Ada pendapat dari Tjiptono

⁶ Rifaldi, D.S., Nuri Aslami, "Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry", *Manajemen Kreatif Jurnal*, Vol.1(no.3) 2023.

yang mengatakan, *customer satisfaction* adalah kunci untuk produsen, yang mana itu merupakan kesetiaan dari konsumen maksudnya dengan adanya konsumen yang setia dengan produk kita merupakan aset penting untuk produsen agar mampu menambah jumlah pelanggan di perusahaan.⁷

Pada perkembangan digital seperti saat ini yang dihadapi oleh para produsen yaitu persaingan yang sangat sengit antar produsen satu dengan yang lain. Sama halnya dalam dunia pendidikan, persaingan antar satu lembaga dengan lembaga yang lain. Realita yang harus dihadapi mengenai pemasaran yang modern ini para rival yang semakin kreatif dan berinovasi membuat suatu perusahaan harus berjuang lebih giat lagi.

Dalam dunia bisnis, keberlangsungan perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan dalam menjalin relasi yang luas dengan konsumen. Hal yang sama dapat diadopsi dalam dunia pendidikan, khususnya dalam konteks strategi kepala madrasah untuk meningkatkan kuantitas input peserta didik. Dua strategi utama yang sering digunakan dalam manajemen relasi konsumen, yakni menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) serta membangun kesetiaan pelanggan (*consumer loyalty*), dapat diadaptasi oleh madrasah sebagai pendekatan dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan calon peserta didik dan orang tua mereka.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas tentang peningkatan kuantitas, penulis merumuskan bahwa pengertian peningkatan kuantitas adalah suatu cara

⁷ *Ibid* hal. 9

atau proses dalam menambah jumlah banyaknya suatu benda dan individu. Dalam hal ini pada peningkatan jumlah peserta didik yang ada di MI Muhammadiyah Nunu Palu.

a) Menciptakan Nilai dan Kepuasan *Stakeholder*

Nilai dan kepuasan dalam konteks pendidikan berkaitan erat dengan bagaimana persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan madrasah. Menurut Kotler dan Keller, *customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja produk (atau hasil) dengan harapan mereka. Jika madrasah mampu memberikan layanan pendidikan yang melebihi harapan masyarakat, maka akan timbul rasa puas yang berujung pada rekomendasi positif dan peningkatan jumlah peserta didik.

Interaksi yang baik dan berkelanjutan antara madrasah dan orang tua siswa juga menjadi faktor penting. Kegiatan seperti *parenting class*, silaturahmi wali murid, serta pelaporan berkala terhadap perkembangan siswa akan memperkuat ikatan emosional dan meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga.

b) Membangun Loyalitas dan Mempertahankan *Stakeholder*

Kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pendidikan akan membentuk loyalitas. Loyalitas ini tidak hanya tercermin dalam keberlanjutan anak bersekolah di madrasah, tetapi juga dalam bentuk rekomendasi kepada orang lain. Beberapa manfaat dari kepuasan dan loyalitas orang tua siswa antara lain:

- 1) Terjalin interaksi yang baik dan produktif antara madrasah dan masyarakat.

- 2) Memberikan kesan positif yang mendorong orang tua untuk menyekolahkan anak-anak lainnya di madrasah tersebut.
- 3) Munculnya efek promosi dari mulut ke mulut yang kuat karena orang tua akan menganjurkan madrasah kepada lingkungannya.

Maka dari itu, kepala madrasah perlu menganalisis dan mengevaluasi tingkat kepuasan orang tua serta merancang strategi pelayanan pendidikan yang unggul untuk mempertahankan loyalitas mereka.

c) Kolaborasi dan Kemitraan Strategis

Salah satu strategi tambahan yang penting untuk meningkatkan kuantitas peserta didik adalah menjalin kemitraan dengan lembaga TK (Taman Kanak-kanak). Melalui kerja sama ini, madrasah dapat melakukan sosialisasi program unggulan secara langsung kepada guru, peserta didik, dan orang tua TK. Bentuk kerja sama ini dapat berupa kegiatan bersama seperti kunjungan edukatif (*school visit*), lomba anak-anak, pelatihan guru, maupun seminar parenting.

Kemitraan ini akan menjadi jembatan promosi yang efektif dan membangun citra positif madrasah sejak dini. Selain itu, madrasah dapat memetakan potensi calon peserta didik dari berbagai TK mitra, sehingga strategi rekrutmen peserta didik menjadi lebih terarah.

4. Input Peserta Didik

Peserta didik adalah orang yang mempunyai pilihan untuk menempuh ilmu sesuai dengan cita-cita dan harapan masa depan. Peserta didik adalah orang/individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat,

minat, dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya.⁸

Dalam sistem pendidikan, input merupakan salah satu komponen penting dalam proses pembelajaran. Menurut Sudjana, input pendidikan mencakup semua masukan yang mempengaruhi proses pendidikan, termasuk di dalamnya peserta didik, tenaga pendidik, kurikulum, dan sarana prasarana. Input peserta didik dalam konteks ini merujuk pada jumlah peserta didik baru yang mendaftar pada satuan pendidikan tertentu setiap tahun ajaran.

Jumlah input peserta didik dapat menjadi indikator keberhasilan lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat. Meningkatnya jumlah peserta didik baru dapat mencerminkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga tersebut.

Setiap peserta didik pada setiap satuan pendidikan berhak:

1. Mendapatkan pendidikan agama sesuai dengan agama yang dianutnya dan diajarkan oleh pendidik yang seagama;
2. Mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya;
3. Mendapatkan beasiswa bagi yang berprestasi yang orang tuanya tidak mampu membiayai pendidikannya;

⁸ Imanuddin Hasbi, *et al.*, eds., *Perkembangan Peserta Didik (Tinjauan Teori Dan Praktis)*,

(Bandung: Cv Widina Media Utama, 2021), 10.

4. Mendapatkan biaya pendidikan bagi mereka yang orang tuanya tidak mampu membiayai pendidikannya;
5. Pindah ke program pendidikan pada jalur dan satuan pendidikan lain yang setara;
6. Menyelesaikan program pendidikan sesuai dengan kecepatan belajar masing-masing dan tidak menyimpang dari ketentuan batas waktu yang ditetapkan.

Setiap peserta didik berkewajiban :

1. Menjaga norma-norma pendidikan untuk menjamin keberlangsungan proses dan keberhasilan pendidikan;
2. Ikut menanggung biaya penyelenggaraan pendidikan, kecuali bagi peserta didik yang dibebaskan dari kewajiban tersebut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penerimaan peserta didik baru merupakan program tahunan yang dilaksanakan diberbagai jenjang dan jenis satuan pendidikan. Rekrutmen peserta didik disebuah sekolah pada hakikatnya adalah proses pencarian, menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk dijadikan peserta didik di lembaga pendidikan yang bersangkutan.

Peserta didik bisa dikatakan adalah orang/individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan minat dan bakat, serta kemampuannya agar

tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya.

Peserta didik merupakan salah satu dari komponen pendidikan yang penting dan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pendidikan. Tanpa peserta didik, kegiatan belajar mengajar tidak akan ada dan pendidikan tidak akan terjadi. Sebagai salah satu komponen pendidikan, peserta didik mendapat perhatian yang serius dari para ahli pendidikan. Untuk mencapai tujuan pengajaran dalam pendidikan peserta didik harus diperlakukan sebagai subjek dan objek.

Peserta didik bisa dikatakan manusia yang belum dewasa, oleh karenanya ia membutuhkan pengajaran, pelatihan, dan arahan dari manusia dewasa atau dengan bahasa yang lebih teknis bimbingan dari pendidik, dengan tujuan untuk mengantarkannya menuju suatu pematangan diri. Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional (Sisdiknas) “Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu”.⁹

Maka dari keterangan tersebut amat sangat jelas terlihat peserta didik itu maknanya tidaklah hanya dalam tataran pendidikan formal saja, juga tidak memberi batasan usia, dan bahkan tekanannya sangat majemuk dengan tidak melihat bentuk perbedaan karena mengacu pada sebuah kesadaran akan kemajemukan bangsa Indonesia itu sendiri.

⁹ *Ibid* hal. 9

Namun yang terpenting dalam pengertian itu adalah “Berusaha mengembangkan potensi”, yang artinya lewat pendidikan atau proses pembelajaran yang terarah dan positif diharapkan dapat mengoptimalkan potensi para peserta didik itu, baik dalam wilayah pendidikan formal, non formal maupun informal dan juga pada tataran jenis dan bentuk pendidikannya.

Penentuan mengenai jumlah peserta didik, tentu juga ditentukan atas kenyataan-kenyataan yang ada di sekolah (faktor kondisional sekolah) faktor kondisional tersebut meliputi:

1. Daya tampung kelas baru,
2. Kriteria mengenai siswa yang dapat diterima,
3. Anggaran yang tersedia,
4. Sarana dan prasarana yang ada,
5. Tenaga kependidikan yang tersedia,
6. Jumlah peserta didik yang tinggal di kelas satu, dan lain-lain.
7. Sistem dalam menerima peserta didik, sistem yang dimaksudkan disini lebih menunjukkan kepada cara.

Ada dua macam sistem dalam menerima peserta didik baru:

- 1) Dengan menggunakan sistem promosi. Sistem promosi adalah penerimaan peserta didik yang sebelumnya tanpa menggunakan seleksi. Saat pendaftaran peserta didik tidak ada yang ditolak.

- 2) Dengan menggunakan seleksi, sistem seleksi dapat digolongkan menjadi tiga macam, yakni seleksi berdasarkan daftar nilai ujian akhir nasional, berdasarkan penelusuran minat dan kemampuan, dan seleksi berdasarkan hasil tes masuk.

8. Kriteria dalam menerima peserta didik

Kriteria adalah patokan-patokan yang menentukan bisa atau tidaknya seseorang diterima sebagai peserta didik baru. Ada tiga macam kriteria penerimaan peserta didik:

- 1) Kriteria acuan patokan yaitu suatu penerimaan peserta didik yang didasarkan atas patokan-patokan yang ditentukan sebelumnya oleh pihak sekolah,
- 2) Kriteria acuan norma yaitu status penerimaan calon peserta didik yang didasarkan atas keseluruhan prestasi peserta didik yang mengikuti seleksi,
- 3) Kriteria yang didasarkan atas daya tampung sekolah . sekolah meranking prestasi peserta didik mulai yang paling tinggi sampai prestasi yang paling rendah sampai daya tampung tersebut terpenuhi.

9. Prosedur dalam menerima peserta didik

Langkah-langkah penerimaan siswa baru secara garis besar dapat ditentukan sebagai berikut:

- 1) Menentukan panitia,
- 2) Menentukan syarat-syarat penerimaan,
- 3) Mengadakan pengumuman, menyiapkan soal-soal tes untuk seleksi dan menyiapkan tempatnya,
- 4) Melaksanakan penyaringan melalui tes tertulis maupun tes lisan,
- 5) Mengadakan pengumuman penerimaan,
- 6) Mendaftar kembali calon siswa yang diterima,
- 7) Melaporkan hasil pekerjaan kepada kepala sekolah¹⁰

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas mengenai peserta didik penulis menyimpulkan bahwa peserta didik adalah orang/individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan dengan kegiatan belajar agar dapat berkembang dengan baik.

5. Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, mengkoordinir, mengendalikan serta mengawasi kegiatan dalam suatu organisasi agar tercapai suatu tujuan organisasi secara efektif dan efisien.¹¹

¹⁰ M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik", *Manajemen Pendidikan Islam*, No. 2 (2018), 7.

¹¹ George R. Terry dan Leslie.W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), 9

Pemasaran seringkali hanya dipahami sebagai sekedar aktifitas penjualan, pengiklanan, atau *public relations*. Ketika berbicara mengenai pemasaran, terbayang-bayang dikepala kita hanya mengenai aktifitas para sales *girl* menawarkan barang dagangan, proses jual beli di toko atau di pasar, bombardir iklan di TV atau radio, iklan dengan gambar cantik dan menarik dimajalah dan surat kabar, para pejabat *public relation* yang sibuk menjawab dan membela diri di majalah dan surat kabar.

Belum banyak orang yang paham mengenai kegiatan marketing, bukan hanya kegiatan berupa *selling, advertisement, and public relation*, kegiatan-kegiatan marketing lainnya; mencari yang dibutuhkan pelanggan, observasi pasar dan sasaran, mengembangkan produk, menetapkan harga, dan pendistribusian. Jika seorang produsen mampu memahami dan memilah yang dibutuhkan dari pelanggan, produk yang dikembangkan sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan, penetapan harga yang terjangkau serta pendistribusian yang tepat dan memasarkan dengan menarik maka akan terjadi penjualan sesuai target. Penjualan hanya salah satu kegiatan yang ada dalam suatu pemasaran.

Ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan pelanggan. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang-barang atau jasa sebelum sampai ke tangan pelanggan. Ruang lingkup yang luas itu kemudian dapat disederhanakan menjadi 4 aktivitas penting yang sering disebut 4P dalam strategi pemasaran pertama kali diperkenalkan oleh E. Jerome McCarthy:

1. *Product* berkenaan dengan penentuan barang atau jasa yang ditawarkan dengan tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. *Price* berkenaan dengan penentuan harga jual barang atau jasa yang sesuai dengan mutu produk dan dapat diperoleh oleh pelanggan.
3. *Place* berkenaan dengan penentuan proses pendistribusian produk sehingga sampai ke tangan pelanggan. *Place* juga berkenaan dengan tata letak dan lingkungan dari perusahaan, dalam hal ini tata letak dan lingkungan dari lembaga pendidikan tersebut.
4. *Promotion* berkenaan dengan penentuan kebijakan mempromosikan secara maksimal sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan. *Promotion* salah satu interaksi dalam marketing yang melakukan suatu usaha memperluas informasi, memberi pengaruh/persuasif dan mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan jasa layanannya supaya sanggup menerima, memberi dan setia terhadap produk yang ditawarkan lembaga tersebut.¹²

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia yang tidak lepas dari pasar. Kegiatan manusia yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan melalui proses pertukaran inilah disebut dengan pemasaran. Bisa disimpulkan bahwa pemasaran ialah segala aktivitas yang berkenaan dengan kepuasan melalui beberapa faktor seperti mengembangkan produk, mencari pelanggan, komunikasi, pendistribusian, menetapkan harga dan

¹² Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV SAH MEDIA, 2019), 148

pelayanan. Aktor dari kegiatan pemasaran adalah para penjual dan seluruh komponen yang melakukan kegiatan pemasaran.

Manajemen pemasaran memiliki tugas untuk memberi pengaruh kemajuan, masa serta jenis permintaan guna mendukung organisasi memperoleh tujuan yang diinginkan. *Marketing management* bukan hanya mencari dan meningkatkan permintaan namun juga menyangkut pengubahan dan pengurangan permintaan produk.

Terdapat beberapa keadaan permintaan dan tugas-tugas yang harus dilakukan manajemen pemasaran sebagai berikut:

- 1) Permintaan Negatif (*Negative Demand*); dapat terjadi jika sebagian besar/konsumen menghindari suatu produk tertentu. Misalnya minuman atau makanan yang mengandung glukosa bagi manusia diabetes akan menghindari produk semacam itu dan lain-lain. Orang yang memasarkan harus menganalisis mengapa produk tidak disukai serta apakah rencana marketing mampu mengalihkan keyakinan serta perilaku pasar dengan cara merancang ulang barang atau jasa, harga yang lebih bersahabat dan promosi yang lebih positif.
- 2) Tidak Ada Permintaan (*No Demand*); terjadi jika pasar/pelanggan yang menjadi sasaran belum mengenal atau produk yang ditawarkan kurang menarik. Misalnya umat islam kurang minat menabung dan melakukan pembiayaan di Bank Syariah. Suatu kelompok masyarakat yang tidak tertarik pada asuransi kesehatan. Tugas pemasar adalah *creatd demand*,

yaitu menemukan cara untuk menghubungkan manfaat produk dengan kebutuhan dan minat pasar.

- 3) Permintaan Terpendam (*Latent Demand*); terjadi jika banyak konsumen memiliki hasrat yang kuat akan sesuatu yang tidak terpuaskan oleh produk yang ada. Misalkan transportasi yang irit bahan bakar, alat transportasi yang nyaman, makanan dan minuman yang tidak mengandung zat berbahaya. Tugas pemasar adalah devolep demand yaitu dengan cara mengukur potensi pasar dan mengembangkan barang dan jasa yang efektif yang akan memengaruhi permintaan yang terpendam tersebut.
- 4) Permintaan yang Berkurang (*Reduced Demand*); terjadi jika pasar sudah jenuh terhadap suatu produk barang maupun jasa tertentu. Pasar yang jenuh bisa jadi karena munculnya pesaing yang menghasilkan produk yang sejenis atau sasaran pasar diambil oleh pesaing. Yang dilakukan produsen ialah mengembalikan permintaan produk yang menurun melalui inovasi produk, berupa peningkatan kualitas produk, kemasan, merk dan lain-lain.
- 5) Permintaan Tidak Teratur (*Ireguler Demand*); terjadi bila kantor mengalami permintaan yang tidak stabil dan berfluktuasi secara musiman, harian, bahkan setiap jam yang berakibat pada kelebihan atau kekurangan kapasitas. Sebut saja jasa pegadaian kelebihan permintaan di waktu-waktu tertentu, sedangkan dalam waktu yang lain *demand* menurun, dan lain-lain.
- 6) Permintaan Penuh (*Full Demand*); terjadi jika kondisi sedang baik, maka perusahaan menghadapi permintaan yang sesuai dengan harapan dan

kapasitas produksi yang dimilikinya. Tugas pemasar adalah menjaga tingkat permintaan yang ada sekarang dalam menghadapi berubahnya preferensi konsumen dan ketatnya persaingan. Disini kantor harus senantiasa menjaga mutu produk dan selalu mengukur tingkat kepuasan konsumen.

- 7) Permintaan Berlebih (*Overfull Demand*); adakalanya perusahaan atau organisasi mengalami permintaan melebihi kapasitas produksi seperti permintaan BBM bersubsidi melebihi maksimum yang disediakan pemerintah. Tugas pemasar yaitu mengurangi *demand* hingga kuantitas yang di produksi oleh produsen.
- 8) Permintaan Produk yang tidak berfaedah (*Unwholsome Demand*); produk yang tidak berfaedah dalam mengonsumsinya akan mengalami penurunan, misalnya konsumsi yang memabukkan, narkoba. Yang harus dilakukan pemasar ialah mengusahakan memberikan pesan moral melalui organisasi yang dibentuk untuk kampanye non komersial supaya pelanggan senang produk tersebut tidak lagi mengkonsumsinya.¹³

C. Kerangka Pemikiran

1. Realitas Persaingan Lembaga Pendidikan

Lembaga pendidikan menghadapi kompetisi yang tinggi, menuntut keunikan dan strategi khusus untuk menarik peserta didik.

¹³ Satriadi, Tubel Agusven, dkk. *Manajemen Pemasaran*. (Batam: CV. Rey Media Grafika. 2022).

2. Peran Kepala Madrasah

Kepala madrasah memiliki peran sentral dalam merumuskan dan melaksanakan strategi pemasaran pendidikan agar lembaga tetap diminati masyarakat.

3. Manajemen Pemasaran dalam Pendidikan

Konsep manajemen pemasaran diaplikasikan dalam bentuk strategi seperti promosi, peningkatan mutu layanan, dan membangun citra positif madrasah.

4. Strategi Peningkatan Kuantitas Input

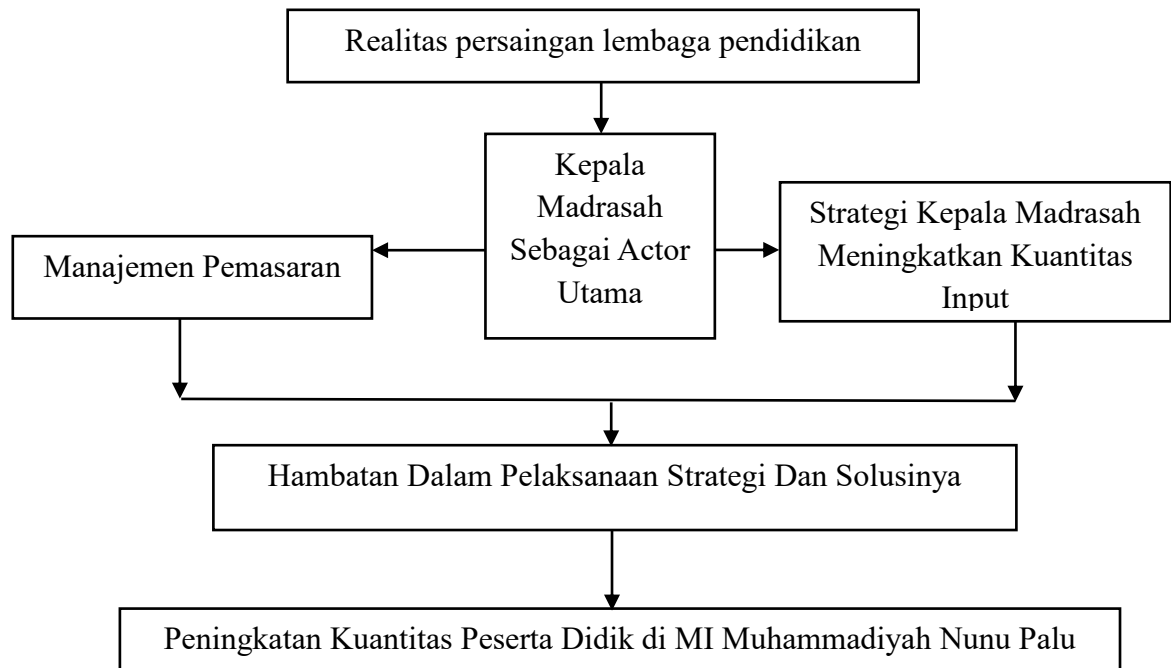
Strategi kepala madrasah meliputi promosi, pelayanan yang unggul, kerja sama dengan masyarakat, serta perbaikan berkelanjutan.

5. Hambatan dan Solusi

Dalam proses pelaksanaan strategi tersebut, kepala madrasah menghadapi berbagai hambatan yang memerlukan solusi inovatif dan adaptif.

6. Tujuan Akhir

Meningkatkan jumlah peserta didik sebagai bentuk keberhasilan strategi kepala madrasah yang terintegrasi dalam sistem manajemen pemasaran lembaga pendidikan.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat di amati dari subjek itu sendiri. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak di peroleh melalui statistik atau bentuk hitungan lainnya.¹⁴

Menurut Sukmadinata, penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dan orang secara individual maupun kelompok. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasa dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen.

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan data informasi yang berdasarkan dengan kenyataan (Fakta) yang diperoleh dilapangan. Penelitian deskriptif sendiri merupakan penelitian yang paling dasar. Di tunjukkan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat ilmiah ataupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaannya dengan fenomena lain.

¹⁴ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, (cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2022), 33.

Deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengembangkan teori yang dibangun melalui data yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi kepala sekolah dalam peningkatan jumlah atau kuantitas peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di MI Muhammadiyah Nunu Palu yang terletak di Jalan Kalora no 212 Kel. Nunu Palu, tepatnya di Kelurahan Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu. Alasan penulis memilih lokasi ini karena, penulis pernah melakukan kegiatan magang di Mi Muhammadiyah Nunu Palu. Dan penulis ingin mengetahui bagaimana penerapan strategi kepala sekolah/madrasah dalam peningkatan kuantitas peserta didik dalam manajemen pemasaran di Mi Muhammadiyah Nunu Palu, yang dimana penerapannya dapat menambah atau mengubah kuantitas/jumlah peserta didik.

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis bertindak sebagai pengumpulan data dan pengamat partisipan. Sebagai pengumpul data, peneliti bertindak langsung menghubungi sumber-sumber yang sedianya dapat memberikan informasi penulis butuhkan. Dengan demikian berarti penulis termasuk dalam instrument atau alat dalam penelitian ini.

Adapun penulis sebagai pengamat partisipan, peneliti bertindak hanya sebagai pengamat sementara terhadap aktivitas-aktivitas tertentu dari objek penelitian, olehnya dalam mengamati objek penulis dibantu oleh instrumen-

instrumen penelitian termasuk didalamnya pedoman observasi. Interaksi dengan objek penelitian menjadi kunci utama untuk menemukan/menyaring informasi yang dibutuhkan.

Penelitian kualitatif menurut kehadiran penulis dilokasi penelitian harus maksimal, sehingga upaya untuk mengumpulkan data yang akurat dapat tercapai. Sebelum penelitian dilakukan terlebih dahulu peneliti meminta izin kepada kepala MI Muhammadiyah Nunu Palu dengan memperlihatkan surat izin melakukan penelitian yang dikeluarkan oleh Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Hal ini dimaksudkan agar kehadiran penulis dilokasi penelitian dapat diterima dengan resmi oleh pihak madrasah sehingga pelaksanaan penelitian dapat berjalan dengan lancar dan data yang diperoleh lebih akurat dan valid.

D. Data dan Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data *primer* dan data *sekunder*.

1. Data *Primer*, yaitu: data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Sumber data yang dimaksudkan adalah para informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data *primer* ini antara lain : catatan hasil wawancara, hasil observasi lapangan dan data melalui informan.
2. Data *Sekunder*, yaitu: data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini

digunakan untuk mendukung informasi *primer* yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, *literature*, penelitian terdahulu buku, dan lain sebagainya.

Sumber data *primer* pada penelitian ini adalah berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, berdasarkan hasil observasi pada penelitian ini peneliti memperoleh data visi-misi, madrasah, jumlah guru, sarana dan prasarana dan struktur organisasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data *primer*, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta dan wawancara mendalam. Prosedur pengumpulan data dapat juga diartikan sebagai suatu usaha untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian adalah:

1. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan pengamatan, atau pengawasan Mohammad Nazir mendefinisikan observasi sebagai "pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Metode pengumpulan data dengan observasi yaitu teknik pengumpulan data digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan observasi partisipan dimana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan mencari informasi yang terjadi dilapangan. Alasan peneliti menggunakan observasi partisipan yaitu agar peneliti memperoleh informasi dan data yang diharapkan dapat mendeskripsikan mengenai strategi kepala madrasah meningkatkan kuantitas input peserta didik pada manajemen pemasaran di MI Muhammadiyah Nunu Palu.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara metode pengumpulan data dengan tanya jawab yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Menurut sugiyono, wawancara semi terstruktur adalah wawancara dimana subjek yang diteliti bisa memberikan jawaban yang bebas dan tidak dibatasi, akan tetapi subjek yang diteliti tidak boleh keluar alur dari tema yang sudah ditentukan.

Teknik wawancara ini dilakukan dengan melalui wawancara mendalam yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui kontak komunikasi interaktif dalam bentuk tatap muka antara peneliti dan informan. Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang efektif dan efisien. Data tersebut berbentuk tanggapan, pendapat, keyakinan dan hasil pemikiran tentang segala sesuatu yang dipertanyakan. Adapun yang menjadi narasumber

atau informan pada penelitian ini, yaitu kepala madrasah, guru dan tenaga kependidikan MI Muhammadiyah Nunu Palu.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian yang berasal dari data yang berbentuk arsip (dokumen), karena dokumen merupakan sumber data yang berupa bahasa tertulis foto atau dokumen elektronik. . Metode dokumentasi bermanfaat dalam melengkapi hasil pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Data yang diperoleh berupa struktur organisasi, sarana prasarana personalia, dan data lain.³

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini adalah menggambarkan tahapan strategi yang di lakukan kepala madrasah dalam peningkatan kuantitas input peserta didik di Mi Muhammadiyah Nunu Palu.

Berdasarkan data tersebut, proses analisa penelitian dilakukan dengan observasi dan menelaah data dengan menggunakan langkah-langkah menurut Miles dan Huberman, diantaranya sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

³ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67.

Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data dilokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

2. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan akhir dari di verifikasi.

3. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan mengelompokkan data yang telah direduksi. Pengelompokkan data dilakukan dengan menggunakan label atau lainnya.

4. Penarikan kesimpulan (verifikasi)

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih di khususkan pada penafsiran data yang telah disajikan.⁴

G. Pengecekan Keabsahan Data

Penelitian ini membutuhkan beberapa cara untuk meningkatkan keabsahan data penelitian kualitatif agar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan dapat di buktikan keabsahannya. Menurut Lexy J. Moleong, dalam penelitian kualitatif ini memakai 3 macam kriteria keabsahan, yaitu:

⁴ Wahidmurni, Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif, (2017)

1. Kepercayaan (*Credibility*)

Kredibilitas data dimaksudkan untuk menimbulkan data yang berhasil di kumpulkan sesuai dengan sebenarnya, ada beberapa teknik untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

2. Kebergantungan (*Dependability*)

Kriteria ini digunakan untuk menjaga kehati-hatian akan terjadinya kemungkinan kesalahan dalam pengumpulan dan menginterpretasikan data sehingga data dapat dieprtanggung jawabkan secara ilmiah. Kesalahan sering dilakukan penulis karena keterbatasan pengalaman, waktu, dan pengetahuan.

3. Kepastian (*Corfirmability*)

Kriteria ini digunakan untuk menilai hasil penelitian yang dilakukan dengan cara mengecek data dan informasi secara interpretasi hasil penelitian didukung oleh materi yang ada.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MI Muhammadiyah Nunu

1. Sejarah MI Muhammadiyah Nunu

Pimpinan cabang Muhammadiyah (PCM) Nunu sebagai PCM Istimewa yang didirikan pada tanggal 03 Februari 2002, PCM Nunu sebelumnya adalah PCM Palu Selatan yang diresmikan pada tanggal 12 Maret 1969 yang mana pada saat itu ketua/sekertarisnya adalah Alm. Bapak Harun 1. Laba dan Alm. Bapak Husain Gisi, selang 8 tahun berdirinya Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) Sulawesi Tengah pada tahun 1962. Pada tanggal 08 Oktober 1987 musyawarah cabang pertama PCM Palu Selatan, sebagai ketua/sekretaris adalah alm. Bapak Husain Gisi dan Dewa Tarante. Tanggal 01 Maret 1992 musyawarah kedua. Tanggal 20 Januari 2002 musyawarah cabang Palu selatan ketiga.

Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu adalah salah satu sekolah dasar dibawah naungan Kementerian Agama Kota Palu didirikan sejak tahun 1986, atas inisiatif dan kerja masyarakat Kelurahan Nunu Kecamatan Palu Barat (sekarang Kecamatan Tatanga). Pendiri madrasah ini adalah Ustadz Husain Gisi, B. A. beliau memimpin madrasah ini sejak tahun 1986-1990. Pada tahun 1986 gedung sekolah hanya memiliki 3 ruang kelas saja, sarana dan prasarannya pun masih mendapat bantuan dari masyarakat seperti kursi, meja dan papan tulis.

2. Visi, Misi dan Tujuan MI Muhammadiyah Nunu

Visi dari MI Muhammadiyah Nunu adalah “TERWUJUDNYA PESERTA DIDIK YANG SEHAT, CERDAS, KOMPETITIF, DAN PEDULI LINGKUNGAN BERLANDASKAN IMTAQ DAN IPTEK”

Indikator Visi:

1. Unggul dalam kebersihan dan kesehatan lingkungan
2. Unggul dalam memperoleh nilai US dan UM
3. Unggul dalam kompetisi kreativitas siswa
4. Unggul dalam kompetisi keagamaan
5. Unggul dalam budi pekerti
6. Unggul dalam pembelajaran berbasis IPTEK
7. Unggul dalam kompetisi bidang olahraga dan seni

Adapun misi dari MI Muhammadiyah Nunu adalah “MENGEMBANGKAN SUMBER DAYA SECARA MAKSIMAL DALAM RANGKA MEMPERSIAPKAN PESERTA DIDIK DI ERA LITERASI GLOBAL”

Indikator Misi:

1. Melaksanakan 7-K yaitu keamanan, kebersihan, ketertiban, keindahan, kekeluargaan, kerindangan dan kesehatan untuk mewujudkan Madrasah Adiwiyata.
2. Meningkatkan mutu lulusan yang mempunyai daya saing tinggi
3. Mengembangkan potensi setiap individu

4. Mengembangkan kepriadian peserta didik yang berkarakter
5. Menciptakan lingkungan pembelajaran yang kondisi dan agamis
6. Mengembangkan pembelajaran berbasis TIK
7. Membekali peserta didik dengan keterampilan, olahraga, seni bela diri dan seni budaya lokal

Kemudian selanjutnya tujuan dari MI Muhammadiyah Nunu yaitu:

1. Mewujudkan madrasah yang peduli dan berbudaya lingkungan atau madrasah adiwiyata.
2. Mewujudkan mutu akademik dan non akademik di atas kriteria ketuntasan minimal berdasarkan standar nasional pendidikan.
3. Meningkatkan kemampuan penelitian sederhana sesuai dengan pengembangan mata pelajaran.
4. Terwujudnya suasana komunikasi yang santun berdasarkan pengalaman agama
5. Terwujudnya hubungan harmonis dan dinamis baik dilingkungan madrasah maupun masyarakat
6. Meningkatkan prestasi peserta didik di bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya
7. Terwujudnya prestasi peserta didik di bidang keterampilan, olahraga, seni bela diri dan seni budaya lokal

3. Keadaan MI Muhammadiyah Nunu

Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu yang menjadi objek penelitian ini adalah lembaga pendidikan formal yang berada dibawah naungan Kementerian Agama Kota Palu. Adapun letak MI Muhammadiyah Nunu tersebut adalah di Jln. Kalora No. 212, Kelurahan Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah.

Adapun kultur madrasah

1. Kegiatan Tiga S (Senyum, Sapa, dan Salam)

Budaya tiga S (Senyum, Sapa, dan Salam) di MI Muhammadiyah Nunu merupakan bentuk pendidikan karakter dan penumbuhan budi pekerti kepada semua warga madrasah. Salah satu cara untuk menumbuhkan budaya tiga S bagi warga madrasah adalah melalui kegiatan saling senyum, peserta didik salim kepada guru, dan sapa sehingga rasa kekeluargaan sebagai warga madrasah sangatlah terasa.

2. Bersikap Ramah Dan Santun

Guru selalu mengajarkan peserta didik untuk bersikap ramah dan santun kepada semua orang. Dengan memiliki sikap yang ramah, seseorang dapat membuat Lingkungan sekitarnya menjadi lebih nyaman dan menyenangkan serta mudah diterima diberbagai kalangan. Terlebih lagi, sikap ramah juga dapat membuat seseorang disukai dalam pergaulan.

3. Pelaksanaan Ibadah Bersama

Pelaksanaan ibadah Bersama adalah dilaksanakan dengan tujuan menjalin silaturahmi agar lebih erat. Selain itu, ibadah yang dilakukan bersama atau berjamaah lebih utama 27 derajat dibanding ibadah sendirian.

Hal seperti ini yang dilakukan di MI Muhammadiyah Nunu dengan melaksanakan shalat dzuhur secara berjamaah, sholat dhuha di pagi hari bagi peserta didik kelas IV, V, dan VI.

4. Pengkondisian Awal Belajar

Pengkondisian awal belajar menjadi kegiatan mendasar yang perlu dilakukan sebagai kemampuan guru dalam memfasilitasi kondisi suasana belajar yang aman, nyaman, menyenangkan, alami, agar peserta didik dapat belajar dan mengembangkan potensinya secara maksimal. Sebelum memulai pembelajaran, guru mengajak peserta didik secara bersama-sama untuk membaca surah-surah pendek bagi peserta didik kelas I, II, III dan untuk kelas IV, V, dan VI membaca surah-surah pendek Al-Qur'an serta Asmaul Husna (Nama-nama Allah SWT).

5. Suasana Kelas yang Menyenangkan

Ciri pertama suasana kelas yang menyenangkan adalah peserta didik merasa rileks dan santai. Perasaan santai merupakan hal yang sangat penting yang harus dirasakan oleh peserta didik selama pembelajaran sehingga suasana yang menegangkan bisa kita hindari. Hal seperti ini yang dilakukan oleh guru dalam kegiatan pembelajaran dengan memberikan *ice breaking* secara bervariasi.

6. Anjuran Menjaga Lima K (Kebersihan, Keamanan, Ketertiban, Keindahan, dan Kekeluargaan)

Lingkungan madrasah selalu berupaya menjaga 5K. Kebersihan, peserta didik selalu membersihkan lingkungannya di pagi hari dan selalu

membuang sampah pada tempatnya. Keamanan, keamanan peserta didik dalam belajar dan menuntut ilmu harus tetap terjaga agar tetap nyaman dan aman dalam menuntut ilmu. Ketertiban, menghormati guru, dilarang membuat kegaduhan, mematuhi tugas piket, selalu menggunakan seragam dan atribut sekolah sesuai ketentuan dan rapi. Keindahan, tidak diperbolehkan mencoret dinding, mengotori dan merusak fasilitas sekolah. kekeluargaan, perwujudan nilai kekeluargaan di madrasah adalah dengan saling menghargai satu sama lain, saling menghormati, saling mengasihi, dan tidak memilih-milih teman serta melarang adanya tindakan *bully*/perundungan/penindasan.

7. Upacara Bendera/Apel

Kultur di MI Muhammadiyah Nunu dimulai dengan upacara bendera di hari senin dalam rangka menanamkan jiwa nasionalisme dan kedisiplinan peserta didik. Pelaksanaan upacara bendera di perguruan Muhammadiyah Nunu ini dilakukan oleh tiga madrasah secara bersama yaitu MI Muhammadiyah Nunu, Mts Muhammadiyah Nunu, dan MA Muhammadiyah Nunu. Begitu halnya dengan petugas upacara yang dilakukan secara bergantian oleh peserta didik.

Pada hari-hari berikutnya kebiasaan peserta didik pada pagi hari melakukan apel pagi secara bersama yang didalamnya berisi penyampaian informasi, nasehat oleh Bapak/Ibu guru. Selain itu, peserta didik secara bergantian tiap harinya juga bertugas memberikan inspirasi pagi.

8. Pelaksanaan Disiplin Peserta Didik

Peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu selalu diajarkan tentang nilai kedisiplinan.

9. Pelaksanaan Disiplin Guru dan Tenaga Kependidikan

Pelaksanaan disiplin guru dan tenaga kependidikan di MI Muhammadiyah Nunu yaitu dengan datang ke sekolah tepat waktu, masuk kelas sesuai jadwal mengajar, ikut dalam pelaksanaan upacara bendera, dan kegiatan sekolah lainnya. Ini merupakan contoh kecil sikap dan perilaku guru yang dicontoh peserta didik.

10. Tercipta Suasana yang Tenang dan Nyaman

Suasana lingkungan yang tenang dan nyaman di MI Muhammadiyah Nunu mendukung konsentrasi dan fokus belajar peserta didik. Ruang kelas yang bersih dan teratur, kelas yang indah, pencahayaan yang baik yang membuat peserta didik nyaman sehingga dapat membantu peserta didik tetap fokus pada pembelajaran yang berlangsung.

4. Keadaan Guru dan Tenaga Kependidikan

Keadaan guru dan tenaga kependidikan dalam proses pendidikan merupakan salah satu faktor penunjang bagi pembentukan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia terhadap peningkatan peserta didik. Artinya, jika guru dan tenaga kependidikan pada lembaga pendidikan itu berkualitas sesuai bidangnya masing-masing maka kemungkinan besar para calon peserta didik akan masuk ke MI Muhammadiyah Nunu. Untuk lebih jelasnya mengenai keadaan guru dan tenaga kependidikan di MI Muhammadiyah Nunu di uraikan pada tabel berikut.

Tabel 4.1
Data guru dan tenaga kependidikan
Tahun Pelajaran 2023-2024

No.	Nama	Jabatan
1.	Drs. Muhammad Idris	Kepala Madrasah
2.	Burhanuddin, S.Pd.	Ketua Komite
3.	Sri	TU/Operator
4.	Ratna, S.Pd.I	Kepala Perpustakaan
5.	Nurazizah Lahami, S.Pd.	Bendahara Dana BOS
6.	Rendra, A.Ma	Wakaur Kesiswanaan
7.	Aulia, S.Pd.I	Wakaur Kurikulum
8.	Abdul Rahman Wahab, S.Pd	Wakaur Sarana Prasarana
9.	Zul'aina, A.Ma	Guru Kelas
10.	Lismawati, S.Pd	Guru Kelas
11.	Hasriani Yatim, S.Pd.I	Guru Kelas
12.	Hj Haswiyah, S.Ag., M.Pd	Guru Kelas
13.	Arianto, S.Pd	Guru Kelas
14.	Moh. Amin, A.Ma. Pd	Guru Kelas

Sumber Data : Arsip Laporan MI Muhammadiyah Nunu

5. Keadaan Peserta Didik

Sebagaimana faktor guru, peserta didik juga merupakan faktor penting dan inti dalam penyelenggaraan pendidikan dan kegiatan belajar mengajar, bahkan salah satu ukuran maju tidaknya suatu madrasah dapat di lihat dari banyak tidaknya jumlah peserta didik. Untuk itu mengetahui jumlah peserta didik secara

terperinci dan menyeluruh di MI Muhammadiyah Nunu tersebut dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Keadaan Peserta Didik Di MI Muhammadiyah Nunu
Tahun Pelajaran 2019-2024

Tahun	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2019	94	68	162
2020	94	72	166
2021	63	52	115
2022	84	83	167
2023	97	80	177
2024	99	79	178

Sumber Data: Laporan Daftar Hadir Rapat Dewan Guru Mi Muhammadiyah Nunu Tahun Pelajaran 2019-2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Tahun 2019-2020 peserta didik perempuan sebanyak 140 dan peserta didik laki-laki sebanyak 188, total peserta didik perempuan dan laki-laki sebanyak 328. Tahun 2021-2022 peserta didik perempuan sebanyak 135 dan peserta didik laki-laki sebanyak 130, total peserta didik perempuan dan laki-laki sebanyak 265. Tahun 2023-2024 peserta didik perempuan sebanyak 159 dan peserta didik laki-laki sebanyak 196, total peserta didik perempuan dan laki-laki sebanyak 328.

Data tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya jumlah peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu di tiap tahun pelajarannya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan kepala madrasah untuk meningkatkan kuantitas input peserta didik mengalami perkembangan.

6. Keadaan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana pendidikan merupakan salah satu unsur terpenting yang tidak dapat dipisahkan dalam suatu lembaga pendidikan. Sarana dan prasarana juga berfungsi untuk meningkatkan kualitas belajar mengajar, begitu juga di MI Muhammadiyah Nunu. Dengan sarana dan prasarana yang memadai, tentunya proses belajar mengajar akan lancar dan nyaman serta mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi pembelajaran.

Untuk mengembangkan sebuah lembaga pendidikan diperlukan alat yang membantu dan mendukung berjalannya suatu proses pembelajaran di sekolah. Sama seperti guru dan peserta didik pada suatu instansi pendidikan formal pada semua tingkat atau level pendidikan, maka sarana dan prasarana merupakan suatu fasilitas yang harus disiapkan dan dimiliki oleh MI Muhammadiyah Nunu, tanpa adanya fasilitas yang cukup memadai maka akan lebih sulit untuk mengharapakan proses pembelajaran dengan baik, dan merupakan peningkatan kualitas peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu.

Sarana dan prasarana yang memadai harus pula didukung oleh kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan. Karena sarana dan prasarana yang memadai dan canggih apabila tidak dapat digunakan oleh tenaga pendidik dan kependidikan

tentulah tidak akan memberi manfaat sebagaimana mestinya. Selain itu pemeliharaan terhadap sarana dan prasarana yang dimiliki dapat bertahan lama dan terus memberi manfaat. Semua dengan hasil penelitian penulis diharapkan menunjukkan bahwa sarana dan prasarana pendidikan di MI Muhammadiyah Nunu masih ada beberapa yang kurang. Oleh karena itu, untuk mengetahui lebih jelas sarana dan prasarana pendidikan yang dimiliki oleh MI Muhammadiyah Nunu sebagai berikut :

1. Bangunan Gedung : 1 unit
2. Keadaan Gedung : semi permanen
3. Keadaan Lingkungan sekolah:
 - a. Jenis bangunan yang mengelilingi sekolah:
 - Bangunan MTs
 - Bangunan MA
 - Masjid
 - Pemukiman warga
 - b. Kondisi Lingkungan sekolah:
 - Aman
 - Nyaman
 - Kondusif
4. Lokasi : Strategis
5. Lapangan olahraga :
 - Lapangan serba guna
6. Fasilitas sekolah :

- a. Ruang belajar/kelas : 8 buah
- b. Ruang kantor : 1 buah
- c. Ruang BK : -
- d. Ruang serba guna : -
- e. Ruang tata usaha : -
- f. Ruang OSIS : -
- g. Ruang UKS : 1 buah
- h. Ruang perpustakaan : 1 buah
- i. Ruang olahraga : -
- j. Ruang laboratorium : -
- k. Ruang kesenian : -
- l. Ruang ekstrakurikuler : -
- m. Gudang : 1 buah
- n. Kantin : 1 buah
- o. Toilet/wc : 7 buah
- p. Ruang penjaga : -
- q. Tempat ibadah : 1 buah (Masjid Roisul Amin)
- r. Genset : 1 buah
- s. Gazebo : 1 buah
- 7. Fasilitas kelas :
- a. Papan tulis : 8 buah
 - b. Infokus : 4 buah
 - c. Kursi /Meja :

- Kursi peserta didik : 175 buah
- Meja peserta didik : 175 buah
- Kursi guru : 11 buah
- Meja guru : 11 buah
- Kursi Tendik : 1 buah
- Meja Tendik : 1 buah
- Kursi KAMAD : 1 buah
- Meja KAMAD : 1 buah
- d. Rak Sepatu : 6 buah
- e. Pojok Belajar : 8 buah
- f. Kipas Angin : 20 buah
- g. Galon Air Minum : 2 buah

Dengan jumlah sarana dan prasarana pendidikan yang di miliki oleh MI Muhammadiyah Nunu ini masih ada beberapa yang belum tercukupi untuk memberikan kelancaran proses pembelajaran. Sebagaimana yang di kemukakan oleh Wakil Kepala Urusan sarana dan prasarana MI Muhammadiyah Nunu, sebagai berikut :

“Kami masih kekurangan beberapa media pembelajaran seperti ruang belajar karena ada beberapa hambatan seperti dana dan juga lokasi pembangunan. Dan kami juga menginginkan bangunan permanen yang terbuat dari beton dan semen”¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat dikatakan bahwa dalam pelaksanaan proses pendidikan dan pengajaran di MI Muhammadiyah Nunu

¹⁵ Abdul Rahman Wahab, WAKAUR Sarana dan Prasarana, “wawancara,” depan kantor Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, tanggal 7 Februari 2025

masih membutuhkan ruangan belajar untuk bisa melaksanakan proses belajar mengajar dengan lebih baik lagi.

B. Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisi Manajemen Pemasaran) di MI Muhammadiyah Nunu

Strategi manajemen pemasaran pendidikan dilakukan dalam rangka untuk memperkenalkan keunggulan dan keberhasilan sekolah. Dengan adanya keunggulan dan keberhasilan sekolah, akan membangun minat dan kepercayaan *stakeholders*. Sebagaimana dari hasil wawancara bersama kepala madrasah berikut:

“Strategi pemasaran yang dilakukan di MI Muhammadiyah Nunu adalah strategi menjaga dan membangun kepercayaan atau yang akan melahirkan keyakinan. Keyakinan inilah yang menjadi dasar peminat calon peserta didik yang mendaftar di madrasah berdasarkan pada seberapa besar keyakinan terhadap madrasah tersebut. Karena tanpa kepercayaan dan keyakinan orang tua peserta didik tidak akan memasukkan anaknya ke madrasah. Cara meyakinkan dan menjaga kepercayaan tersebut harus dengan menawarkan mutu pendidikan yang berkualitas dan juga membangun komunikasi yang baik.”¹⁶

Kepercayaan menjadi satu parameter yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah lembaga pendidikan dalam memasarkan produk pendidikan. Kepercayaan dipandang sebagai salah satu komponen kunci dari suatu hubungan lebih lanjut, apabila masyarakat atau *stakeholders* mempercayai sebuah lembaga pendidikan maka mereka tidak akan ragu memasukkan anaknya ke sebuah lembaga

¹⁶ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “wawancara”, ruang kantor, tanggal 7 Februari 2025

pendidikan. Sejalan dengan pernyataan dari peserta didik kelas VI B di MI Muhammadiyah Nunu :

“Alasan saya masuk di MI Muhammadiyah Nunu, karena orang tua yang menyuruh, oran tua saya percaya dengan menyekolahkan saya di MI Muhammadiyah Nunu saya akan leih terjaga dan berkualitas karena fasilitas dan Pendidikan keagamaannya yang bagus”.¹⁷

Pernyataan di atas disimpulkan bahwa minat peserta didik untuk masuk di MI Muhammadiyah Nunu adalah kepercayaan yang dibangun MI Muhammadiyah Nunu kepada masyarakat sehingga terciptanya untuk menyekolahkan anak mereka di MI Muhammadiyah Nunu.

Strategi ini sebagai upaya lembaga pendidikan dalam membentuk citra atau *image* sekolah serta untuk menumbuhkan minat *stakeholders* atau masyarakat lebih tertarik untuk masuk kesebuah lembaga pendidikan. Dari hasil observasi penulis, strategi pemasaran yang dilakukan di MI Muhammadiyah Nunu sebagai berikut:

1. *Product*

Product merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dan manfaat serta kepuasan *stakeholders*, dalam pemasaran pendidikan *product* yang ditawarkan adalah berupa mutu pendidikan. Lembaga pendidikan yang telah dikenal luas oleh *stakeholders* dan menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi lulusan yang baik, serta dapat diterima diberbagai perguruan tinggi

¹⁷ Rafiqah Diah Ayu Kirana, peserta didik kelas VI B MI Muhammadiyah Nunu, “wawancara”, ruang kelas VI B, tanggal 7 Februari 2025

dengan mudah akan menjadi prioritas *stakeholders* dalam memilih lembaga pendidikan.

Product yang ditawarkan di MI Muhammadiyah Nunu yaitu dengan menawarkan mutu pendidikan yang berkualitas kepada *stakeholders* atau masyarakat. Mutu yang berkualitas yang dapat menarik peserta didik berdasarkan pernyataan kepala madrasah sebagai berikut :

“Mutu yang ditawarkan di MI Muhammadiyah Nunu kepada masyarakat ialah peserta didik yang berprestasi, bentuk pelayanan yang memuaskan, guru yang berkualitas, serta kegiatan ekstrakurikuler. Kegiatan inilah yang menjadi dasar MI Muhammadiyah Nunu dalam memasarkan *product* kepada Masyarakat.”¹⁸

Pentingnya mutu dalam pendidikan sebagai nilai utama dalam pemasaran pendidikan. Dari hasil wawancara penulis di atas dapat disimpulkan bahwa MI Muhammadiyah Nunu melakukan berbagai upaya menawarkan *product* kepada *stakeholders* dengan adanya :

a) Kualitas Tenaga Pendidik

Madrasah melakukan kegiatan peningkatan mutu dan kualitas pendidikan yang kemudian akan dipasarkan kepada *stakeholders*, salah satu upaya yang dilakukan untuk mendukung kegiatan tersebut yaitu meningkatkan kualitas tenaga pendidik dengan mengirim tenaga pendidik dalam pengembangan diri yaitu mengikuti diklat dan seminar-seminar. Hal ini dilakukan madrasah dalam rangka mengembangkan kemampuan dan keprofesionalitasan tenaga pendidik. Sejalan dengan penuturan Wakil Kepala Urusan sarana dan prasarana, sebagai berikut:

¹⁸ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, Ruang kantor MI Muhammadiyah Nunu tanggal 7 Februari 2025

“Mendorong setiap guru baik guru kelas dan guru pelajaran untuk meningkatkan kemampuan akademik setiap guru dengan mengikuti pelatihan pembelajaran dan mengikuti kegiatan seminar-seminar.”¹⁹

Hal ini senada dengan ungkapan kepala madrasah bahwa, mutu tenaga pendidik sangat diperlukan dalam memajukan sebuah lembaga pendidikan sebagai cara efektif untuk memenangkan pasar. Mutu yang dimaksudkan disini adalah dengan adanya pelatihan-pelatihan tenaga pendidikan, seperti mengikuti seminar pelatihan.

Dari hasil pengamatan penulis, selama proses jam pelajaran berlangsung tidak adanya ruangan kosong, dan tenaga pendidik selalu datang tepat waktu, dan bahkan tenaga pendidik selalu datang sebelum jam pelajaran berlangsung.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mutu yang dikedepankan dengan berbagai cara baik melalui pelatihan-pelatihan, diklat, dan seminar, tenaga pendidik dapat mengembangkan sebuah lembaga pendidikan. Karena guru adalah orang yang memikul tanggung jawab untuk mendidik, mentransformasikan nilai, dan melatih keterampilan kepada peserta didik serta kedisiplinan guru yang sangat ditekankan dalam proses belajar mengajar dalam peningkatan mutu pendidikan.

b) Prestasi Peserta Didik

Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu memiliki keunggulan dalam bidang prestasi akademik maupun non akademik. Prestasi di bidang akademik yang pernah diikuti adalah olimpiade KSM (Kompetisi Sains Madrasah) yang

¹⁹ Abdul Rahman Wahab, WAKAUR Sarana Dan Prasarana MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, depan ruang kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

diadakan Kemenag Kota kemudian tembus ke Provinsi, Nasional bahkan sampai ke O2SN.

Kepala madrasah menjelaskan tentang prestasi akademik peserta didik, berikut kutipan penjelasannya:

“Presertasi akademik MI Muhammadiyah Nunu peserta didik pernah mengikuti olimpiade Kompetisi Sains Madrasah dari Kemenag Kota sampai O2SN dan kegiatan keagamaan (hafalan surah pendek dan sedekah jumat).”²⁰

Dari penjelasan di atas penulis menyimpulkan bahwa prestasi yang diperoleh MI Muhammadiyah Nunu dari segi mutu pendidikan menunjukkan adanya keberhasilan dalam proses pembelajaran di MI Muhammadiyah Nunu.

Dari hasil pengamatan penulis, peserta didik selalu datang tepat waktu ke madrasah, disiplin dengan mengikuti pembelajaran dan selalu aktif dalam kelas. Sedangkan dengan prestasi non akademik yang pernah di raih oleh MI Muhammadiyah Nunu. Taekwondo, silat, seni dan olah raga dan juga pramuka/hisbul waton (gerakan kepanduan). Hal ini senada dengan pernyataan Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu berikut:

“Ada beberapa kegiatan non akademik seperti taekwondo, silat dan pramuka/hisbul waton yang pernah diraih oleh peserta didik dari MI Muhammadiyah yang membawa ke *event* besar bahkan sampai membawa ke tingkat Provinsi.”²¹

²⁰ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, Ruang Kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

²¹ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, Ruang Kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

Dari penjelasan wawancara diatas penulis hanya mengambil beberapa pencapaian prestasi-prestasi yang ada di MI Muhammadiyah Nunu. Hal ini juga di tegaskan oleh beberapa tenaga pendidik dalam kegiatan wawancara yang menjelaskan bahwa prestasi yang diraih oleh sekolah, menunjukan banyaknya peserta didik MI Muhammadiyah Nunu yang berprestasi dan membawa nama harum MI Muhammadiyah Nunu.

Berbagai prestasi yang pernah dirai oleh MI Muhammadiyah Nunu dapat menjadi modal dalam memasarkan pendidikan dan menjadi daya tarik tersendiri dimata peserta didik *stakeholders* atau masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya di pendidikan madrasah.

c) Kegiatan ekstrakurikuler

Kegiatan ekstrakurikuler adalah kegiatan tambahan sekolah untuk meningkatkan prestasi dan kreativitas peserta didik. kegiatan ekstrakurikuler yang ada di MI Muhammadiyah Nunu berdasarkan hasil wawancara penulis dengan wakil kepala urusan sarana prasarana yaitu:

“MI Muhammadiyah Nunu mempunyai beragam kegiatan ekastrakurikuler. Yaitu pramuka/hisbul waton (Gerakan kepanduan), seni olahraga seperti sepak bola, taekwondo.”²²

Berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang dilakukan di MI Muhamadiyah Nunu Palu berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang dilakukan di MI Muhammadiyah Nunu Palu yaitu pramuka/Hisbul Waton (Gerakan Kepanduan) dan Taekwondo. Ini membuktikan bahwa Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah

²² Abdul Rahman Wahab, WAKAUR Sarana Dan Prasarana MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, depan ruang kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

Nunu sangat memperhatikan peningkatan mutu pendidikan yang ada di madrasah tersebut. Berikut tabel beberapa prestasi dan kejuaraan yang telah diraih oleh peserta didik MI Muhammadiyah Nunu :

Tabel 4.3

Prestasi Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu

No.	Tahun	Prestasi	Ket.
1.	2002	Juara II LOMBA PIDATO Tingkat SD/MI Putera Kemah Porseni Antar Pelajar Muhammadiyah Se Kota Palu	
2.	2006	Juara III TADARRUS PI TKT. MI SE-KOTA PALU	
3.	2011	Juara II Kategori Lead Nomor Kelompok Umur Putri, Kejuaraan Panjat Tebing Se-Indonesia <i>"Indonesia Climbing Open Turnament"</i> GUBERNUR CUP	
4.	2014	Juara II Shalat Berjamaah Milad Muhammadiyah Ke-105	
		Juara III Pidato Putra Milad Muhammadiyah Ke-105	
		Juara I PIDATO PUTRI Milad Muhammadiyah ke-105	
		Juara I LOMBA HIFZIL QUR'AN PUTTRI Kemah Santri MI Se-Kota Palu	
		Juara I ATLETIK PUTRA Milad Muhammadiyah ke-105	
		Juara I ATLETIK PUTRI Milad Muhammadiyah ke-105	
		Juara I SEPAK BOLA MINI Milad Muhammadiyah ke-105	
5.	2023	Juara 1 PORDE CUP U-12	
6.		Juara I Putri LOMBA BAKIAK Pada Kegiatan Kemah Pelajar Muhammadiyah TKT. Kota Palu dalam Rangka Milad Muhammadiyah ke-103	
		Juara III Putra LOMBA BAKIAK Pada Kegiatan Kemah Pelajar Muhammadiyah TKT. Kota Palu dalam Rangka Milad Muhammadiyah ke-103	
		Juara II LOMBA MASAKAN KREASI	

	Juara I LOMBA SHALAT BERJAMAAH PENGKALANG SD/MI	
	Juara I Musabaqah Hifzhil Qur'an (MHQ) Juz 30 Sambut Haul HS. Abdillah Bin Muhammad Aljufri Ke-13	
	Juara II Lomba Cerdas Cermat Kemah Ramadhan MI-Se Kota Palu	
	Juara III Musabaqah Hifzhil Qur'an (MHQ) Kaligrafi Sambut Haul HS. Abdillah Bin Muhammad Aljufri Ke-13	
	Juara I Putra Lomba Tarik Tambang Pada Kegiatan Kemah Pelajar Muhammadiyah TKT. Kota Palu dalam Rangka Milad Muhammadiyah ke-103	
	Juara II LOMBA KULTUM PENGKALANG SD/MI	
	JUARA I KIM PENGLIHATAN	
	JUARA I LOMBA HIFZHIL PENGKALANG SD/MI	
	JUARA UMUM II PENGKALANG SD/MI	
	JUARA UMUM PIALA BERGILIR LOMBA 17 AGUSTUS TINGKAT PCM NUNUP	

sumber Data : Ruang Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu

2. Price

Price merupakan satuan ukur mengenai mutu yang dibutuhkan dan merupakan aspek penting dalam pemasaran, sebab umumnya masyarakat dalam memilih sebuah product pendidikan sangat dipengaruhi oleh seberapa besar harga dan biaya yang ditawarkan kepada konsumen. Berdasarkan hasil wawancara bersama Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu Palu berikut:

“Biaya dalam memasarkan pendidikan sangat berpengaruh terhadap penentuan keputusan peserta didik, di MI Muhammadiyah Nunu Palu SMA biaya awal pendaftaran peserta didik baru yaitu gratis karena ditanggung oleh pihak komite, setelah itu biaya yang lain-lain. Di MI Muhammadiyah juga biasanya mengadakan sedekah jum'at, di mana setiap peserta didik diajarkan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan. Untuk jumlah sedekahnya tidak di tentukan dan juga tidak di paksakan untuk ikut bersedekah bagi mereka yang kurang mampu.

Kepala madrasah juga mengapresiasi para peserta didik yang juara dan membanggakan nama madrasah dengan memberikan sejumlah uang tunai.”²³

Dari hasil wawancara di atas penulis menyimpulkan bahwa biaya pendaftaran gratis yang ditawarkan oleh madrasah sangat menarik para orang tua untuk menyekolahkan anaknya di MI Muhammadiyah Nunu Palu. Tetapi dengan adanya mutu sekolah yang berkualitas calon pelanggan tidak segan-segan untuk menyekolahkan anaknya.

3. *Place*

Pemilihan dan penentuan tempat bagi pusat interaksi sangat penting dari sisi pemasaran karena bisa menjadi salah satu daya tarik, bahkan lokasi sebuah lembaga pendidikan akan mempengaruhi preferensi calon peserta didik dalam menentukan pilihan lembaga pendidikan perlu mempertimbangkan lingkungan di mana lokasi itu berada, apakah dekat dengan pusat kota atau perumahan, lingkungan belajar yang kondusif serta mudah atau tidak ditinjau dengan transportasi umum dan apakah ada akses internet dan fasilitas umum lainnya. Sejalan dengan salah satu pernyataan dari peserta didik kelas VI berikut:

“MI Muhammadiyah Nunu Palu letaknya sangat strategis karena dalam kota Palu, mudah di jangkau, sarana prasarananya juga bagus dan MI Muhammadiyah Nunu Palu memiliki lingkungan yang aman dan nyaman”.²⁴

Dengan adanya tempat yang nyaman untuk peserta didik belajar yang dengan sarana prasarana yang memadai akan menjadi daya tarik bagi peserta didik

²³ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, Ruang Kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

²⁴ Rafiqah Diah Ayu Kirana, peserta didik kelas VI B MI Muhammadiyah Nunu, “wawancara”, ruang kelas VI B, tanggal 7 februari 2025

untuk menentukan pilihan pendidikannya. MI Muhammadiyah Nunu Palu yang beralamat di jalan Kalora No. 212 Kel. Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu Sulawesi Tengah. Lokasi MI Muhammadiyah Nunu Palu strategis dan mudah dijangkau oleh peserta didik.

4. Promotion

Promotion adalah sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas product yang ditawarkan. Bentuk-bentuk promosi yang dilakukan MI Muhammadiyah Nunu Palu melalui *advertising* dan *personal selling*.

Bentuk pemasaran *advertising* yaitu :

a) Penyebaran Brosur

Brosur merupakan lembaran kertas kecil mengandung pesan tercetak untuk disebarkan kepada umum sebagai informasi mengenai suatu hal atau peristiwa. Penyebaran brosur ini merupakan salah satu penyebaran informasi yang menarik. Kegiatan penyebaran brosur dilakukan oleh guru dan panitia pendaftaran yang telah di bentuk, dan diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memberi informasi pendaftaran didik baru. Brosur pendaftaran peserta didik baru selain berisi tentang informasi jadwal kegiatan pendaftaran peserta didik baru, juga berisi informasi berbagai kegiatan yang ditawarkan oleh madrasah. Berdasarkan pernyataan bersama Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu Palu berikut:

“Penyebaran brosur yang dilakukan di MI Muhammadiyah Nunu Palu melalui penitipan brosur kepada panitia pelaksana, tenaga pendidik dan penyebaran melalui para staff yang disebar kembali kepada keluarganya sebagai strategi pemasaran pendidikan yang efektif.”²⁵

Dari pernyataan di atas penulis menyimpulkan, penyebaran brosur yang ada di MI Muhammadiyah Nunu Palu yaitu melalui penyebaran brosur kepada panitia pelaksana, tenaga pendidik, dan para staf dengan tujuan untuk disebar kepada keluarga masing-masing.

b) Media online

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadi *trend*, tidak hanya digunakan untuk melakukan tukar informasi, berita, dan semacamnya, namun saat ini mulai digunakan untuk melakukan pemasaran, khususnya pendidikan. Salah satunya adalah media *online* yang bisa menjadi solusi pemasaran yang sangat bagus dan ideal karena bisa diakses oleh orang lain dalam waktu yang tanpa batas dan bisa diakses oleh orang lain dari mana saja berada.

Penuturan dari kepala madrasah strategi pemasaran melalui facebook dan website bisa menjangkau semua kalangan dan sangat berpengaruh dalam mensosialisasikan madrasah agama kepada semua masyarakat untuk mendapatkan informasi tanpa dibatasi tempat dan waktu.

Bentuk pemasaran *personal selling* yaitu :

a) Mulut ke Mulut

²⁵ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, Ruang Kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

Salah satu strategi pemasaran yang cukup efektif dan banyak digunakan lembaga pendidikan yaitu strategi pemasaran dari mulut ke mulut “*word of mouth*” walaupun dianggap strategi pemasaran tradisional, namun cara ini cukup mampu untuk meyakinkan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dengan kekuatan rekomendasi pribadi dari rekan maupun orang terdekat, ternyata dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan. Dari pernyataan Kepala Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Palu:

“Salah satu pemasaran yang ada di MI Muhammadiyah Nunu Palu yaitu strategi pemasaran dari mulut ke mulut, karena kami yakin informasi dari mulut ke mulut lebih meyakinkan ketimbang informasi yang dilakukan di media, misalnya media surat kabar, facebook dan media lain. Dan kalau orang lain yang berbicara tentang kualitas madrasah lebih pada sifat percaya dibanding kita sendiri yang menginformasikan.”²⁶

Kesimpulannya bahwa salah satu bentuk strategi yang ada di MI Muhammadiyah Nunu Palu adalah dengan strategi dari mulut ke mulut “*word of mouth*” yang dipercaya dapat lebih efektif menarik minat calon peserta didik yang mendaftar di MI Muhammadiyah Nunu Palu, karena adanya bukti nyata yang telah dirasakan dan dilihat oleh pemberi informasi sehingga menumbuhkan kepercayaan bagi penerima informasi.

Pemasaran pendidikan untuk meningkatkan kuantitas atau jumlah peserta didik dengan membangun kepercayaan agar terciptanya loyalitas pelanggan atau masyarakat baik di lingkungan *internal* maupun masyarakat di lingkungan eksternal. Hal ini terjadi karena adanya pemasaran yang efektif dalam

²⁶ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, Ruang Kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

memasarkan mutu pendidikan dengan berbagai upaya, seperti brosur, media *online*, mulut ke mulut, dan lain sebagainya.

Strategi pemasaran dikatakan berhasil di sebuah lembaga pendidikan apabila peminat lebih banyak dari kuota yang diinginkan. Di MI Muhammadiyah sendiri dapat dilihat adanya ketertarikan masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka karena percaya dengan mutu pendidikan. Input peserta didik yang masuk berdasarkan hasil data input MI Muhammadiyah Nunu Palu terus mengalami peningkatan dalam jumlah peserta didik dari 6 tahun terakhir, dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Data jumlah peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu
(Enam tahun terakhir)

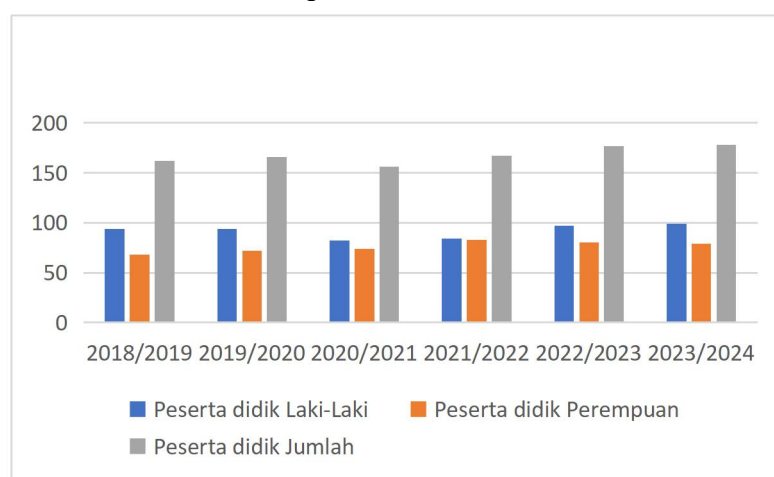
Tahun ajaran	Peserta didik		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2018/2019	94	68	162
2019/2020	94	72	166
2020/2021	82	74	156
2021/2022	84	83	167
2022/2023	97	80	177
2023/2024	99	79	178

Sumber Data: Arsip MI Muhammadiyah Nunu

Dari tabel di atas penulis menyimpulkan bahwa dalam enam tahun terakhir jumlah peserta didik yang mendaftar di MI Muhammadiyah Nunu mengalami kenaikan. Persentasi perkembangan jumlah peserta didik tahun 2018/2019-

2019/2020, mengalami peningkatan dengan jumlah peserta didik. Sedangkan mengalami penurunan pada tahun 2020/2021 dan mengalami peningkatan lagi di tahun 2021/2022 sampai pada tahun 2023/2024. Dapat di lihat pada diagram berikut:

Berikut adalah uraian jumlah peserta didik dari tahun 2018/2019 sampai tahun 2023/2024. Persentase perkembangan jumlah peserta didik tahun 2020/2021, mengalami penurunan dengan jumlah peserta didik. Peningkatan yang sangat signifikan dari tahun 2021/2022 sampai tahun 2023/2024.



Gambar 4.1 Diagram peningkatan jumlah peserta didik di Tahun 2019-2024

Dengan demikian adanya pemasaran pendidikan yang teraktualisasikan dengan baik sehingga MI Muhammadiyah Nunu Palu mempunyai daya tarik dan dapat menarik minat *stakeholders*. yang dibuktikan dengan adanya pendaftar calon peserta didik dari empat tahun terakhir ini banyak peminat walau pun MI Muhammadiyah masih belum tergolong sekolah terbaik dibanding Madrasah Ibtidaiyah yang ada di Kota Palu.

C. Hambatan dan Solusi Strategi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen Pemasaran) di MI Muhammadiyah Nunu

Setiap lembaga pendidikan dalam proses kegiatan pemasaran pendidikan pasti memiliki faktor penghambat dalam memasarkan pendidikan, begitu juga di MI Muhammadiyah Nunu. Sebagaimana disampaikan oleh kepala madrasah berikut:

“Dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik lembaga pendidikan yang ada di MI Muhammadiyah Nunu hambatan yang diperoleh berupa adanya peraturan JUKNIS PPDB, Kemudian kurangnya fasilitas yang ada di MI Muhammadiyah Nunu, fasilitas yang dimaksud disini yaitu kurangnya ruangan kelas sehingga berdampak kurangnya penerimaan peserta didik dengan jumlah banyak. Akibat persepsi inilah yang mengakibatkan adanya penghambatan penambahan peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu”.²⁷

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa hambatan yang dihadapi di MI Muhammadiyah Nunu dalam proses strategi manajemen pemasaran pendidikan adalah kurangnya ruang belajar yang di bangun dalam hal ini biaya yang di butuhkan masih belum memadai untuk dilakukannya pembangunan, dan juga adanya peraturan yang telah di atur oleh JUKNIS PPDB yang di mana tentang jumlah rombongan belajar, yang mana pada tingkat MI dalam 1 kelas berjumlah paling banyak 28 (Dua puluh delapan) peserta didik, jumlah rombongan belajar pada MI berjumlah paling sedikit 6 (enam) dan paling banyak 54 (lima puluh empat) rombongan belajar, masing-masing tingkat paling banyak 9 (Sembilan) rombongan belajar.

²⁷ Muhammad Idris, Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu, “Wawancara”, Ruang Kantor MI Muhammadiyah Nunu, Tanggal 7 Februari 2025

Dari pernyataan di atas penulis dapat menarik kesimpulan, solusi dalam menyelesaikan permasalahan hambatan tersebut, yaitu:

Pertama, perencanaan keuangan yang cermat, madrasah perlu menyusun rencana kerja madrasah yang rinci yang mencakup indentifikasi kebutuhan, prioritas, dan sumber daya yang tersedia, termasuk anggaran yang akan digunakan untuk pembangunan.

Kedua, menghubungi yayasan swasta yang memiliki program CSR (*Corporate Social Responcebility*) yang relevan dengan pendidikan.

Ketiga, membangun dana jangka panjang melalui tabungan atau investasi yang berkelanjutan.

Keempat, komite sekolah yang kuat dan aktif dapat berperan penting dalam menggalang dana dan mendukung pembangunan masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen Pemasaran Tahun Ajaran 2019–2024) di MI Muhammadiyah Nunu Palu”, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu Palu menerapkan strategi kepercayaan/*trast building* awal kepada *stakeholders*. *Product* yang ditawarkan di MI Muhammadiyah Nunu Palu berupa mutu pendidikan yang berkualitas baik berupa tenaga pendidik, peserta didik serta beberapa kegiatan ekstrakurikuler. *Price* yang ditawarkan MI Muhammadiyah Nunu Palu berupa biaya pendaftaran gratis. *Place*, letak MI Muhammadiyah Nunu Palu sangat strategis dan mudah di jangkau oleh peserta didik. *Promotion*, MI Muhammadiyah Nunu Palu melakukan promosi melalui *advertising* atau periklanan berupa penyebaran brosur, media *online* (facebook, *websit*). Melalui *personal selling* yaitu strategi kerjasama dengan Masyarakat dengan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Fasilitas Gedung yang terdiri dari ruang kelas, ruang kepala madrasah, ruang UKS, ruang guru dan tenaga administrasi, perpustakaan, toilet dan kantin.

2. Hambatan dan Solusi strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik (analisis manajemen pemasaran tahun Pelajaran 2019-2024) di MI Muhammadiyah Nunu Palu. Hambatan dapat disimpulkan bahwa hambatan yang dihadapi di MI Muhammadiyah Nunu Palu dalam proses strategi meningkatkan kuantitas input peserta didik kurangnya ruang belajar yang di bangun dalam hal ini biaya yang di butuhkan masih belum memadai untuk dilakukannya Pembangunan. Meski demikian, kepala madrasah mengatasi hal ini dengan kreativitas dan kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk komite sekolah. Solusinya adalah Kepala Madrasah, diharapkan dapat terus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal sebagai media promosi yang luas dan efektif. Komite Sekolah, disarankan agar terus mendukung program-program madrasah, baik secara moral maupun material, terutama dalam penyediaan sarana dan prasarana yang menunjang proses pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, Ahmad. “Kepemimpinan Kepala Madrasah Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan Islam.” *Manajemen Pendidikan Islam*, no. 2. 2017.
- Junaris, Imam dan Nik Haryati. *Manajemen pemasaran Pendidikan*. Purbalingga: Eureka media aksara, 2022.
- Kosasih, H. *Manajemen Strategik*. Cet. Pertama; Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Republik Indonesia. “Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2014 Tentang Kepala Madrasah,”
- Siti Nur Azizah, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di MI Salafiyah Bangilan Tuban” skripsi tidak diterbitkan, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2021.
- Republik Indonesia, “Undang-Undang R.I. Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional”
- Prasetya, Aridha dan Achmad Daengs. *Manajemen pemasaran*. Surabaya: Unitomo Press, 2023.
- Falahiyah, Syarifudin, E., dan Hanafi. “Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di Raudhatul Athfal Nurul Jannah Kota Tangerang.” *Journal on Education*, no. 6 . 2023.
- Ilyas, Imran, *et al.*, eds., *Manajemen Strategi*. Sumatera Barat: CV Azka Pustaka, 2023.

Kusmiati, Leni. “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Di

MAN 2 kampar, *journal of education and teaching*, no. 2. 2022.

Hasbi, Imanuddin, *et al.*, eds. *Perkembangan Peserta Didik (Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Cv Widina Utama, 2021.

Munir, M. “manajemen pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik.” *Manajemen Pendidikan islam*, no. 2. 2018.

Terry, George R. dan Leslie W. Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.

Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV SAH MEDIA, 2019.

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Cet. Pertama; Jakarta: Bumi Aksara, 2022.

Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Wahidmurni. *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. 2017

Hasbi, Imanuddin, *et al.*, eds. *Perkembangan Peserta Didik (Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Cv Widina Utama, 2021.

Munir, M. “manajemen pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik.” *Manajemen Pendidikan islam*, no. 2. 2018.

Terry, George R. dan Leslie W. Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.

Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*.

Makassar: CV SAH MEDIA, 2019.

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Cet. Pertama;

Jakarta: Bumi Aksara, 2022.

Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:

Literasi

Media Publishing, 2015.

Wahidmurni. *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. 2017.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

INSTRUMEN PENELITIAN

I. Pedoman Observasi

1. Observasi keadaan lingkungan di MI Muhammadiyah Nunu Palu.
2. Observasi keadaan sarana dan prasarana di MI Muhammadiyah Nunu Palu.
3. Observasi keadaan tenaga pendidik dan kependidikan di MI Muhammadiyah Nunu Palu.
4. Observasi keadaan peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu.
5. Observasi keadaan kelas di MI Muhammadiyah Nunu Palu.
6. Observasi strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik (analisis manajemen pemasaran tahun pelajaran 2019-2024) di MI Muhammadiyah Nunu Palu.

II. Pedoman Dokumentasi

Pedoman Dokumentasi di MI Muhammadiyah Nunu Palu

No.	Jenis Data Sekunder
1.	Sejarah berdirinya MI Muhammadiyah Nunu Palu
2.	Struktur MI Muhammadiyah Nunu Palu
3.	Data individu tenaga pendidik MI Muhammadiyah Nunu Palu
4.	Data individu pegawai MI Muhammadiyah Nunu Palu
5.	Data keadaan peserta didik, kelas, sarana dan prasarana

III. Pedoman Wawancara

A. Wawancara dengan Kepala MI Muhammadiyah Nunu Palu

1. Bagaimana upaya dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu?
2. Siapa saja yang terlibat dalam proses peningkatan peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu?
3. Bagaimana tahapan strategi perencanaan kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik?
4. Apa yang menjadi hambatan kepala madrasah dalam menjalankan program peningkatan kuantitas input peserta didik?
5. Bagaimana upaya mengatasi hambatan dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik?
6. Bagaimana memastikan bahwa pelaksanaan strategi kepala madrasah dalam meningkatkan kuantitas input peserta didik berjalan dengan baik?
7. Apa saja program akademik dan non-akademik yang ditawarkan MI Muhammadiyah Nunu Palu?
8. Apa saja program-program keagamaan yang berhasil di terapkan di MI Muhammadiyah Nunu Palu?

B. Wawancara dengan WAKAUR Sarana dan Prasarana

1. Bagaimana keberhasilan strategi kepala madrasah dalam upaya meningkatkan kuantitas input peserta didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu?

2. Bagaimana proses pelaksanaan strategi yang telah diterapkan di MI Muhammadiyah Nunu Palu?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan guna menciptakan kepercayaan serta dukungan dari masyarakat setempat terkait kualitas pendidikan yang ditawarkan MI Muhammadiyah Nunu Palu?
4. Apakah ada rencana pengembangan infrastruktur fisik madrasah yang mendukung kenyamanan proses belajar peserta didik?

C. Wawancara dengan Guru

1. Apa saja fasilitas pembelajaran yang disediakan di MI Muhammadiyah Nunu sehingga bisa menciptakan kenyamanan bagi peserta didik untuk mengikuti pembelajaran?
2. Bagaimana keterlibatan orang tua dalam proses pembelajaran di Madrasah?

D. Wawancara dengan Peserta Didik di MI Muhammadiyah Nunu Palu

1. Apa alasan anda tertarik menempuh pendidikan di MI Muhammadiyah Nunu?
2. Bagaimana kepuasan Anda terhadap fasilitas pembelajaran yang disediakan di MI Muhammadiyah Nunu?

DAFTAR INFORMAN

No.	Nama Informan	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Drs. Muhammad Idris	Kepala Madrasah	
2.	Abdul Rahma Wahab, S.Pd	WAKAUR Sarana dan Prasarana	
3.	Ratna, S.Pd	Guru Kelas	
4.	Rafiqah Diah Ayu Kirana	Peserta Didik	

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
NOMOR : 1435 TAHUN 2024

TENTANG
PENETAPAN TIM PENGUJI PROPOSAL SKRIPSI
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

DEKAN FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

- Menimbang : a. bahwa penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada jenjang Strata Satu (S1) di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu, untuk itu dipandang perlu menetapkan tim penguji proposal skripsi untuk menguji proposal skripsi mahasiswa pada ujian seminar proposal;
- b. bahwa saudara yang tersebut namanya di bawah ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas tersebut;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan pada huruf a dan b tersebut, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu.
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Presiden No. 61 Tahun 2021, Tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Menteri Agama Nomor 39 Tahun 2021 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
7. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 178/U/2001 tentang Gelar dan Lulusan Perguruan Tinggi;
8. Keputusan Menteri Agama tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu Nomor 529/Un.24/KP.07.6/11/2023 masa jabatan 2023-2027

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN TIM PENGUJI PROPOSAL SKRIPSI FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU

- KESATU : Menetapkan Tim Penguji Proposal Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu sebagai berikut :

1. Penguji : Dr. Samintang, M.Pd.
2. Pembimbing I : Drs. Syahril, M.A
3. Pembimbing II : Dr. A. Ardiansyah, SE., M.Pd

untuk menguji Proposal Skripsi Mahasiswa

Nama : Indah Ramadani

NIM : 181030093

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Proposal : STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS INPUT PESERTA DIDIK (ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN AJARAN 2019 - SEKARANG DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU)

- KEDUA : Tim Penguji Proposal Skripsi bertugas memberikan pertanyaan dan perbaikan yang berkaitan dengan isi, metodologi dan bahasa dalam proposal skripsi yang diujikan;
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya keputusan ini, dibebankan pada dana DIPA UIN Datokarama Palu Tahun Anggaran 2023
- KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa apabila dikemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini maka diadakan perbaikan sebagaimana mestinya
- KELIMA : SALINAN keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sigi

Pada Tanggal : 24 September 2024

Dekan,



Dr. Saepudin Mashuri, S.Ag., M.Pd.1-7

N.P. 147312312005011070



Dipindai dengan CamScanner



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jl. Diponegoro No. 23 Palu Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165
Website : www.iainpalu.ac.id, email : humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 4638 /Un 24/F.I/PP.00.09/9/2024 Sigi, 23 September 2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Prihal : Undangan Menghadiri Seminar Proposal Skripsi

Kepada Yth

1. Drs. Syahril, M.A (Pembimbing I)
2. Dr. A. Ardiansyah, SE., M.Pd (Pembimbing II)
3. Dr. Samintang, M.Pd. (Penguji)
4. Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu

Assalamualaikum War. Wb.

Dalam rangka kegiatan seminar proposal skripsi mahasiswa Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan UIN Datokarama Palu yang akan di presentasikan oleh:

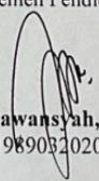
Nama : Indah Ramadani
NIM : 181030093
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS INPUT PESERTA DIDIK (ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN AJARAN 2019 - SEKARANG DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU)

dengan Hormat diundang untuk menghadiri Seminar Proposal Skripsi tersebut yang Insya Allah akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 26 September 2024
Jam : 08.30 s.d Selesai
Tempat : Ruang Proposal 2 Lantai 1 Gedung Rektorat Kampus II

Wassalamualaikum. War. Wab.

An. Dekan FTIK
Ketua Jurusan
Manajemen Pendidikan Islam


Darmawansyah, M.Pd
NIP. 198903202019031008

Catatan :

Undangan ini di Foto kopi sejumlah 6 rangkap dengan rincian:

- a. 1 rangkap untuk dosen pembimbing I (dengan proposal skripsi)
- b. 1 rangkap untuk dosen pembimbing II (dengan proposal skripsi)
- c. 1 rangkap untuk ketua jurusan
- d. 1 rangkap untuk ditempel pada papan pengumuman
- e. 1 rangkap untuk subbag umum Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
- f. 1 rangkap untuk subbag AKMAH Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

KARTU SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU

NAMA : Indah Ramadani
 NIM : 181030093
 PROGRAM STUDI : Manajemen Pendidikan Islam

NO.	HARI/TANGGAL	NAMA	JUDUL SKRIPSI	DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN DOSEN PEMBIMBING
1	Kamis 14 April	Moh. Ulum Bahroni	Implementasi Kepemimpinan Kepala Sekolah Berbasis Gender di SMP Negeri 2 Palu	1. Drs. Syahril, M. A. 2. Dr. Samintang, Sos., M. Pd.	
2	Jumat 22 April 2022	Ayu Sekelua	Analisis Kinerja Pegawai Tata Usaha Sekolah Pribadi al-Adab di SMP Negeri 1 dan 2 Palu	1. Dr. Nauma, S. Ag., M. Pd. 2. Fitri Rahayu, S. Pd., M. Pd. 1	
3	Senin 30 Mei 2022	Moh. Naum	Strategi Kepala Sekolah dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di MTs Darul Iman Kota Palu	1. Dr. Nuridin, M. Pd. 2. Andi Nurfitriah, S. Pd., M. Pd.	
4	Jumat 3 Juni 2022	Rosita	Manajemen Konflik dalam membangun kerja sama antar personal sekolah di SDN 2 Banawa Tengah Kabupaten Donggala	1. Dr. H. Abdulhijah Peltabangi, M. Pd. 2. Rizka Fadiah Nur, S. Pd., M. Pd.	
5	26 Kamis 2022	Musdaliza	Implementasi Manajemen Keseluruhan dalam Pembinaan Peserta Didik di SMP Negeri 8 Palu	1. Dr. H. Ahmad Syahid, M. Pd. 2. Jumri Hi. Tahang Basire, S. Ag., M. Ag	
6	Paku 15 Februari 2023	Murtim	Penerapan Model Moderasi Beragama Dalam Menanamkan Nilai-nilai Toleransi pada Peserta Didik di SMP N 2 Enas Kab. Pangsajene	1. Dr. Hamdan, M. Ag 2. Sjaifir Labud S. Ag., M. Pd	
7	Paku 19 Juni 2023	Fasani T	Strategi Keterampilan guru dalam menyelesaikan materi Pendidikan Agama Islam di SMP Negeri 3 Palu	1. Sjaifir Labud S. Ag., M. Pd 2. Darmawansyah, M. Pd	
8	Senin, 05 Agustus 2024	Nur Sami	Penerapan Multi Media Interaktif Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Kelas VI Di MI DO'LOZA	1. Dr. Muhammad Djamil, M. Nur. Sed, M. Pd. 2. Ardiansyah, M. Pd	
9	Senin, 05 Agustus 2024	Nurfarah	Penerbandingan Praktek belajar Pada Mata Pelajaran Al-Qur'an Al-Karim di SMP Negeri 1 dan 2 Palu	1. Salabuddin, S. Ag., M. Ag. 2. Fitri Rahayu S. Pd., M. Pd. 1	
10				1. 2.	

Kartu ini merupakan persyaratan untuk mendaftar seminar menempuh ujian skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jl. Diponegoro No. 23 Palu Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165

Website : www.iainpalu.ac.id, email : humas@iainpalu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama : Indah Ramadani
NIM : 181030093
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN Kuantitas Input Peserta Didik (ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN AJARAN 2019 - SEKARANG DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU)
Hari, Tgl / Waktu Seminar : Kamis, 26 September 2024/08.30 s.d Selesai

NO.	NAMA	NIM	SEM. / JUR.	TTD	KET.
1.	MUH Dafir Porwanet	230200014	3/MPA	Dafir	
2	LEFI	181030083	13/MP1	LeFi	
3	Indah Amalia Putri	221020051	5/PBA	Indah	
4	DIDIN Widiyanto	201200616	9/IPS	DIN	
5	FAUZI	201200009	9/IPS	Fauzi	
6.	FIFI YANTI	181030106	13/MP1	Fifi	

Pembimbing I,

Drs. Syahril, M.A.
NIP. 196304011992031000

Pembimbing II,

Dr. A. Ardiansyah, SE., M.Pd.
NIP.197802022009121000

Penguji,

Dr. Samintang, M.Pd.
NIP. 19670407202321000

Mengetahui
a.n. Dekan
Ketua Jurusan MPI,

Darmawansyah, M.Pd.
NIP. 198903202019031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jl. Trans Palu-Palolo Desa Pombewe Kec. Sigi Biromaru Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165

Website : www.uindatokarama.ac.id, email : humas@uindatokarama.ac.id

Nomor : 261 /Un.24/F.I/PP.00.9/01/2024

Palu, 23 Januari 2024

Lampiran : -

Hal : Izin Penelitian Untuk
Menyusun Skripsi

Yth. Kepala Madrasah MI Muhammadiyah Nunu Palu

di

Tempat

Assalamualaikum wr.wb

Dengan hormat, dalam rangka Penyusunan Tugas Akhir (Skripsi) oleh Mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu :

Nama : Indah Ramadani
NIM : 181030093
Tempat Tanggal Lahir : Samonu, 23 Desember 2000
Semester : XIII (Tigabelas)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Jl. Malontara
Judul Skripsi : "STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS INPUT PESERTA DIDIK (ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN AJARAN 2019 SEKARANG DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU)"
No. HP : 082196015113

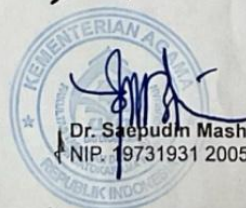
Dosen Pembimbing :

1. Drs. Syahril, M.A
2. Dr. A. Ardiansyah, S.E., M.Pd

maka bersama ini kami mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diberi izin untuk melaksanakan penelitian di Kantor yang Bapak/Ibu Pimpin

Demikian, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalam,
Dekan,



Dr. Saepudin Mashuri, S.Ag, M.Pd.I
NIP. 19731931 200501 1 070



NSM : 111 2 72 71 0007

**MAJELIS PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
PIMPINAN CABANG MUHAMMADIYAH NUNU
MADRASAH IBTIDAIYAH MUHAMMADIYAH**

Alamat : Jalan Kalora No 212 Kel. Nunu HP.081342154321
Website : www.mi.muhammadiyahpalu.sch.id Email: mimnunu07@gmail.com



NPSN: 60728865

SURAT KETERANGAN

Nomor : 014 /TV.4.AU/F/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

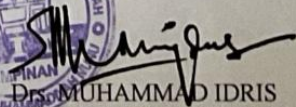
Nama : Drs. MUHAMMAD IDRIS
NIP. : 19701231 199703 1 016
Pangkat/Golongan : Pembina (IV/a)
Jabatan : Kepala MI. Muhammadiyah Nunu
Alamat : Jln. Keramik Kelurahan Duyu Kec. Tatanga
Nomor Tlp./HP : 081342154321

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : INDAH RAMADANI
NIM : 181030093
Tempat/Tanggal Lahir : Samonu, 23 Desember 2000
Semester : XIII (Tigabelas)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Alamat : Jln. Malontara

Adalah benar yang bersangkutan telah melakukan Penelitian di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Nunu, dari tanggal, 23 Januari s.d. 21 Februari 2025 untuk penyelesaian penyusunan Skripsi dengan Judul ***"STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS INPUT PESERTA DIDIK (ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN TAHUN PELAJARAN 2019-2024) DI MI MUHAMMADIYAH NUNU PALU"***.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palu, 22 Februari 2025
Kepala Madrasah

Drs. MUHAMMAD IDRIS
NIP. 19701231 199703 1 016

BUKU KONSULTASI
PEMBIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI



NAMA : NURAH PAMBANDARI

NIM : 18.1.03.0093

PROGRAM STUDI : MAGISTER PENDIDIKAN ISLAM (MPI)

PEMBIMBING : I. Drs. Syahri, M.A.

II. Dr. A. Ardhansyah, SE., M.Pd.

ALAMAT : Jl. Melontara

No. HP :

JUDUL SKRIPSI

Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan

Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis

Manajemen Pemasaran Tahun Ajaran

2019-sekarang Di MI Muhammadiyah

Nunu Palu)

**JURNAL KONSULTASI
PEMBIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI**

Nama : INDAH RAMADANI
NIM : 181030093

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam.....

Judul

Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen)

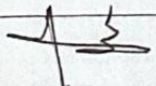
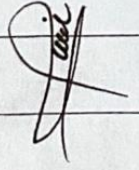
Pamuisaran Tahun Apran 2010 - Sekolah di Minunun Pulu

Pembimbing I : Drs. Syahril, M.A.

Pembimbing II : Dr. Andi Ardiansyah, SE., M.Pd.

No	Hari / Tanggal	Bab	Saran Pembimbing	Tanda Tangan
1.	Senin/13/05/2024	1	terima bimbingan maka guru pembelajaran, untuk plan pembelajaran tentang kesehatan budaya.	
	Senin/22/05/24	1	menyusun dan mengumpulke pada terima bimbingan.	

No	Hari / Tanggal	Bab	Saran Pembimbingan	Tanda Tangan
	20/7/2024	I	Utang piutang pemasukan	
	1/08/2024		Bab. I Bab. II Bab. III Korupsi Korupsi Korupsi	
	Senin, 12/9/2024		Pembahasan - Sampel / sampel - Defektif - Teknik Pembahasan	
	2 sep. 2024		Pembahasan - Kematangan - Kematangan - Kematangan - Def. Kematangan	

No	Hari / Tanggal	Bab	Saran Pembimbing	Tanda Tangan
	26/05/2025		<i>menyampaikan</i> <i>1. Struktur</i> <i>kegiatan</i> <i>kegiatan</i> <i>acara</i> <i>- P. penyusunan</i> <i>- P. penyusunan</i> <i>- P. penyusunan</i>	
	30 Mei 2025		<i>Conjunct</i> <i>with pros</i> <i>ceja</i>	

No	Hari / Tanggal	Bab	Saran Pembimbing	Tanda Tangan

LAPORAN PENYELESAIAN BIMBINGAN DARI DOSEN PEMBIMBING

Yth : Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)
UIN Daokarama Palu

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : Drs. Syahril, MA
NIP : 196304011992031000
Pangkat/Golongan : Pembina IVA
Jabatan Akademik : Lektor Kepala
Sebagai : Pembimbing I
2. Nama : Dr. A. Ardiansyah, SE., M.Pd.
NIP : 1978020210009121000
Pangkat/Golongan : Pi II / W. 2
Jabatan Akademik : Lektor Kepala
Sebagai : Pembimbing II

Melaporkan bahwa penyusunan skripsi oleh mahasiswa :

Nama : Indah Ramadani
NIM : 181020093
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Strategi Upaya Madrasah Dalam Meningkatkan Keaktifan

Telah selesai dibimbing dan siap untuk diujikan di hadapan sidang ujian munaqasyah skripsi.

Palu, 03 Mei / 2024
Pembimbing II

Pembimbing I

Dr. A. Ardiansyah, SE., M.Pd.
NIP. 1978020210009121000

Dr. Syahril, MA
NIP. 196304011992031000

DOKUMENTASI HASIL PENELITIAN



Gedung MI Munammadiyah Nunu



Visi, Misi dan Struktur Organisasi MI Muhammadiyah Nunu



Piagam dan kejuaraan yang di raih MI Muhammadiyah Nunu



Proses belajar mengajar



Fasilitas gazebo, perpustakaan, barber, WC yang ada di MI Muhammadiyah Nunu



Wawancara dengan kepala madrasah MI Muhammadiyah Nunu



Wawancara dengan WAKAUR Sarana dan Prasarana
MI Muhammadiyah Nunu



Wawancara Dengan Guru MI Muhammadiyah Nunu Palu



Wawancara dengan peserta didik MI Muhammadiyah Nunu Palu

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri



Nama	: Indah Ramadani
Tempat, Tanggal Lahir	: Samonu, 23 Desember 2000
NIM	: 18.1.03.0093
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Malontara

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Takdir M.

Pendidikan Terakhir : MA

Nama Ibu : Rosmiati

Pendidikan Terakhir : SMA

Pekerjaan : URT

C. Riwayat Pendidikan

- Sekolah Dasar (SD) SDN 01 Masimbu
- Sekolah Menengah Pertama (SMP) SMP Negeri 1 Baras
- Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) SMK Negeri 1 Baras
- Masuk Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu Pada Tahun 2018

Demikian **Biodata** ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan semoga dapat digunakan sebagai mestinya.

