BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan titik peradaban yang terus mengalami transformasi seiring dengan dinamika zaman. Dalam konteks kekinian, lembaga pendidikan tidak lagi dapat sekadar menempatkan diri sebagai menara gading yang pasif menunggu kehadiran peserta didik. Pergeseran kebijakan pendidikan nasional, seperti penerapan sistem zonasi pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di institusi negeri, telah memicu pergeseran keseimbangan yang signifikan dalam ekosistem pendidikan. Kondisi ini menempatkan madrasah swasta pada persimpangan yang krusial antara keharusan untuk mempertahankan mutu akademik dan urgensi untuk melakukan rekayasa manajerial agar mampu bertahan di tengah kompetisi perebutan input siswa yang semakin kompetitif (Gustati, 2024).

Bagi institusi pendidikan swasta, rekrutmen peserta didik bukan lagi sekadar rutinitas administratif tahunan, melainkan urat nadi yang menentukan keberlanjutan roda organisasi. Manajemen rekrutmen yang efektif menuntut lebih dari sekadar penyebaran informasi konvensional; ia membutuhkan strategi pemasaran pendidikan yang tajam, terukur, dan adaptif terhadap topografi kultural masyarakat setempat. Kepala madrasah, dalam kapasitasnya sebagai top leader, dituntut untuk merumuskan cetak biru (*blueprint*) strategis yang mampu mengawinkan pendekatan manajerial rasional dengan kearifan lokal (Suwarno 2020, 32–34).

Fenomena menarik terkait dinamika manajerial ini dapat diamati di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri. Menurut pengamatan peneliti yang juga menjadi mitra koordinasi di MTs tersebut khususnya untuk menangani santri-santri yang mendaftar ke MTs, di tengah kepungan persaingan institusi pendidikan, madrasah ini tidak sekadar bertumpu pada pendekatan birokratis-formal, melainkan melakukan manuver melalui strategi ganda (*dual-strategy*). Strategi ini mengintegrasikan promosi formal ke sekolah-sekolah dasar dengan penetrasi kultural yang menunggangi forum-forum pengajian di pedesaan.

Pendekatan sosio-religius ini terbukti menjadi instrumen penetrasi yang efektif, mengingat masyarakat pedesaan memiliki simpul-simpul ikatan emosional yang kuat pada majelis-majelis taklim.

Berdasarkan keterangan Kepala Madrasah dalam wawancara dengan peneliti, penerapan strategi di MTs Miftahul Huda bukanlah sebuah manuver spontan, melainkan hasil dari orkestrasi manajerial yang terencana dan terstruktur. Dari aspek perencanaan, Kepala Madrasah menerapkan pemantauan harian terhadap panitia PPDB dan menginstruksikan penyiapan instrumen promosi sejak bulan Desember. Kesiapan perangkat seperti banner dan ketersediaan brosur dipastikan sebelum eksekusi lapangan dimulai pada bulan Januari. Perencanaan yang presisi ini menunjukkan adanya kesadaran institusional bahwa momentum promosi tidak dapat diserahkan pada kebetulan.

Memasuki fase pelaksanaan, kepemimpinan kepala madrasah diuji dalam menjaga keseimbangan antara pendekatan birokratis dan lobi-lobi kultural (Sujarwo 2023, 877). Kepala Madrasah menjelaskan bahwa eksekusi di lapangan dilakukan dengan membagi tugas secara jelas: sebagian tim melakukan sosialisasi formal ke SD/MI, sementara tim lain difokuskan untuk meminta waktu khusus pada forum-forum pengajian atau pertemuan warga. Menariknya, Kepala Madrasah tidak sekadar memimpin dari balik meja, melainkan turun langsung membangun modal sosial (*social capital*) melalui tradisi sowan kepada tokoh agama atau kiai setempat. Pendekatan kultural ini dibarengi dengan pemberian apresiasi, yang tidak hanya berfungsi sebagai medium silaturahmi, tetapi juga sebagai strategi agar pesan promosi seperti fasilitas seragam gratis, pembebasan uang gedung, hingga gratis biaya ujian benar-benar tersampaikan kepada jemaah pengajian.

Kepala Madrasah juga menjelskan bahwa pemilihan majelis taklim sebagai titik promosi juga didasari oleh analisis sosiologis yang tajam dari pihak madrasah. Menurut beliau juga, target audiens utama dalam forum ini adalah kaum ibu, yang secara empiris memegang kendali dominan dalam pengambilan keputusan terkait pendidikan anak. Melalui pendekatan kultural

ini, madrasah memanfaatkan sifat komunikatif kaum ibu untuk memicu strategi *word-of-mouth* atau getok tular. Informasi mengenai keunggulan MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri menyebar secara organik (viral) ke tetangga dan kerabat, menciptakan jaring promosi yang jauh lebih masif dan efektif dibandingkan sekadar membagikan selebaran bisu. Untuk mengakomodasi antusiasme tersebut, panitia juga telah menyiapkan sistem pendaftaran luring (*reguler*) dan daring (*online*), memberikan fleksibilitas akses bagi masyarakat desa.

Lebih jauh, hakekat sebuah strategi manajerial bermuara pada tahapan evaluasi. Mengukur efektivitas pendekatan tersebut menghadirkan tantangan tersendiri, mengingat dampaknya seringkali bersifat tidak seimbang. Dinamika di lapangan menunjukkan adanya friksi dan hambatan yang nyata. Dalam promosi formal, panitia sering kali berbenturan dengan kebijakan sekolah asal (SD/MI) yang tidak memberikan izin sosialisasi karena telah memiliki saluran afiliasi sendiri menuju SMP tertentu. Sementara itu, pada jalur kultural, penolakan juga kerap muncul dari tokoh agama yang memiliki madrasah pesaing.

Menghadapi resistensi tersebut, merujuk kepada wawancara kecil peneliti kepada Kepala Madrasah, beliau menjelaskan bahwa Kepala Madrasah dan panitia melakukan evaluasi taktis dan penyesuaian strategi di lapangan. Respons manajerial diwujudkan dalam bentuk manuver alternatif, seperti membagikan brosur di jalan atau menyisipkannya secara diam-diam kepada jemaah usai pengajian. Mekanisme evaluasi yang tanggap dan adaptif ini pada akhirnya membuahkan hasil yang signifikan. Paduan strategi formal dan kultural ini berhasil mengamankan kuota peserta didik secara reguler hingga mencapai angka 50 siswa; sebuah pencapaian yang patut diperhitungkan di tengah krisis identitas madrasah swasta.

Berangkat dari fenomena empiris tersebut, terlihat jelas bahwa pengelolaan rekrutmen peserta didik yang memadukan instrumen manajerial modern dengan negosiasi kultural menuntut kepiawaian khusus dari seorang kepala madrasah. Penelitian akademik mengenai strategi rekrutmen peserta

didik sejatinya telah banyak dieksplorasi melalui berbagai sudut pandang. Beberapa kajian terdahulu cenderung memotret rekrutmen dari kacamata adaptasi media daring sebagai respons atas krisis pandemi (Budiywono dan Sholekhah, 2021), atau mengukurnya secara kuantitatif dengan hanya menitikberatkan pada daya tarik sarana prasarana fisik. Kajian lain bahkan masih berkutat pada penerapan teori pemasaran formal di institusi sekolah negeri yang notabene sudah memiliki privilese sistemik di masyarakat (Wardaningsih, 2022). Kajian-kajian tersebut memperlihatkan suatu pola kecenderungan yakni rekrutmen sering kali direduksi menjadi sekadar aktivitas pemasaran konvensional atau administratif belaka.

Sayangnya, tata kelola yang mengupas tritunggal manajerial yakni perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap strategi seperti ini masih menjadi ruang sunyi dalam literatur akademik. Kekosongan kajian inilah yang mendorong peneliti untuk membedah lebih dalam bagaimana kepemimpinan madrasah beroperasi di akar rumput. Oleh karena itu, peneliti memandang sangat urgen dan relevan untuk melakukan penelitian ilmiah mengenai bagaimana peran Kepala Madrasah dalam merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi recrutmen peserta didik.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, teridentifikasi masalah utama berupa ketatnya persaingan rekrutmen yang dihadapi MTs Miftahul Huda sebagai madrasah swasta. Sementara strategi promosi formal (ke SD/MI) cenderung umum dan banyak pesaing, MTs Miftahul Huda menerapkan strategi unik berbasis *sosio-religius* melalui forum pengajian. Hal ini memunculkan permasalahan tentang bagaimana kepala sekolah merumuskan integrasi antara kedua pendekatan (formal dan informal) tersebut, serta bagaimana ia harus memainkan peran kepemimpinan yang tidak hanya manajerial, tetapi juga sebagai figur sosial-keagamaan di masyarakat, sebuah area yang masih jarang dikaji oleh penelitian sebelumnya.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk membatasi ruang lingkup pembahasan agar penelitian tetap terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini difokuskan pada:

1. Strategi Rekrutmen yang dilakukan kepala sekolah di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri.
2. Menganalisis implementasi strategi rekrutmen peserta didik yang telah dirancang oleh kepala sekolah di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri.
3. Menggambarkan hasil dan dampak dari penerapan strategi rekrutmen tersebut berdasarkan persepsi pimpinan dan warga sekolah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran kepala madrasah dalam merencanakan strategi rekrutmen peserta didik di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri?
2. Bagaimana peran kepala madrasah dalam melaksanakan strategi rekrutmen peserta didik di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri?
3. Bagaimana peran kepala madrasah dalam mengevaluasi hasil strategi rekrutmen peserta didik di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah di atas, yaitu untuk:

1. Menganalisis peran kepala madrasah dalam merencanakan strategi rekrutmen peserta didik di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri.
2. peran kepala madrasah dalam melaksanakan strategi rekrutmen peserta didik di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri.
3. Mengetahui peran kepala madrasah dalam mengevaluasi hasil strategi rekrutmen peserta didik di MTs Miftahul Huda Silir Wates Kediri.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian tentang kepemimpinan pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan peran kepala sekolah dalam perencanaan strategi rekrutmen peserta didik. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya referensi akademik dalam bidang manajemen pendidikan Islam.

2. Manfaat Praktis

   Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

   a. Sebagai bahan refleksi dan evaluasi terhadap gaya kepemimpinan kepala sekolah serta strategi yang telah diterapkan dalam menarik minat peserta didik baru.
   b. Sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan dan strategi promosi sekolah yang efektif guna meningkatkan daya saing dan kepercayaan masyarakat.
   c. Sebagai sumber referensi dan landasan teoretis dalam mengkaji lebih lanjut mengenai kepemimpinan kepala sekolah dan strategi rekrutmen peserta didik di lembaga pendidikan Islam.