

**STRATEGI PROMOSI MADRASAH BERBASIS ALUMNI
DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 BANYUMAS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Islam
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

FIRDA NUR KHASANAH

NIM: 1603036045

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firda Nur Khasanah

NIM : 1603036045

Jurusan : Kependidikan Islam

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI PROMOSI MADRASAH BERBASIS ALUMNI DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 BANYUMAS

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/hasil karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 7 Desember 2020

Pembuat Pernyataan,



Firda Nur Khasanah

NIM: 1603036045



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof.Dr. Hamka (Kampus II) (024) 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi : Firda Nur Khasanah
NIM : 1603036045
Jurusan : S1 Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Promosi Madrasah Berbasis Alumni di
Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas”

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dapat diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam pada tahun Akademik 2019/2020.

Semarang, 16 Desember 2020

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Drs.H. Danusiri, M.Ag.

NIP. 195611291987031004

Penguji I

Prof.Dr.Hj.Nur Uhbiyati, M.Pd.

NIP.195202081976122001

Sekretaris Sidang

Agus Khunaifi, M.Ag

NIP. 197602262005011004

Penguji II

Drs. Wahyudi, M.Pd

NIP. 196803141995031001

Pembimbing

Dr. Fatkuroji, M.Pd.

NIP: 197704152007011032

NOTA DINAS

Semarang, 6 Desember 2020

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **STATEGI PROMOSI MADRASAH
BERBASIS ALUMNI DI MADRASAH
ALIYAH NEGERI 2 BANYUMAS.**

Nama : Firda Nur Khasanah

NIM : 1603036045

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing,



Dr. Farkurroji, M.Pd.
NIP.19770415 2007011032

MOTTO

Jangan khawatir, jangan takut, jangan menyerah untuk
mengambil langkah kedepan. OK!!!

ABSTRAK

Firda Nur Khasanah. 2020 Strategi Promosi Madrasah Berbasis Alumni di Madrasah Aliyah Negei 2 Banyumas.

Penelitian dilakukan karena kurangnya sosialisasi langsung kepada masyarakat, kurangnya informasi yang disampaikan melalui media internet, dan Tidak semua orang bisa mengakses informasi mengenai MAN 2 Banyumas. Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dari alumni.

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif, untuk mendapatkan data antara lain melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian untuk mengecek keabsahan data tersebut dilakukan melalui teknik triangulasi data dan analisis data.

Hasil dari penelitian ini: (1) alasan madrasah menggunakan alumni dalam promosi yaitu alumni berperan sebagai katalis dalam menyebarkan informasi, alumni dapat membangun opini masyarakat, alumni dapat mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan. (2) pelaksanaan dengan sosialisasi ke SMP/MTs, kegiatan Idhul Adha, HUT madrasah. (3) implikasi strategi promosi menggunakan alumni yaitu meningkatnya jumlah peserta didik dari tahun ke tahun.

Saran peneliti dalam penelitian ini: (1) alumni hendaknya melakukan penyebaran jaringan di media sosial lebih ditingkatkan lagi dan selalu update. (2) alumni juga harus lebih perhatian lagi kepada alumni-alumni lulusan baru dan selalu menjalin komunikasi yang baik. (3) alumni lebih efektif lagi dalam menyebarkan informasi madrasah dan merangkul alumni baru untuk ikut serta mempromosikan almamaternya.

Kata kunci: Strategi promosi, madrasah, alumni

ABSTRACT

Firda Nur Khasanah. 2020. Alumni-Based Promotion Strategy in State Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas.

The research was conducted because of the lack of direct socialization to the public, the lack of information conveyed via the internet, and not everyone can access information about MAN 2 Banyumas. This happens because it is influenced by internal and external factors from the alumni.

The research method used qualitative methods, to obtain data, among others, through interviews, observation and documentation. Then to check the validity of the data, it is done through data triangulation techniques and data analysis.

The results of this study: (1) the reason madrasah uses alumni in promotion is that alumni play a role as a catalyst in disseminating information, alumni can build public opinion, alumni can develop networks and build images. (2) implementation with socialization to SMP / MTs, Idhul Adha activities, madrasah anniversary. (3) the implication of the promotion strategy using alumni is the increasing number of students from year to year.

Researcher's suggestions in this study: (1) alumni should make network dissemination on social media even more and always updated. (2) alumni must also pay more attention to new alumni and always maintain good communication. (3) alumni are even more effective in disseminating madrasaah information and embracing new alumni to participate in promoting their alma mater.

Keywords: Promotion strategy, madrasah, alumni

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Keputusan Bersama Menteri agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987.

1. Konsonan

No	Arab	Nama	Latin
1	ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan
2	ب	<i>Ba</i>	B
3	ت	<i>Ta</i>	T
4	ث	<i>Sa</i>	ṡ
5	ج	<i>Jim</i>	J
6	ح	<i>Ha</i>	Ḥ
7	خ	<i>Kha</i>	Kh
8	د	<i>Da</i>	D
9	ذ	<i>Za</i>	ẓ
10	ر	<i>Ra</i>	R
11	ز	<i>Zai</i>	Z
12	س	<i>Sin</i>	S
13	ش	<i>Syin</i>	Sy
14	ص	<i>Sad</i>	ṣ
15	ض	<i>Dad</i>	ḍ
16	ط	<i>Ta</i>	ṭ

17	ظ	<i>Za</i>	<i>Ẓ</i>
18	ع	<i>‘Ain</i>	<i>‘</i>
19	غ	<i>Gain</i>	<i>G</i>
20	ف	<i>Fa</i>	<i>F</i>
21	ق	<i>Qaf</i>	<i>Q</i>
22	ك	<i>Kaf</i>	<i>K</i>
23	ل	<i>Lam</i>	<i>L</i>
24	م	<i>Mim</i>	<i>M</i>
25	ن	<i>Nun</i>	<i>N</i>
26	و	<i>Wau</i>	<i>W</i>
27	ه	<i>Ha</i>	<i>H</i>
28	ء	<i>Hamzah</i>	<i>'</i>
29	ي	<i>Ya</i>	<i>Y</i>

2. Vokal pendek

َ = a كَتَبَ kataba

ِ = i سَأَلَ su'ila

ُ = u يَذْهَبُ yaḏhabu

3. Vokal panjang

َا = ā قَالَ qāla

ِي = ī قِيلَ qīla

ُو = ū يَقُولُ yaqūlu

4. Diftong

َايَ = ai كَيْفَ kaifa

أَوْ = au حَوْلَ ḥaula

5. Syaddah (ّ)

Syaddah atau *tasydid* dilambangkan dengan konsonan ganda.

6. Kata sandang (....ال)

Transliterasi kata sandang untuk Qamariyyah dan Shamsiyyah dialihkan menjadi = al

الرَّحْمَن = al-Rahman

الْعَالَمِينَ = al-‘Ālamīn

7. Ta’ Marbuthah (ة)

Setiap ta’ marbuthah ditulis dengan “h” misal الرؤية ditulis dengan ar-ru’yah.

KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, penulis menyampaikan rasa syukur yang sangat mendalam kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayat serta karunia-Nya kepada penulis. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabatnya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Promosi Madrasah Berbasis Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan S1 Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dalam penulisan ini penulis banyak memperoleh arahan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak dari awal hingga akhir. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, adek dan juga seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan materiil, semangat dan do'a pada masa perkuliahan sampai pada masa akhir pengerjaan skripsi.

2. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Lift Anis Ma'sumah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Fatkuroji, M.Pd, selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Agus Khunaifi, M.Ag, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
6. Bapak Dr. Fatkuroji, M.Pd, selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta kesabaran memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi ini.
7. Bapak M. Rikza Chamami, M.S.I., selaku Wali Dosen Prodi S1 Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
8. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan S1 Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

9. Kepala sekolah, guru, karyawan dan juga murid-murid SMA Islam MAN 2 Banyumas yang telah banyak membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman KKN posko 2 Banyumanik, dan seluruh teman-teman KKN Kec. Banyumanik yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
11. Ade Citra Octavia, Izma Khaeriya, Nia Khoerunisa, Azki Rahma Fauzia, Nisa Dwi Cahyani serta teman-teman MPI '16 B dan teman-teman angkatan 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
12. Sulistianingsing, Siska, Wulan Yulianingrum, Novita Nurgraeni yang selalu mendengar, mensupport dan juga membantu penulis ketika proses pengerjaan tugas akhir ini.
13. Dan terakhir, terimakasih kepada M. Luthfan Khuluqi sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir ini dan yang selalu mensupport penulis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	14
1. Strategi Promosi Madrasah	14
a. Pengertian Strategi Promosi Madrasah.....	14
b. Fungsi Strategi Promosi Madrasah	19
c. Tujuan Strategi Promosi Madrasah	20
2. Strategi Promosi Madrasah Berbasis Alumni di MA	21

a. Pengertian Alumni	21
b. Organisasi Alumni	22
c. Peran Alumni	24
d. Pengembangan Alumni	27
3. Pelaksanaan Strategi Promosi Madrasah	29
B. Kajian Pustaka	34
C. Kerangka Berfikir	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	44
1. Jenis penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	44
2. Tempat dan Waktu Penelitian	45
3. Sumber Data Penelitian	45
4. Fokus Penelitian	45
5. Teknik Pengumpulan Data	46
6. Uji Keabsahan Data	50
7. Teknik Analisis Data.....	52

BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Profil Madrasah	54
B. Deskripsi Data	60
1. Deskripsi Data Tentang Strategi Promosi Madrasah Menggunakan Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas ...	63
2. Deskripsi Data Tentang Pelaksanaan Strategi Promosi Madrasah Menggunakan Alumni di Madrasa Aliyah Negeri 2 Banyumas	73
3. Deskripsi Data Tentang Implikasi Strategi Promosi Madrasah	

Menggunakan Alumni di Madrasa Aliyah Negeri 2 Banyumas	91
C. Analisis Data	96
1. Analisis Data Tentang Strategi Promosi Madrasah Menggunakan Alumni di Madrasah Aliyah Negeri Banyumas	96
2. Analisis Data Tentang Pelaksanaan Strategi Promosi Madrasah Menggunakan Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas	101
3. Analisis Data Tentang Implikasi Strategi Promosi Madrasah Menggunakan Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas	102
D. Keterbatasan Penelitian	106

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran - Saran	112
C. Penutup	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penerimaan Peserta Didik 3 Tahun Terakhir	9
Tabel 4.1	Tenaga Pendidikan dan Kependidikan	57
Tabel 4.2	Kriteria Jurusan di MAN 2 Banyumas	57
Tabel 4.3	Sarana dan Prasarana di MAN 2 Banyumas	59
Tabel 4.4	Narasumber	63
Tabel 4.5	Penerimaan Peserta Didik Baru MAN 2 Banyumas Tahun Pelajaran 2017/2018	92
Tabel 4.6	Penerimaan Peserta Didik Baru MAN 2 Banyumas Tahun Pelajaran 2018/2019	93
Tabel 4.7	Penerimaan Peserta Didik Baru MAN 2 Banyumas Tahun Pelajaran 2019/2020	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Matrik Wawancara	118
Lampiran 2	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Kepala Sekolah	123
Lampiran 3	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Waka Kesiswaan	126
Lampiran 4	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Kepala Guru	130
Lampiran 5	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Alumni	13
Lampiran 6	Transkrip Hasil Wawancara Dengan Alumni	138
Lampiran 7	Hasil Angket	141
Lampiran 8	Foto Surat Izin Riset	155
Lampiran 9	Surat Keterangan Selesai Riset	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Tanah MAN 2 Banyumas	59
Gambar 4.2 Pelaksanaan Registrasi Kongres Alumni	72
Gambar 4.3 Pelaksanaan Kegiatan Kongres Alumni	72
Gambar 4.4 Panitia PPDB	78
Gambar 4.5 Kunjungan ke SMP/MTs	80
Gambar 4.6 Brosur PPDB 2020	81
Gambar 4.7 Pamflet PPDB Online	84
Gambar 4.8 HUT MAN 2 Banyumas	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Madrasah merupakan sekolah umum berciri khas Islam yang muatan kurikulumnya sama dengan sekolah dan memiliki sistem pendidikan yang menggabungkan antara sistem pendidikan tradisional dan sistem modern. Madrasah menjadi cermin bagi umat Islam yang memiliki fungsi dan tugas untuk merealisasikan cita-cita umat Islam yang menginginkan anak mereka di didik menjadi manusia beriman dan berilmu pengetahuan. Madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam memiliki peran sebagai pewarisan budaya melalui pendidikan yang bersistem nilai dan kepercayaan, pengetahuan dan norma-norma serta adat kebiasaan dan berbagai perilaku tradisional yang telah membudaya pada satu generasi ke generasi berikutnya.¹ Dalam skala yang lebih luas, madrasah harus mampu masuk dalam bursa kompetisi pasaran pendidikan. Di negara-negara maju, manajemen pemasaran merupakan hal yang diperhatikan dalam berbagai organisasi. Di dalam sektor

¹ Ida Rochmawati, *Optimalisasi Peran Madrasah Dalam Pengembangan Sistem Nilai Masyarakat*, Jurnal PEDAGOGIA, hal 164

nirlaba menegaskan bahwa sekolah yang menghadapi menurunnya jumlah pendaftar serta meningkatnya, sekarang menggunakan strategi pemasaran untuk mencari siswa dan dana. Mereka menetapkan pasar sasaran mereka dengan lebih jelas, memperbaiki komunikasi dan promosi, serta menggapai kebutuhan dan keinginan siswa dengan baik.² Disamping itu, lembaga pendidikan dituntut untuk dapat mempromosikan lembaganya dengan menggunakan strategi promosi yang tepat, karena seberapa bagusnya lembaga pendidikan jika tidak dapat mempromosikan dengan maksimal akan berimplikasi pada tidak dikenalnya lembaga tersebut dikalangan masyarakat yang akhirnya berimbas pada minimnya jumlah siswa.³

Strategi sendiri merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana madrasah akan mencapai misi dan tujuannya.⁴ Melihat strategi hanya sebagai salah satu bagian dari rencana (*plan*) ternyata tidak dapat memberikan penjelasan yang memuaskan terhadap berbagai

² Suparman Makmur. 2018. *Manajemen Pendidikan Berbasis Madrasah*. Makasar: Penerbit Aksara Timur. Hlm 48

³ Finadatul Wahidah, *Strategi Promosi Pendidikan kepada Masyarakat dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Sudi di Madrasah Aliyah Mu'allimat Jombang*, Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan, (Vol 14, No 1, April 2018), hlm 95

⁴ David Hunger, Thomas L Wheelen, *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta : Andi), hal 16

fenomena strategi dalam dunia bisnis. Oleh sebab itu Mintzberg memperluas konsep strategi dan mendefinisikan strategi dengan memperhatikan berbagai dimensi dari konsep strategi.⁵

Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategi, strategi tidak didefinisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan, karena strategi dalam konsep manajemen strategi mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri.⁶ Manajemen harus menguji ulang misi dan tujuan madrasah saat ini sebelum dapat menghasilkan dan mengevaluasi strategi-strategi alternatif. B.B. Tregoe dan J.W. Zimmerman menekankan pentingnya langkah ini yaitu :

Ketika membuat keputusan, ada kecenderungan umum untuk berkonsentrasi hanya pada alternatif-alternatif saja, kemungkinan-kemungkinan tindakan daripada pada tujuan yang ingin kita capai. Kecenderungan itu begitu meluas karena memang lebih mudah untuk berurusan dengan tindakan alternatif yang ada daripada memikirkan apa yang ingin kita capai di masa yang akan datang. Memproyeksikan sekumpulan nilai ke depan adalah pekerjaan yang sangat sulit. Hasilnya, kita akan membuat pilihan-pilihan yang sesuai dengan tujuan-

⁵ Ismail Solihin. *Manajemen Strategi*. (Gelora Aksara Pratama), hal

⁶ Ismail Solihin. *Manajemen...* “, hlm. 24.

tujuan kita dan bukan pilihan-pilihan berkonsolidasi dengan tujuan-tujuan yang jelas.⁷

Fenomena penggunaan promosi sebagai bagian dari strategi *marketing* di lembaga pendidikan akhir-akhir ini semakin meningkat, kegiatan ini sudah biasa dilakukan dalam dunia bisnis. Promosi dilakukan ketika menjelang penerimaan siswa baru, kebanyakan lembaga pendidikan mempromosikan dirinya melalui iklan di televisi, radio, spanduk, baliho, penyebaran brosur atau melalui alumni. Semua itu bertujuan agar menarik minat masyarakat dan calon siswa pada khususnya.⁸ Akan tetapi meskipun demikian, promosi harus dilakukan sesuai dengan aturan yang ada. Dasar Hukum mengenai promosi yaitu sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تَصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Hai orang-orang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu

⁷David Hunger, Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta : Andi), hal 200

⁸ Fahrurrozi, *Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam*. Penelitian Individu. 2012. Hlm 2

kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”⁹

Maksud ayat diatas adalah bahwa ayat ini termasuk ayat yang mengajarkan adab dan akhlak yang baik, yaitu keharusan mengklarifikasi akan suatu berita agar tidak mudah mengikuti kabar berita yang tidak bertanggungjawab. Dan juga tidak mudah menghakimi orang dengan berbekal informasi yang samar dan tidak pasti kebenarannya.

Peranan alumni dalam memajukan kualitas suatu institusi pendidikan formal sering terlupakan. Padahal alumni merupakan asset penting yang harus dirangkul dan dikembangkan sedini mungkin. Salah satu hal yang perlu disadari, semua siswa yang sukses menjalani masa pendidikan di sekolah/madrasah pada akhirnya akan menjadi alumni. Artinya salah satu indikator keberhasilan proses pendidikan dapat dilihat dari alumni dalam menjalankan peran mereka di jenjang pendidikan yang lebih tinggi maupun berbagai bidang pekerjaan yang mereka jalani secara professional sesuai minat dan kemampuan.¹⁰ Strategi alumni dapat melalui sosial media, sosialisasi ke

⁹ *Al-Qur'an*. 2010. Penerbit: Agung Media

¹⁰ <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com> diakses pada tanggal 27 November 2019 pada pukul 14.14 WIB

sekolah-sekolah, menyebar brosur, dan strategi yang paling efektif yaitu dari mulut ke mulut. karena komunikasi tersebut dapat lebih menarik perhatian dengan adanya tanya jawab secara langsung dan lebih meyakinkan masyarakat.

Pada dewasa ini kemajuan teknologi semakin pesat, sehingga strategi promosi menjadi alat untuk dapat mempengaruhi pelanggan. Dengan menggunakan bauran promosi di era yang modern ini dan Sumber Daya Manusia yang memadai untuk melakukan promosi dengan cara *Advertising* (periklanan). Dengan begitu promosi merupakan salah satu faktor penting keberhasilan sebuah iklan produk. Menggunakan bahasa yang tepat, sesuai dengan selera masyarakat, mudah dipahami, dan mudah diingat akan membuat iklan lebih dapat diterima masyarakat.

MAN 2 Banyumas pada tahun terakhir lulusan 2016 masih menggunakan identitas MAN Purwokerto 2 diganti pada tahun 2017. MAN 2 Banyumas sekarang memiliki dua program pendidikan yaitu program ketrampilan dan juga program reguler. Program studi pilihan di MAN 2 antara lain IPA Reguler, IPS Reguler, Keagamaan Reguler, IPA Ketrampilan, IPS Ketrampilan, Keagamaan Ketrampilan. MAN 2 Banyumas memiliki 8 jenis kompetensi keahlian

program pengembangan dan kerampilan, diantaranya yaitu Desain Pemodelan dan Informasi Pembangunan, Teknik Instalasi Tenaga Listrik, Teknik Pendinginan dan Tata Udara, Teknik Komputer dan Jaringan, Akutansi dan Keuangan Lembaga, Tata Busana, Kriya Kreatif Kayu dan Rotan, dan Tata Boga. Di program ketrampilan disediakan workshop yang sangat memadai sesuai dengan ketrampilannya masing-masing. Dan lulusan MAN 2 Banyumas mendapatkan sertifikat menandakan mereka mempunyai skill sehingga siap terjun ke dunia kerja. Sedangkan program regular merupakan program SMA dan lebih banyak mendapatkan teori karena ingin melanjutkan ke jenjang Perguruan Tinggi.

Salah satu program unggulan MAN 2 Banyumas di bidang ketrampilan kejuruan dan kewirausahaan (vocasional) yang dirintis pada tahun 1998/1999 dengan tujuan memberikan bakal ketrampilan hidup kepada siswa lulusan MAN 2 Banyumas agar mampu bekerja menyesuaikan dengan kebutuhan Dunia Kerja dan Dunia Usaha serta mampu menanamkan etos kerja yang tinggi dan bersikap produktif dalam mengembangkan semangat kewirausahaan.¹¹

¹¹ Brosur PPDB Tahun Pelajaran 2020/2021

MAN 2 Banyumas juga selalu melakukan upaya pengembangan dan pembangunan untuk meningkatkan kualitas madrasah. Salah satunya dalam hal sarana dan prasarana sehingga MAN 2 Banyumas memiliki fasilitas mendukung, semua program berjalan dengan baik. Gedung lantai 2 memiliki ruangan yang nyaman. Memiliki 38 kelas, yaitu kelas X terdiri dari 6 kelas IPA, 6 kelas IPS, 2 kelas Keagamaan. Kelas XI memiliki 5 kelas IPA, 5 kelas IPS, 2 kelas Keagamaan. Kelas XII memiliki 5 kelas IPA, 5 kelas IPS, dan 2 kelas Keagamaan. Memiliki perpustakaan lengkap dan luas, lapangan sepak bola, lapangan tenis, lapangan volly, ada masjid dan juga mushola, dan memiliki 1 laboratorium bahasa, 3 laboratorium IPA, 1 laboratorium teknik komputer jaringan, 1 laboratorium komputer akutansi, 1 laboratorium komputer desain arsitektur, 1 laboratorium tata busana, 1 laboratorium ac dan elektro, 1 laboratorium furniture, 1 laboratorium tata boga, ada juga aula serba guna, asrama putri, hotspot area, dan 6 ruang tata ketrampilan baru.¹²

MAN 2 Banyumas memiliki peminat yang bertambah setiap tahunnya, namun dengan adanya

¹²*Sumber Dokumentasi Pamflet hasil pra riset MAN 2 Banyumas 8 Juni 2020*

keterbatasan kuota MAN 2 Banyumas memiliki kualifikasi NEM yang akan diterima tidaknya di madrasah tersebut.

Tabel 1.1
Data Penerimaan Peserta Didik di MAN 2 Banyumas

No	Tahun	Jenis Kelamin	Jumlah	Jumlah Total
1	2017/2018	Laki-Laki	193	485
		Perempuan	292	
2	2018/2019	Laki-Laki	161	512
		Perempuan	351	
3	2019/2020	Laki-Laki	162	545
		Perempuan	383	

Sumber Dokumentasi hasil Pra-Riset MAN 2 Banyumas 16 Juni 2020¹³

Dari data di atas merupakan dampak keberhasilan promosi yang dilakukan MAN 2 Banyumas. Dengan adanya publikasi kegiatan pemasaran PPDB MAN 2 Banyumas yang salah satunya dengan *promotion by community* dengan melibatkan alumni di dalamnya.¹⁴

¹³ *Sumber Dokumentasi hasil Pra-Riset MAN 2 Banyumas 16 Juni 2020*

¹⁴ Dokumentasi strategi promo madrasah dalam rangka PPDB MAN 2 Banyumas oleh : Muhammad Fahmi, S.Pd. 8 Juni 2020

Menurut observasi pra-riset dahulu MAN 2 Banyumas belum sepopuler sekarang apalagi dikalangan siswa-siswi Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang notabennya adalah sekolah umum bukan islam tapi mungkin sudah pupuler dikalangan siswa-siswi Madrasah Tsanawiyah (MTs) melihat letaknya berdampingan dengan MTs Negeri Model Purwokerto. Melihat banyak sekolah-sekolah yang memiliki kualitas yang bagus, maka setidaknya MAN 2 mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya dan menjadi populer dikalangan masyarakat dan siswa-siswi dari sekolah umum. Strategi yang dilakukan MAN 2 sudah cukup baik dengan mempromosikan ke SMP dan MTs kabupaten Banyumas. Akan tetapi sekolah-sekolah lainnya juga pasti melakukan hal itu. Kemudian alumni yang sekarang sudah sukses dan bekerja di bidang yang strategis diturutsertakan dengan membangun citra baik sekolah.

MAN 2 Banyumas menggunakan metode publikasi langsung dan tidak langsung. Publikasi langsung yaitu seperti halnya sekolah/madrasah lain juga melakukan hal ini dengan promo kunjungan secara langsung ke beberapa SMP/MTs. Bentuk kegiatan berupa presentasi ke peserta didik agar memperoleh informasi secara langsung dari tim

sosialisasi MAN 2 Banyumas terkait gambaran umum madrasah. Sedangkan metode tidak langsung dengan menggunakan media internet (website resmi, whatsapp, facebook, instagram), brosur, poster, banner, kalender, program kegiatan.¹⁵

lantaran memiliki strategi yang bagus dalam melakukan promosi, salah satunya dengan memanfaatkan alumni yang mampu bekerja sama dengan baik dan jujur apa adanya, dan MAN 2 Banyumas memiliki letak yang strategis yaitu di tengah kota dimana akses informasi baik melalui internet, surat kabar atau media lainnya sangat mudah didapatkan. Animo peminat yang begitu besar terhadap MAN 2 Banyumas inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melihat lebih dalam terkait dengan strategi promosi madrasah dengan kontribusi alumni. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Promosi Madrasah Berbasis Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas ”**.

¹⁵ Dokumentasi strategi promo madrasah dalam rangka PPDB MAN 2 Banyumas oleh : Muhammad Fahmi, S.Pd. 8 Juni 2020

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi di MAN 2 Banyumas berbasis alumni ?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi promosi di MAN 2 Banyumas berbasis alumni ?
3. Bagaimana implikasi strategi promosi di MAN 2 Banyumas berbasis alumni?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui mengapa strategi promosi di MAN 2 Banyumas berbasis alumni
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi promosi di MAN 2 Banyumas berbasis alumni.
3. Untuk mengetahui implikasi strategi promosi di MAN 2 Banyumas berbasis alumni.

D. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi dan informasi khususnya bagi mahasiswa mengenai strategi promosi melalui alumni dan study evaluasi dalam pengembangan penelitian kedepannya supaya lebih baik. Dan menambah wawasan mengenai

strategi promosi melalui alumni dan memperkaya khasanah penelitian dikalangan para peneliti.

b. Secara praktis

1. Bagi Peneliti; untuk menambah wawasan berpikir dan memperluas pengetahuan serta mendapatkan pengalaman praktis selama proses penelitian.
2. Bagi madrasah; penelitian ini memberikan masukan kepada madrasah dalam strategi promosi melalui alumni.
3. Bagi masyarakat; penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada orang tua dan masyarakat mengenai madrasah.
4. Bagi akademik; penelitian ini dapat menambah khasanah pustaka khususnya Jurusan Manajemen Pendidikan Islam UIN Walisongo, dan diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai strategi promosi madrasah secara mendalam.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori Strategi Promosi

a. Pengertian Strategi Promosi

Menurut Bittel yang dikutip oleh Fauzin Imam, strategi adalah rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan lembaga. Sedangkan dalam KBBI, diartikan sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi dipandang sebagai sebuah program yang meliputi tujuan yang ingin dicapai, disertai dengan tindakan atau langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut sebagai usaha merespon lingkungannya. Para ahli mengemukakan pengertian secara berbeda-beda dalam penyajian dan penekanannya, namun semuanya mempunyai pengertian yang hampir sama antara satu dengan yang lain.¹⁶

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Berapapun

¹⁶ Faizin Imam, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah". *Jurnal Madaniyah* (Vol 7, No 2, Agustus 2017), Hlm 262-263

berkualitasnya suatu produk, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Promosi digunakan untuk menginformasikan kepada orang mengenai produk-produk dan meyakinkan para pembeli dalam pasar sasaran suatu perusahaan, organisasi saluran, dan masyarakat umum untuk membeli barangnya. Alma mengatakan bahwa: “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa”.¹⁷ Kegiatan promosi dapat melalui beberapa media, yaitu media cetak, media sosial, media audio visual. Misalnya melalui koran, brosur, reklame, facebook, TV. Adapun promosi yang dilakukan secara terbuka melalui alumni-alumni yang mempromosikan langsung kepada masyarakat.

Namun, mengambil keputusan yang tepat tidak selalu mudah. Para manajer pemasaran seringkali harus mengambil keputusan-keputusan besar seperti ciri apa yang harus dirancang untuk sebuah produk

¹⁷ Andi Mugiantoro, *Analisis Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Kamar Superior di Hotel Orchardz Gajah Mada Pontianak*. jurnal Ilmiah, 2016, Hlm 5

baru; dimana produk tersebut harus dijual; dan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk iklan. Para manajer pemasaran juga harus mengambil keputusan yang lebih rinci untuk tema promosi seperti kata-kata dalam iklan atau penempatan warna yang tepat agar terlihat lebih menarik untuk pelanggan melihat atau membaca.¹⁸

Promosi dalam perspektif syariah merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan. Berkaitan dengan hal itu maka ajaran Islam sangat menekankan agar menghindari unsur-unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau pelanggan.¹⁹ Dalam Quran surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang

¹⁸ Hery. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:PT Grasindo. Hlm 2

¹⁹ Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*, Jurnal Khatulistiwa, (vol 4, No 1, Maret 2014), hlm 83

berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa/4: 29).

Dalam ayat tersebut Allah mengharamkan memakan harta dengan cara yang batil, kecuali jika dengan jalan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka rela dari kedua belah pihak. Tidak diragukan lagi bahwa orang yang membeli produk sebab tertipu dengan promosi yang dilakukan maka dia tentunya tidak rela ketika mengetahui yang sebenarnya. Maka jual beli apapun yang mengandung unsur penipuan dan pelabuan termasuk ke dalam memakan harta dengan cara yang batil.²⁰ Dalam sebuah hadist juga disebutkan:

أبي هريرة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم مر على صبرة طعام فأدخل يده ففيها فنالت أصابعه بالآ فقال ما هذا يا صابرة الطعام قال أصابعه السماء يا رسول الله قال أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس من خشت فليس ممني (رواه مسلم)

“Dari Abu Hurairah ra bahwa Rasulullah pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, “apa ini wahai pemilik makanan?”

²⁰ <https://www.rumahfiqih.com> diakses tanggal 5 Juli 2020 WIB

03.46

Sang pemiliknya menjawab, “makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah.” Beliau bersabda, “Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barang siapa menipu maka dia bukan dari golongan kami.” (H.R. Muslim No.102)

Pelajaran dari hadist ini Nabi Muhammad SAW sangat menekankan menempatkan sesuatu pada tempatnya, sekaligus mengajarkan selalu bersikap jujur. Apalagi bila persoalan makanan yang terkena hujan itu berkaitan dengan sesuatu yang dijual belikan. Maksudnya supaya tidak terjadi ada orang merasa dibohongi atau dirugikan. Bila kebiasaan tidak baik ini, meskipun bukan barang dagangan, dibiarkan bisa jadi akan jadi kecerobohan atau kebiasaan jelek sehingga kalau terjadi hubungan muamalah seperti jual beli jelas akan merugikan pihak lain. Inilah yang ditekankan oleh beliau.²¹

Jadi kesimpulannya strategi promosi adalah sebuah rencana yang fundamental dengan menggunakan faktor keberhasilan program pemasaran untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan.

²¹ Syafaat R Selamat, 2017, *Dahsyatnya Hujan*, (Jakarta: Redaksibip), hlm 103

b. Fungsi Strategi Promosi

Ada beberapa alasan kenapa organisasi sangat memerlukan strategi, yaitu antara lain:

1. Menentukan dan mengatur arahan. Organisasi memerlukan strategi untuk menetapkan dan mengatur arahan bagi organisasinya dan sekaligus untuk menyiasati pesaingnya atau lingkungan yang mengancam.
2. Dari sudut pandang organisasi, strategi merupakan suatu kebutuhan untuk memfokuskan usaha dan mengarahkan aktivitas. Jadi, tanpa strategi suatu organisasi ibarat suatu kumpulan individu yang berjalan sendiri-sendiri tanpa tahu apa yang harus dilakukan, sesuatu yang bisa menyatukannya kembali adalah strategi. Dengan adanya strategi dapat menyatukan pemikiran, perhatian yang mampu memfokuskan dan mengarahkan semua pihak dalam mencapai keputusan.
3. Di samping itu, strategi dibutuhkan untuk menegaskan posisi suatu organisasi. Strategi tidak hanya mengarahkan perhatian orang dalam bekerja, tapi juga memberi organisasi suatu makna sebagaimana yang diinginkan oleh *outsiders*.

4. Strategi dibutuhkan untuk meminimalisir ketidakpastian (*uncertainty*) dan memberikan konsistensi untuk dapat membantu kognisi dan memuaskan kebutuhan intrinsik, serta menjaga efisiensi kerja dalam kondisi yang stabil.²²

c. Tujuan Strategi Promosi

Berbagai tujuan strategi promosi yang dapat kita ketahui seperti meningkatkan permintaan, menumbuhkan keinginan konsumen, menstimulus para konsumen untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik dengan lembaga pendidikan tersebut. Penjelasan lain tentang tujuan strategi promosi yaitu memusatkan pada pengaruhnya terhadap kepuasan masyarakat dalam rangka meningkatkan volume promosi. Komunikasi yang terjalin dalam promosi tidak hanya komunikasi satu arah, melainkan bisa dengan dari mulut kemulut sehingga menciptakan kondisi timbal balik dengan sendirinya masyarakat lebih bersedia dalam mendaftarkan anaknya pada lembaga pendidikan.

²² Fahrurrozi, 2015, *Manajemen Pendidikan Islam*, Semarang : CV Karya Abadi Jaya, hlm 51-53

Pada pemaparan diatas, secara umum tujuan akhir strategi promosi yaitu :

- a. Adanya peningkatan permintaan dari masyarakat akan lembaga pendidikan
- b. Peningkatan perfoma kerja lembaga
- c. Mensinergikan aktivitas sumber daya manusia pada bidang pemasaran dan periklanan.²³

2. Strateg Promosi Madrasah Berbasis Alumni di MA

a. Pengertian Alumni

Menurut Oxford Advanced Learners Dictionary alumni adalah mantan siswa atau peserta didik pada sekolah/madrasah, lembaga, universitas tertentu.²⁴ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia alumni merupakam orang-orang yang telah mengikuti atau tamat dari suatu sekolah atau madrasah. Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat diketahui bahwa alumni merupakan peserta didik yang telah menyelesaikan pendidikannya pada suatu lembaga

²³ <https://jurnalmanajemen.com/strategi-promosi/> dikutip pada tanggal 7 April 2020 pukul 13:33 WIB

²⁴ *Oxford Advanced Learners Dictionary*. 1995. Oxford University Press

pendidikan, baik itu pendidikan formal maupun pendidikan non formal²⁵

Alumni merupakan aset penting yang harus dirangkul dan dikembangkan sedini mungkin oleh lembaga pendidikan. Akan tetapi dalam berbagai kesempatan, peranan alumni dalam memajukan kualitas suatu institusi pendidikan formal sering terlupakan. Pada dasarnya semua siswa yang menjalani masa pendidikan di sekolah pada akhirnya akan menjadi alumni. Maka dari itu alumni adalah salah satu indikator keberhasilan proses pendidikan pada lembaga tersebut, hal itu dapat dilihat dari peran mereka dijenjang pendidikan yang lebih tinggi maupun berbagai bidang pekerjaan yang mereka jalani.

b. Organisasi Alumni

Untuk meningkatkan hubungan antara madrasah dengan alumni, maka perlu dibentuk wadah yang mampu menaungi aktivitas alumni, terutama dalam mendukung pengembangan madrasah.

Menurut Edgar F. Huse dan James L. Bowditch yang dikutip oleh Sutarto, organisasi adalah sesuatu yang

²⁵ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2015. Kbbi.web.id, diakses pada tanggal 30 Desember 2020, pukul 20.27 WIB

tersusun dari sejumlah subsistem yang saling berhubungan, terbuka, dan dinamis, memiliki input, output, operasi, umpan balik, batas, memiliki tujuan, fungsi, dan sasaran.²⁶ Sedangkan menurut Sutarto, organisasi merupakan sistem saling berpengaruh antar orang dalam kelompok yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.²⁷ Kedua definisi tersebut menekankan, bahwa organisasi merupakan sebuah sistem dimana antar anggota saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan tertentu. Namun, pada hakikatnya organisasi merupakan suatu wadah di mana di dalamnya terdapat suatu sistem yang berguna untuk mencapai tujuan tertentu yang telah disepakati. Jika diartikan dalam organisasi alumni, maka terdapat tiga komponen yang harus dipenuhi dalam organisasi alumni, yaitu sistem yang saling berhubungan, kerjasama antara beberapa komponen, terutama anggota organisasi alumni, dan tujuan yang ingin dicapai.

Islam memiliki pandangan tersendiri mengenai tindakan sosial yang berupa kerjasama dalam kehidupan

²⁶ Sutarto. 2006. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. Hal 37

²⁷ Sutarto. 2006. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. Hal 40

sehari-hari. Allah berfirman dalam Surat Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong (kerjasama) dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.²⁸

Allah memerintah hamba-Nya untuk melakukan perbuatan baik, sunnah, dan wajib sebab derajat ketakwaan seorang muslim dapat diukur dari sejauh mana orang tersebut dapat menjauhi segala sesuatu yang dilarang Allah dan Rasulnya.oleh sebab itu, kerjasama dalam kebaikan dan ketakwaan dianjurkan kepada seluruh umat Islam.

c. Peran Alumni

Konsep peran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep peran yang dikemukakan oleh Paul B. Horton dan Chesner L.Hunt yakni peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang

²⁸ *Al-Qur'an*. 2010. Surah *AL-Maidah* ayat 2

mempunyai status.²⁹ Sedangkan menurut Soejono Soekanto yang dikutip oleh Kun Maryati dan Jujun Suryawati mengemukakan definisi peranan sebagai berikut, peranan lebih banyak menunjukan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Jadi, tepatnya adalah bahwa seseorang menduduki suatu posisi atau tempat dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan.³⁰

Dalam strategi promosi ini peran alumni sangat dibutuhkan bahkan lebih efisien dalam melakukan pendekatan maupun sosialisasi kepada masyarakat. Adapun beberapa strategi alumni yang dapat diaktualisasikan secara nyata dengan baik :

1. Alumni dapat berperan sebagai katalis dengan mempromosikan almamater mereka kepada masyarakat sebagai upaya agar masyarakat tertarik memasukan anaknya ke sekolah tersebut. Meskipun alumni tidak lagi merupakan bagian aktif dalam proses pendidikan di sekolah, akan tetapi mereka memiliki pengalaman yang cukup banyak selama menjadi siswa.

²⁹ Bagja Waluya, 2007, *Sosiologi*, Bandung: PT Setia Inves, hal 24

³⁰ Kun Maryati dan Jujun Suryawati, 2010, *Sosiologi*, Surabaya: Erlangga, hal 70

2. Alumni yang berprestasi dan memiliki kompetensi yang mumpuni dapat memainkan fungsi penting dalam membangun opini publik untuk menarik minat calon siswa baru. Disadari atau tidak, orang tua murid akan selalu melihat alumni sebagai acuan anaknya dalam menentukan pilihan sekolahnya. Jika alumni itu memiliki capaian keberhasilan dalam jenjang pendidikan selanjutnya atau dalam karir, kualitas dan kuantitas calon siswa atau siswi yang berminat untuk mendaftar akan meningkat.
3. Alumni juga bisa mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan. Ini tentunya melibatkan para alumni agar membuat persebarannya meluas kepada calon siswa atau siswi. Mata rantai ini, dengan didukung oleh sistem pendidikan yang baik dan semangat berkompetisi secara sehat.

Alumni mungkin adalah salah satu dari faktor penting dari mempromosikan lembaga pendidikan. Melihat potensi strategis yang luar biasa yang dapat digali dari alumni, sebaiknya pihak sekolah lebih merangkul alumninya, menjadikannya alumni yang berdedikasi tinggi dan berkualitas. alumni harus lebih semangat dalam mempromosikan dan membesarkan

almamaternya. Agar banyak siswa atau siswi yang mendaftarkan diri. Alumni yang berkualitas dan memiliki daya juang tinggi akan semangat berkompetisi secara sehat.

d. Pengembangan Alumni

Pengembangan adalah penyiapan individu untuk memikul tanggungjawab yang berbeda atau lebih tinggi di dalam organisasi.³¹ Bentuk dari penyiapan tersebut berupa pendidikan yang dimandatkan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai praktisi yang profesional. Makna pendidikan memiliki arti bahwa pengembangan tidak hanya dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kognitif dan psikomotorik saja, namun pengembangan juga dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan afektif sumber daya manusia. Sedangkan profesional berarti kemampuan yang memadai yang dimiliki oleh sumber daya manusia, serta komitmen dan konsistensi dalam pelaksanaan kinerja sesuai dengan tanggungjawab yang dimiliki. Berdasarkan dua pendapat tersebut dapat didefinisikan pengembangan alumni merupakan pendidikan yang diberikan kepada alumni agar mampu

³¹ Suwatno dan Priansa, D.J. 2011. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta. Hal 103

menjadi anggota organisasi yang profesional dalam mengemban tanggungjawab yang diberikan. Makna profesional berarti a) menampilkan kebiasaan berdisiplin yang baik, b) tanpa diawasi oleh orang lain selalu berusaha bekerja dengan cara yang tepat, cepat, efisien, c) atas usaha sendiri selalu berupaya memelihara dan mengembangkan keahliannya, d) memiliki rasa bangga serta cinta kepada pekerjaan dan profesinya, e) tidak menyalahgunakan keahliannya sehingga merugikan orang lain, f) menghargai dan menghormati teman seprofesi, dan g) memiliki sistem nilai yang sesuai dengan profesi.³²

Makna pengembangan sumber daya manusia tidak hanya terbatas pada pengembangan individu saja, namun termasuk juga variasi kegiatan dalam pengembangan individu, pengembangan kelompok, pengembangan sistem, dan pengembangan anggota secara keseluruhan. Oleh karena pengembangan sumber daya manusia mencakup beberapa hal, maka program pengembangan perlu direncanakan dengan baik yang

³² Murywantobroto & Abdullah, G. 2012. *Upaya Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Menyiapkan Lulusannya Sebagai Tenaga Kerja yang Profesional*. Portal Garuda, dalam Portalgaruda (Portalgaruda.org), diakses tanggal 30 Desember 2020 pukul 20.51 WIB

dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, agar pengembangan yang dilakukan tidak hanya sebatas pengembangan untuk kebutuhan saat ini, namun juga untuk kebutuhan di masa yang akan datang. Namun yang perlu ditekankan kembali, tujuan pengembangan adalah untuk meningkatkan kemampuan kognitif, psikomotorik, dan afektif alumni. Tujuan pengembangan tersebut tidak dapat dilaksanakan secara terpisah, agar kinerja anggota organisasi dapat berjalan secara seimbang.

4. Pelaksanaan Strategi Promosi Madrasah

Ada beberapa langkah-langkah dalam pelaksanaan promosi sekolah menurut Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin, yaitu :

a. Identifikasi pasar

Dalam tahap ini, sekolah harus melakukan pengamatan untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar, termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Termasuk dalam tahap pemetaan dari sekolah lain. Selain itu, untuk mengetahui kebutuhan pasar sekolah juga harus melakukan metode analisis pemasaran. menurut Kompri analisis yang strategis yaitu dengan analisis swot:

1. Mengidentifikasi kekuatan (*strength*), setiap lembaga pendidikan harus mampu menganalisis kekuatan-kekuatan yang dimiliki sekolah/madrasah. Misalnya jika kekuatan lembaga tersebut dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pemasarannya (promosinya).
 2. Kelemahan (*weakness*), dalam suatu lembaga pendidikan harus mampu mencari kelemahan-kelemahan yang ada dilingkungan sehingga bisa dimanfaatkan untuk mencari peluang dalam pemasaran.
 3. Kesempatan (*opportunity*), lembaga pendidikan harus dapat memanfaatkan kesempatan yang ada untuk melakukan promosi.
 4. Ancaman (*threat*), setiap lembaga pendidikan pasti memiliki ancaman-ancaman dari luar. Maka dari itu dalam suatu lembaga pendidikan harus mampu mengantisipasi ancaman-ancaman yang terjadi.
- b. Segmentasi pasar dan positioning

Dalam tahap ini sekolah/madrasah diharapkan dapat mengetahui karakteristik berdasarkan karakteristik demografi, geografi, psikografi, ataupun

perilaku. Dengan hal itu, madrasah dapat menentukan bagian pasar yang akan dilayani.

c. Diferensi produk

Madrasah hendaknya memberikan tekanan yang berbeda dengan madrasah lain dalam bentuk kemasan yang menarik, seperti logo dan slogan, pemakaian seragam yang menarik, gedung madrasah yang bersih atau stiker madrasah. Dengan memberikan sesuatu yang berbeda akan lebih menarik dan memberikan kesan yang baik terhadap madrasah.

d. Komunikasi promosi

Menurut Buchari Alma dan Ratih Huriyaati yang dikutip oleh Eka Pratiwi Zakiyah dan Andrian Yayan promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Komunikasi yang dilakukan oleh madrasah dalam promosi atau iklan perlu menjadi pertimbangan. Bentuk dan materi pesan hendaknya

dikemas secara elegan, tetapi menarik perhatian agar madrasah tetap dalam pencitraan madrasah sebagai pembentuk karakter dan nilai yang baik.

Ada beberapa bentuk komunikasi promosi menurut Buchari Alma dan Ratih Huriyati, yaitu:

1. *Personal selling*. Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba dan membelinya.
2. *Mass selling*. Pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Ada dua bentuk utama *mass selling*, yaitu periklanan dan publisitas.
3. Promosi penjualan. Bentuk persuasi langsung melalui berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.
4. Hubungan masyarakat. Suatu upaya komunikasi menyeluruh dari perusahaan untuk mempengaruhi

persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.

5. *Direct marketing*. Sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur atau transaksi sembarang lokasi.
6. *Word of mouth*. Komunikasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu ciri khusus dari promosi dalam bisnis jasa. Promosi ini merupakan salah satu sumber yang penting. Dimana orang yang menyampaikan rekomendasi secara perorangan sering kali lebih disukai sebagai sumber informasi.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang paling berpengaruh yaitu komunikasi dari mulut ke mulut publikasi ini terkadang sering terlupakan, tetapi memiliki pengaruh kuat adalah ptomosi “*mouth to mouth*” alumni yang sukses dapat membagi pengalaman (*testimony*) atau bukti keberhasilan madrasah.

- e. Konsep manajemen pemasaran sekolah

Organiasi pendidikan hendaknya memiliki sistem pengelolaan/manajemen yang dapat memaksimalkan atribut-atribut yang dianggap pasar

sebagai atribut yang penting dalam sebuah intitusi pendidikan. Dengan demikian, konsep pemasaran pendidikan yang berwawasan jasa/produk pelayanan akan berkembang menjadi konsep pemasaran pendidikan yang berorientasi pasar, bahkan berwawasan masyarakat (*society*).³³

B. Kajian Pustaka

Dalam penelitian skripsi ini penulis mencari beberapa referensi yang berhubungan dengan strategi pemasaran/promosi pendidikan. Terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian sekarang, antara lain :

1. Skripsi dari Achmad Minan Zuhri, publikasi tahun 2017 dengan judul “Sistem Pemasaran melalui Pelayanan Alumni Jama’ah Haji di KBIH An-Nur Surabaya”. Berdasarkan hasil penelitian hal ini ditinjau dari segi pengalaman alumni jama’ah, sebelum pada pengalaman konsumen, pihak KBIH An-Nur membangun sebuah pelayanan terhadap alumni, sehingga alumni diharapkan akan terpuaskan melalui pelayanan yang tersedia dari

³³ Eka Pratiwi Zakiyah dan Andrian Yayan, 2017, *Pelaksanaan Strategi Pemasarn Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun Pelajaran 2016/2017*, Skripsi IAIN Surakarta, hlm 13-17

KBIH. Dari sebuah pelayanan akan beralih pada pengalaman konsumen, sehingga pelanggan atau alumni dapat menceritakan pengalaman yang didapat dari KBIH An-Nur terhadap orang lain, dari sinilah konsumen baru atau calon jama'ah tertarik akan KBIH An-Nur dikarenakan bukti nyata, yaitu pengalaman alumni sudah ada selain itu, pemasaran melalui pelayanan alumni ini juga dapat menjadi jangka panjang bagi KBIH An-Nur, sehingga ini sama dengan halnya investasi yang mana jika tidak untuk dikonsumsi dimasa ini, maka akan dikonsumsi dimasa yang akan datang. *Perbedaan:* Pada penelitian dari Achmad Minan Zuhri mengkaji tentang promosi melalui alumni di lembaga agama yang terfokus pada ibadah haji. Sedangkan penelitian peneliti mengkaji tentang promosi alumni pada lembaga pendidikan. *Persamaan:* Pada penelitian dari Achmad Minan Zuhri membahas mengenai strategi pelayanan alumni dalam meningkatkan jama'ah haji KBIH An-Nur. Sedangkan penelitian peneliti membahas tentang strategi promosi alumni madrasah menggunakan alumni di MAN 2 Banyumas³⁴

³⁴ Achmad Minan Zuhri, 2017, “Sistem Pemasaran melalui Pelayanan Alumni Jama'ah Haji di KBIH An-Nur Surabaya”, Skripsi

2. Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan dari Renata dan Tobari publikasi tahun 2017 dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi”. Berdasarkan hasil penelitian promosi melakukan kunjungan atau sosialisasi ke sekolah-sekolah SMU/SMK Negeri dan swasta. Biasanya tim promosi dari Universitas PGRI Palembang terdiri dari 2 sampai 3 orang yang berugas untuk memberikan informasi secara langsung kepada pihak sekolah dan para siswa kelas 3 (tiga) yang akan mengikuti UAN. Selain itu tim promosi memanfaatkan media internet melalui jejaring sosial FB dan Website untuk membagikan gambar atau foto kegiatan workshop dan event yang telah mereka lakukan kepada pengguna jejaring sosial yang lain. Hal ini diharapkan dapat membuat citra kampus baik di masyarakat, selain melibatkan tim promosi kegiatan ini juga melibatkan seluruh pegawai dan mahasiswanya di Universitas PGRI Palembang untuk menyebarkan informasi yang positif mengenai kampus kepada masyarakat luas disekitar mereka seperti keluarga, teman, tetangga,

ataupun orang yang mereka kenal, dalam kegiatan ini diharapkan orang yang mendapat informasi tertarik dan menyebarkan kembali informasi tersebut kepada orang lain. *Persamaan*: Pada penelitian Renata dan Tobari maupun penelitian yang dilakukan peneliti secara garis besar sama-sama menggunakan komunikasi, yang terdiri dari: *Personal selling*, *Publisitas*, dan *Word of mouth* yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pendaftar pada lembaga pendidikan. *Perbedaan*: Pada penelitian Renata dan Tobari membahas tentang strategi promosi pada Perguruan Tinggi melalui kunjungan atau sosialisasi ke sekolah-sekolah baik negeri maupun swasta yang dilakukan oleh pihak lembaga pendidikan itu sendiri. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang strategi promosi madrasah dengan cara sosialisasi ke masyarakat baik menggunakan media sosial maupun langsung yang dilakukan oleh alumni .³⁵

3. Jurnal *Social and Behavior Sciences*, dari Alina Filip tentang “*Marketing Theory Applicability in Higher Education*” berdasarkan hasil penelitian (pertama), untuk

³⁵ Renata dan Tobari, “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi” *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*, (Vol 2, No.1, Januari-Juni 2017), hlm 26-27

membuktikan penerapan teori pemasaran di universitas, sebagai solusi untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas program. (kedua), peran pemasaran diartikan dari perspektif sosial dan layanan untuk menjelaskan kepada calon mahasiswa baru dan masyarakat juga pada universitas sendiri. (ketiga), merencanakan hubungan pasar dengan menggunakan tujuh alat bauran pemasaran: produk, harga, tempat, orang, promosi, proses, bukti fisik. *Pesamaan*: pada penelitian yang dilakukan Alina Filip dengan penelitian yang dilakukan peneliti sama-sama membahas strategi pemasaran yang membahas tentang perspektif sosial dan jasa, sama-sama menggunakan alat bauran pemasaran untuk membuat hubungan positif antara teori pemasaran dan lembaga pendidikan. *Perbedaan*, pada penelitian Alina Filip menekankan pada pengembangan alat bauran pemasaran khusus untuk perguruan tinggi, sedangkan pada penelitian peneliti menggunakan alumni sebagai media promosi di MAN 2 Banyumas.³⁶

4. Skripsi dari Khoirun Ni'am tahun 2018 dengan judul "Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTS Salafiyah

³⁶ Alina Filip, *Marketing Theory Applicability in Higher Education*, Jurnal Social and Behavior Sciences, (Vol 46, No 6, 2012), hlm 1-2

Lahar Tlogowungu Pati”. Dari hasil penelitian tersebut menyatakan Implementasi strategi pemasaran pendidikan di MTs Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati adalah pertama, produk terkait dengan hal ini, salah satu cara yang dilaksanakan adalah adanya brand “ Taat beribadah, berakhlakul karimah, dan unggul dalam prestasi”, meluluskan siswa yang unggul baik dalam bidang intrakurikuler, ekstrakurikuler dan keagamaan, dibuktikan juga dengan diraihnya berbagai prestasi, nilai akreditasi madrasah yang diperoleh: A (Amat Baik), serta tersedianya sarana dan prasarana madrasah yang menunjang kegiatan belajar mengajar. Kedua, harga atau biaya yang mudah untuk dijangkau kemampuan masyarakat terutama wali murid, dari sekolah juga memberikan keringanan biaya bagi siswa yang berprestasi dan membantu siswa yang tidak mampu maupun siswa yatim piatu dan program PIP. Ketiga, tempat yang di desain secara baik mulai dari letak madrasah di tengah-tengah desa dan mudah untuk ditempuh, serta lingkungan di madrasah terlihat bersih dan di halaman madrasah ada tumbuh-tumbuhan yang membuat madrasah tampak indah dan nyaman untuk belajar. 89 Selain itu, di dalam kelas terpasang media

pembelajaran dan juga ventilasi kelas yang cukup sehingga anak-anak merasa nyaman untuk belajar. Keempat, promosi dengan menerapkan strategi promosi secara langsung, yaitu dengan melakukan sosialisasi atau kunjungan di SD maupun di MI yang bertujuan untuk mempromosikan madrasah kepada siswa tau kepada guru, sedangkan promosi secara tidak langsung, yaitu diantaranya pemasangan spanduk, media online/facebook, brosur maupun pamflet. Implikasi strategi pemasaran pendidikan di MTs Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati adalah a) meningkatnya jumlah siswa dalam 5 tahun terakhir, b) meningkatnya tingkat kepercayaan masyarakat. Ini disebabkan karena adanya produk yang ditawarkan diantaranya yaitu: Nilai akreditasi yang diperoleh: A (Amat Baik), Program yang ditawarkan di bidang keagamaan meliputi ekstra kaligrafi, qiro'ah, kultum, tadarus Al-Qur'an sebelum memulai KBM, sholat dhuha waktu istirahat pertama, dan shalat dzuhur berjamaah dan juga Prestasi yang dimiliki oleh siswa-siswi MTs. Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati. *Persamaan*. Pada penelitian Khoerun Ni'am dengan penelitian yang dilakukan peneliti sama-sama membahas tentang implikasi strategi promosi

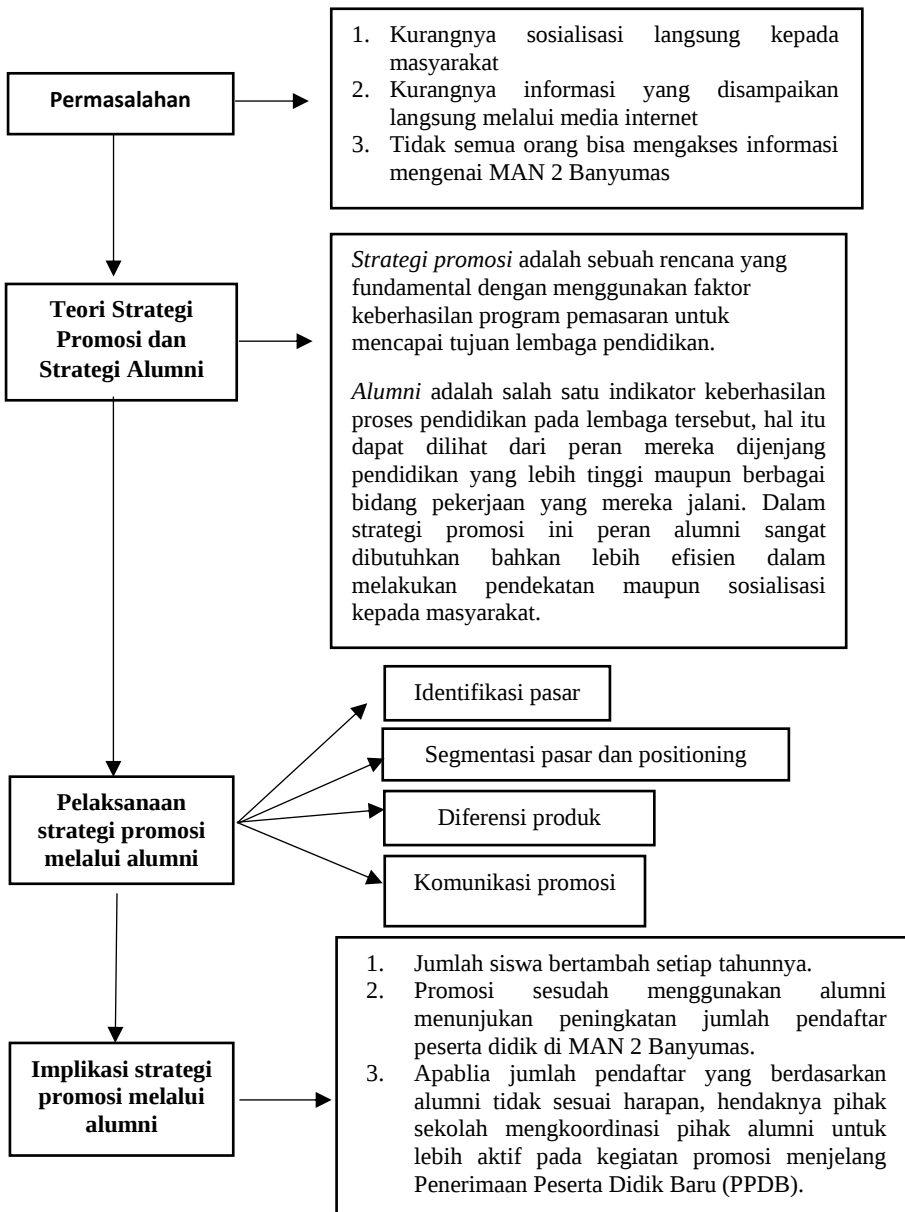
sekolah. *Perbedaan*. Pada penelitian yang dilakukan Khoerun Ni'am menekankan pada implementasi pemasaran pendidikan di MTS Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati, sedangkan penelitian peneliti menekankan pada strategi promosi madrasah menggunakan alumni di MAN 2 Banyumas.³⁷

C. Kerangka Berpikir

Lembaga pendidikan terutama madrasah mulai berkompetisi membuat masyarakat tertarik untuk mendaftarkan anaknya ke madrasah tersebut, maka dari itu kegiatan promosi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh madrasah. Strategi promosi adalah cara untuk menarik konsumen atau masyarakat untuk lebih penasaran mengenai madrasah kemudian menjadi tertarik dan mendaftarkan anak-anaknya ke madrasah. Dengan demikian peranan strategi sangatlah penting dalam meningkatkan volume pemasaran. Salah satunya dengan memanfaatkan alumni yang sudah sukses, kemudian alumni dan madrasah membangun hubungan kerjasama untuk mengembangkan promosi melalui media sosial maupun sosialisasi langsung kemasyarakat.

³⁷ Khoerun Ni'am, 2018, *Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTS Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati*, Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif, yakni penelitian tidak menggunakan statistik dalam pengumpulan data. Menurut Denzin & Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Erickson, mengatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data pada latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah instrument kunci.³⁸

³⁸ Albi Anggito, Johan Setiawan, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak: Sukabumi. Hlm 7-8

2. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat

Penelitian akan dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Banyumas. Yang terletak di Jl. Jend. Soedirman NO. 791 RT 06 RW 01, Kelurahan Berkoh Kecamatan Purwokerto Timur.

b. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari tanggal 29 September 2020 s.d 13 Oktober 2020. Akan tetapi penelitian tidak dilakukan setiap hari. Peneliti melakukan penelitian sesuai dengan adanya kesempatan dan waktu yang dimiliki oleh penenliti dan pihak yang akan diteliti.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber adalah subyek darimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, penulis mnggunakan sumber data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, baik dari hasil pengukuran maupun observasi langsung.³⁹

4. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, difokuskan pada strategi promosi berbasis alumni, bagaimana pelaksanaannya, dan

³⁹ Irwan Gani, Siti Amalia, 2015. *Alat Analisis Data*; aplikasi statistik untuk penelitian bidang ekonomi & sosial, CV.ANDI OFFSET: Yogyakarta, Hlm 2

implikasi strategi promosi madrasah di MAN 2 Banyumas berbasis alumni.

5. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara, merupakan metode percakapan antara narasumber dan pewawancara baik menggunakan teknik struktur maupun tidak struktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawarannya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.⁴⁰ Sedangkan wawancara tak struktur adalah wawancara yang tidak ada pertanyaan ditentukan sebelumnya, kecuali pada tahapan yang sangat awal, yakni ketika peneliti melakukan wawancara dengan melontarkan pertanyaan umum dalam area studi. Sebuah agenda atau daftar topik membantu peneliti untuk tetap fokus selama jalannya wawancara.⁴¹

Wawancara, merupakan proses memperoleh keterangan dengan tujuan penelitian dengan menggunakan sesi tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya

⁴⁰ Albi Anggito, Johan Setiawan, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak: Sukabumi. Hlm 84-85

⁴¹ Christine Daymon, Immy Holloway, 2002, *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*, PT. Bentang Pustaka: Yogyakarta, Hlm 264

dan si penjawab atas responden.⁴² Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden/narasumbernya sedikit/kecil.⁴³ Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber wawancara, diantaranya:

- a. Kepala Sekolah MAN 2 Banyumas, melalui wawancara ini peneliti menggali data serta informasi terkait bagaimana kepemimpinan beliau dalam mengembangkan strategi promosi di madrasah.
- b. Waka kesiswaan MAN 2 Banyumas, penelitian ini menggali data mengenai pelaksanaan dan juga penerapan strategi promosi di madrasah dan mengenai kegiatan interaksi dengan alumni madrasah.
- c. Guru BK MAN 2 Banyumas, penelitian ini menggali data mengenai pelaksanaan dan juga penerapan strategi promosi di madrasah.

⁴² Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2009), hlm 193

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet 12, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 137

- d. Alumni MAN 2 Banyumas, penelitian ini menggali data mengenai pelaksanaan dan juga strategi promosi madrasah.
 - e. Murid MAN 2 Banyumas, penelitian ini menggali data mengenai ketertarikan melangsungkan pendidikan di madrasah.
2. Observasi, merupakan langkah awal menuju fokus perhatian lebih luas yaitu observasi partisipan, hingga observasi hasil praktik sebagai sebuah metode dalam kapasitasnya sendiri-sendiri.⁴⁴ Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti untuk mengetahui sesuatu yang sedang terjadi atau yang sedang dilakukan merasa perlu untuk melihat sendiri, mendengarkan sendiri atau merasakan sendiri untuk memperoleh data yang valid yang harus dikumpulkan dalam penelitian.⁴⁵ Atau bisa juga observasi merupakan penelitian secara teoritis guna memperoleh data sekunder yang dilakukan untuk mendapat teori yang diperlukan sebagai landasan bagi penyusunan skripsi ini. Dalam

⁴⁴ Albi Anggito, Johan Setiawan, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak: Sukabumi, Hlm 109-110

⁴⁵ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*. Sebuah Upaya Mendukung Metode Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu, (Jakarta: PT Raja Grafindo Pesada, 2014), hlm 21

penelitian ini , peneliti akan melakukan observasi terhadap beberapa sumber data, diantaranya:

- a. Observasi yang dilakukan meliputi kegiatan pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat informasi yang berkaitan dengan promosi melalui alumni.
 - b. Kegiatan alumni, observasi terhadap pelaksanaan dan penerapan strategi promosi madrasah, akan membantu peneliti mengetahui seberapa berjalankah kegiatan promosi di MAN 2 Banyumas.
3. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.⁴⁶ Data yang terkumpul kemudian dianalisis. Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus atau masalah yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.

⁴⁶ Haris Herdiansyah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Selemba Humanika, 2010), hlm 143

Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari hasil penelitian observasi dan wawancara, sehingga data menjadi kuat dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam hal seperti ini kegiatan pelaksanaan dan penerapan strategi promosi di madrasah, keterangan terkait dokumen persetujuan kerjasama antara dua belah pihak (madrasah dan alumni), data Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), media pemasaran, dan dokumentasi lainnya yang berguna sebagai penunjang penelitian ini.

6. Uji Keabsahan Data

Validasi data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. (Alwasih 2003), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi dalam penguji kredibilitas ini di artikan sebagai data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat jenis-jenis triangulasi :

1. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, hal tersebut dapat dicapai melalui :

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
 - b) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
 - c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
 - d) Membandingkan keadaan dari perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan
 - e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
2. Triangulasi dengan metode adalah melakukan perbandingan, pengecekan kebenaran dan kesesuaian data penelitian melalui “metode” yang berbeda. Menurut Patton terdapat dua strategi, yaitu:
- a) Pengecekan derajat kepercayaan menemukan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data
 - b) Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi dengan penyidik adalah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk

keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.

4. Triangulasi dengan teori. menurut Lincon dan Guba, berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Di pihak lain Patton juga berpendapat yaitu, bahwa hal itu dapat dilakukan dan hal itu dinamakan penjelasan banding.⁴⁷

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara mengolah data yang telah diperoleh dari lapangan. Hasil analisis data ini merupakan jawaban atas pertanyaan masalah. Teknik analisis data harus disesuaikan dengan jenis penelitian. Berdasarkan hal tersebut, teknik analisis data dibagi atas dua macam, yakni teknik analisis data secara kuantitatif dan teknik analisis data secara kualitatif. Teknik analisis data secara kuantitatif menggunakan rumus-rumus statistik dalam

⁴⁷Muhammad Fitrah, Luthfiyah, 2017, *Metodelogi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*. (Sukabumi: CV Jejak), hlm94-95

mengolah data. Teknik analisis data secara kualitatif menggunakan analisis kualitatif atau nonstatistik.⁴⁸

⁴⁸ Kun Maryati, Juju Suryawati, 2006, *Sosiologi*, Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama, hlm 111

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISA DATA

A. Profil Madrasah

Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas adalah Madrasah Aliyah Negeri yang merupakan alih fungsi dari Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Purwokerto, bersamaan dengan beralihnya fungsi Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) di seluruh Indonesia menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) melalui Surat Keputusan Menteri agama Nomor 42 Tahun 1992 tertanggal 27 Januari 1992.

MAN 2 Banyumas secara geografis terletak di Jalan Jendral Sudirman No.791 Purwokerto Kode Pos 53111. Berdiri diatas lahan Bersertifikat Tanah Hak Pakai No.7 Tahun 1979 seluas 38.360 m² atau 3,8360 Ha dengan perubahan nama berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Cq. Kementrian Agama RI bersama Mentri Keuangan dan Kepala Badan Pertahanan Nasional RI tanggal 18 November 2013.

Sejak tahun 1950 bentuk awal MAN 2 Banyumas adalah Sekolah Guru Agama Islam (SGAI) di Purbalingga. SGAI berdiri berdasarkan Surat Edaran Menteri Agama RI

No.2771/07/1950 tertanggal 15 Agustus 1950, di mana merupakan cikal bakal berdirinya Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Purwokerto. kemudian berubah menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purwokerto 2 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI No.42 Tahun 1992, yang berlaku mulai tanggal 1 Juli 1992. Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam No.4924 Tahun 2016 tertanggal 2 September 2016 yang menyatakan bahwa MAN Purwokerto 2 adalah Madrasah Aliyah Penyelenggara Ketrampilan. Kemudian berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No.810 Tahun 2017 MAN Purwokerto 2 secara resmi menjadi MAN 2 Banyumas hingga sekarang.⁴⁹

Berikut ini merupakan profil dan letak geografis Madrasah Aliyah 2 Banyumas.⁵⁰

1. Identitas Lembaga

- a. Nama Madrasah : MAN 2 Banyumas
- b. Alamat : Jl. Jend. Sudirman No. 791
Purwokerto, Kelurahan Purwokerto Wetan, Kec.
Purwokerto Timur, Kab. Banyumas

⁴⁹ Dokumentasi profil MAN 2 Banyumas, dalam website MAN 2 Banyumas <http://manpurwokerto2.sch.id> akses pada tanggal 15 September 2020 pukul 12.06 WIB

⁵⁰ Dokumentasi profil MAN 2 Banyumas

- c. Telp/Fax : 0281633990
- d. Email : manpwt2@ymail.com
- e. NPSN : 20364924
- f. NSM : 131133020002
- g. Akreditasi : A Tahun 2019 Nomor 817/BAN-SM/SK/2019
- h. Nilai Akreditasi : 96

VISI

“Terwujudnya peserta didik yang berakhlakul karimah, berprestasi, terampil dan ramah terhadap lingkungan”

MISI

- a. Menumbuh kembangkan budaya akhlakul karimah pada seluruh civitas akademika.
- b. Menyelenggarakan pendidikan yang berbasis impak dan iptek dengan pembelajaran yang efisien, berkualitas, berkarakter, dalam pencapaian akademik dan non akademik.
- c. Menyelenggarakan pendidikan Islam dengan menciptakan lingkungan yang Islami di MAN 2 Banyumas.

- d. Menyelenggarakan pembinaan dan pelatihan olah raga, seni, *vocasional life skill* dan ekstrakurikuler untuk mengembangkan minat, bakat, peserta didik yang berpotensi tinggi agar dapat berkembang secara optimal.

2. Tenaga Pendidik dan Kependidikan

Pendidik dan tenaga kependidikan MAN 2 Banyumas pada tahun pelajaran 2019/2020 ini berjumlah 116 orang dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tenaga Pendidik dan Kependidikan

No	Jenis Pegawai	STATUS			
		PNS	NON PNS	CPNS	JUMLAH
1	Guru	57	17	14	88
2	Karyawan	10	16	-	26
3	Outsourcing	-	2	-	2
	Jumlah	67	35	14	116

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

3. Program Studi

Tabel 4.2
Kriteria Jurusan di MAN 2 Banyumas

No	Jurusan	Kelas
1	Keagamaan	X, XI dan XII
2	IPA	X, XI dan XII
3	IPS	X, XI dan XII

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

4. Program Ekstrakurikuler

- a. Osis
- b. Pramuka
- c. PMR Wira
- d. KIR
- e. Keagamaan/Rohis (*Tilawatil Qur'an*, Rebana, Keputrian)
- f. Olahraga (*Volley*, Sepak Bola, *Taekwondo*)
- g. SeniBudaya (Teater)
- h. *English Club*
- i. *Arabica Club*
- j. Kapa Narkoba
- k. Mading
- l. Kewirausahaan
- m. PKS
- n. TIK

5. Sarana dan Prasarana

MAN 2 Banyumas berupaya melengkapi fasilitas dan sarana pendidikannya, sehingga dapat memenuhi tuntutan *stakeholder* akan kualitas proses dan layanan pendidikan yang diselenggarakannya.

Sampai dengan saat ini, sarana dan prasarana yang dimiliki MAN 2 Banyumas antara lain :

1) Tanah

Gambar 4.1
Tanah MAN 2 Banyumas

Luas : 38.360 m²



2) Gedung dan Bangunan

Tabel 4.3

Sarana dan Prasarana di MAN 2 Banyumas

No	Ruangan/Bangunan	Kondisi (unit)		
		Baik*)	Rusak Ringan*)	Rusak Berat*)
1	Ruang Kelas	38	-	-
2	Ruang kepala	1	-	-
3	Ruang Guru	1	-	-
4	Ruang TU	1	-	-
5	Lab. IPA	3	-	-
6	Lab. Komputer/TIK	4	-	-

7	Lab. Bahasa	1	-	-
8	Ruang Ketrampilan	8	-	-
9	Ruang BP/BK	1	-	-
10	Ruang UKS	1	-	-
11	Ruang Perpustakaan	1	-	-
12	Aula	1	-	-
13	Gudang	-	3	-
14	WC Guru	6	-	-
15	WC Siswa	30	-	-
16	Asrama Putri	1		
17	Lap. Tennis	1		
18	Lap. Basket	1		
19	Lap. Sepak Bola	1		
20	Masjid	1		

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

B. Deskripsi Data

Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas sebagai satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan umum dengan kekhasan agama Islam pada jenjang Pendidikan Menengah Atas (SMA) sebagai lanjutan dari Sekolah Menengah Pertama (SMP), MTs, atau bentuk lain yang sederajat, diakui sama atau setara Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau MTs memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi warga negara usia sekolah agar memperoleh layanan pendidikan yang sebaik-baiknya secara tertib, terarah, sistematis, transparan, dan

berkeadilan. Hal tersebut sejalan dengan semangat Program Pemerintah Wajib Belajar 12 Tahun serta tidak ada siswa yang putus sekolah dengan tetap menjaga mutu proses, output serta outcome-nya dengan berprinsip. Pertama, semua anak usia sekolah baik dari SMP maupun MTs memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh pendidikan pada satuan pendidikan. Kedua, pada dasarnya tidak ada penolakan Calon Peserta Didik Baru bagi yang memenuhi syarat kecuali jika daya tampung di madrasah yang bersangkutan tidak mencukupi dan ketentuan waktu proses PPDB telah berakhir. Ketiga, sejak awal pendaftaran calon peserta didik dapat menentukan pilihannya ke madrasah.⁵¹

Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas memiliki beberapa strategi promosi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, yaitu melalui media internet (website resmi, whatsapp, facebook, instagram, brosur, poster, banner, merchandise atau kalender, program kegiatan), promosi *by friend to friend*, promosi *by community* (alumni, dan komite madrasah), dan menggunakan publikasi cetas (brosur, banner dll). Menurut kepala sekolah strategi

⁵¹ Observasi tentang Penerimaan Peserta Didik Baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas pada tanggal 15 Juli 2020

promosi dengan menggunakan alumni sangat efektif untuk menarik peserta didik baru. Dengan media sosial alumni dapat mempromosikan madrasah dengan membuat blog, video, maupun pamflet dan menyebarkan keberbagai paflon pribadinya. Tidak cukup melalui media sosial saja, dengan alumni yang sudah berpengalaman dan mengenal betul mengenai madrasahnyanya jadi masyarakat akan lebih tertarik dan percaya apa yang alumni bicarakan dan akan dipertimbangkannya untuk memilih madrasah tersebut ataupun dengan sistem keturunan yaitu alumni yang sekarang sudah menjadi orang tua dan mempunyai anak yang akan memasuki jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) bisa saja langsung memasukan anaknya ke madrasah tersebut dan merekomendasikan kerabat-kerabatnya ke madrasah tersebut.

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan mengenai Strategi Promosi Madrasah Menggunakan Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas menggunakan berbagai cara dalam memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun cara pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, angket, observasi, dokumentasi. Adapun responden yang digunakan sebagai narasumber adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Narasumber

No	Nama	Jabatan
1.	Drs. H. Mahmuroji, M.Pd	Kepala Sekolah
2.	Drs. Tun Fahmi Afif	Waka Kesiswaan
3.	Pandu Kusumanggoro, S.Pd	Guru BK
4.	Selamet Mubarok	Ketua Ikamandamas
5.	Dian Nurrofiq	Sekertaris Ikamandamas

Sumber: Data Primer yang Diolah 2020

1. Deskripsi Data tentang Strategi Promosi Madrasah Berbasis Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas.

Penerimaan Peserta Didik Baru dilaksanakan secara nasional mulai bulan Februari-Juli 2020 sebagaimana yang telah tertulis pada Buku Pedoman Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun Pelajaran 2020/2021 Dirjen Pendidikan Agama Islam Kementerian Agama Tahun 2020 serta dapat diikuti oleh calon peserta didik baru dari seluruh wilayah Indonesia. PPDB di MAN 2 Banyumas dilaksanakan melalui seleksi berdasarkan prestasi akademik dan prestasi non akademik, dengan ketentuan:

- a. Jalur Prestasi Akademik dan non akademik, dilaksanakan 24 Februari s.d. 19 Maret 2020 (seleksi menggunakan sertifikat Kejuaraan Perorangan untuk prestasi non akademik dan komponen nilai rapor semester 1s.d 5 dengan menduduki Rangking 1-3 di kelasnya dan memperoleh nilai matematika minimal 15 poin di atas kkm untuk prestasi akademik).
- b. Jalur Peminatan, dilaksanakan mulai tanggal 24 Februari-30 April 2020 (sebelum Ujian Nasional SMP/MTs). Dengan menggunakan persyaratan nilai rapor semesrter 1-5 dan prestasi akademik atau non akademik calon peserta didik baru yang bobotnya telah ditetapkan oleh panitia PPDB.
- c. Jalur reguler, dilaksanakan mulai tanggal 6 Mei – 4 Juli 2020 (setelah Ujian Nasional). Dengan menggunakan seleksi komponen nilai Ujian Nasional dan prestasi akademik atau non akademik calon peserta didik baru yang bobotnya telah ditetapkan oleh panitia PPDB.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Drs.

H. Mahmurroji, M.Pd selaku kepala sekolah, bahwa:

“Sejak awal 2018 kami menyelenggarakan penerimaan siswa dari jalur prstasi yaitu, kami menerima pendaftaran dari SMP/MTs basisnya

dari nilai rapot rangking 1-3, kemudian kami adakan ujian tertulis dan wawancara. Dari peminat yang cukup banyak kami mengambil 20-30 siswa jalur prestasi. Mereka yang berprestasi kami gratiskan biaya sekolah sampai lulus jika nilai mereka dua di atas kkm. Misalnya jika semester pertama nilainya masih memenuhi syarat atau kkm 65 siswa jalur prestasi harus minimal 75 tidak perlu membayar biaya sekolah tetapi jika disemester kedua nilainya turun atau dibawah 75 mereka harus membayar seperti siswa dari jalur reguler. Jadi beasiswa berlaku ketika mereka mendapat nilai minimal 75. Anak-anak kelas pprestasi saya wajibkan hanya boleh mengikuti eksul pramuka selebihnya saya fokuskan untuk kegiatan Olimpiade Sains Nasional (OSN) atau lomba-lomba akademik lainnya. Ada juga yang saya gratiskan karena non akademik yaitu siswa yang memiliki kemampuan dalam bidang olahraga dan saya ikutkan lomba-lomba dalam bidang olahraga, ada juga yang saya gratiskan yang mampu menghafalkan AL-Qur'an minimal 5 juz kami gratiskan 3 tahun dan akan kami beri apresiasi dalam bentuk hadiah.”⁵²

Mandrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas menggunakan beberapa metode pemasaran namun dari beberapa metode yang sudah umum ada yang membuat peneliti tertarik mengenai salah satu metode yang

⁵² Wawancara terhadap Bapak Drs. H. Mahmurroji, M.Pd selaku Kepala Sekolah MAN 2 Banyumas pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 9.30 WIB.

dimiliki Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas yaitu dengan cara publikasi kegiatan promosi *by community* yang salah satunya adalah alumni baik alumni yang baru saja menyelesaikan pendidikannya di madrasah maupun alumni yang sudah lama yang bernaung di dalam organisasi Ikatan Alumni MAN 2 Banyumas (Ikamandamas).⁵³

Strategi promosi di MAN 2 Banyumas yang melibatkan alumni merupakan salah satu metode yang digunakan berdasarkan wawancara dari pihak madrasah. Karena strategi promosi melalui alumni dianggap sangat efektif di MAN 2 Banyumas, dan menghasilkan peserta didik yang selalu melebihi daya tampung madrasah di setiap tahunnya. Apalagi dimasa pandemi ini yang menggunakan promosi daring peran alumni sangat dibutuhkan untuk menyebarkan pamflet lebih luas lagi dan terbukti dengan pendaftar melebihi kuota yang disediakan.

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan mengenai strategi promosi madrasah menggunakan alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2

⁵³ Hasil Observasi pada waktu Penerimaan Peserta Didik Baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas pada tanggal 9 Juli 2020 pukul 09.00 WIB

Banyumas menggunakan berbagai cara dalam memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun cara pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, angket, observasi, dokumentasi.

Strategi promosi madrasah merupakan salah satu hal yang pokok untuk menentukan cara yang tepat dalam memperkenalkan madrasah pada masyarakat luas. Alumni merupakan aset penting yang harus dirangkul sedini mungkin oleh lembaga pendidikan, pada dasarnya semua siswa yang menjalani masa masa pendidikan di sekolah pada akhirnya akan menjadi alumni. Maka dari itu alumni adalah salah satu indikator keberhasilan proses pendidikan pada lembaga pendidikan tersebut hal itu dapat dilihat dari peran mereka dijenjang pendidikan yang lebih tinggi maupun berbagai bidang pekerjaan yang mereka jalani.

Adapun wawancara yang menyatakan alasan Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas melibatkan alumni dalam mempromosikan madrasah yaitu, wawancara dari Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku Waka Kesiswaan yang mengungkapkan bahwa:

“yang saya lihat hasil lebih banyak menggunakan alumni. Sudah menjadi tradisi banyak alumni dari

angkatan 90-an yang menyekolahkan anaknya di madrasah. Selain itu alumni merupakan indikator keberhasilan proses pendidikan pada madrasah kami. Alumni dapat mempercepat penyebaran informasi mengenai madrasah kepada masyarakat dengan relasi-relasi yang banyak dan karena aktif dilingkungan masyarakat, alumni juga memiliki kompetensi yang mumpuni karena dapat memainkan fungsi penting dalam membangun opini publik, alumni juga dapat mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan. Masyarakat tentunya akan lebih yakin melihat keberhasilan alumni-alumni dari Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas.”⁵⁴

Kerjasama dengan ikatan alumni memang sangat penting untuk lembaga pendidikan terlepas dari mempererat tali silaturahmi juga sangat efektif untuk menyebarkan informasi mengenai almamaternya. Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas memiliki alumni yang bernaung dalam organisasi yang bernama ikamandamas atau Ikatan Alumni MAN 2 Banyumas. Ikamandamas didirikan pada tahun 1993 yang menjadikan wadah alumni untuk mempererat tali silaturahmi dan memotivasi adik kelas agar tidak lupa dan bangga akan almamaternya.

⁵⁴ Wawancara terhadap Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku waka Kesiswaan pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 08.00 WIB

Berdasarkan wawancara dari Bapak Selamat Mubarak selaku ketua Ikamandamas menjelaskan bahwa:

“Ikamandamas mulai aktif pada angkatan pertama yaitu angkatan 1993 dan masih aktif sampai sekarang. Kami membuat grup alumni agar lebih mudah menjalin silaturahmi dan melibatkan diri untuk siap membantu ketika madrasah mengadakan acara dan pada waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Sebagai angkatan pertama MAN 2 yang awalnya itu Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) dan secara resmi Ikamandamas dideklarasikan pada saat kongres tahun 2017. Namun sebelum adanya deklarasi masing-masing angkatan sebetulnya sudah memiliki wadah sendiri. Kami angkatan 1993 sekarang memiliki grup di media sosial misalnya di whatsapp, facebook, bahkan kami membuat instagram karena jaman sudah semakin modern lebih mudah kami bagaimana dalam mencoba menyatukan alumni dari seluruh angkatan”.⁵⁵

Seperti yang diungkapkan Bapak Selamat Mubarak selaku ketua Ikamandamas bahwa pihak Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas mengadakan acara kongres pada tanggal 4 November 2017 dan tanggal 11 November 2020. Diperuntukan khusus untuk

⁵⁵ Wawancara terhadap Bapak Selamat Mubarak selaku Ketua IKAMANDAMAS pada tanggal 7 Oktober 2020 pada pukul 9.00 WIB.

Ikamandamas dimana itu merupakan forum tertinggi kerjasama antara pihak madrasah dengan alumni untuk memutuskan organisasi Ikamandamas dalam struktur maupun AD-ART. Poin penting dalam kongres ini untuk mewujudkan kerjasama yang saling bersinergi antara pihak-pihak yang bertanggungjawab terkait kegiatan-kegiatan yang akan menunjang akreditasi dari madrasah.⁵⁶

Berdasarkan wawancara dari Bapak Pandu Kusumanggoro, S.Pd selaku guru BK, menjelaskan bahwa:

“Untuk basis siwa MAN 2 Banyumas tentu tidak lepas dari adanya alumni. Dan bahkan trekrekor siswa MAN baru ini dari alumni, kemaren salah satu metode yang dipakai adalah alumni. Maka dari itu pihak madrasah mengadakan kongres atau forum untuk melaksanakan kerjasama yang membahas tentang merencanakan bagaimana kontribusi alumni selanjutnya kepada pihak madrasah.”⁵⁷

⁵⁶ Wawancara terhadap Bapak Selamat Mubarak selaku Ketua IKAMANDAMAS pada tanggal 7 Oktober 2020 pada pukul 9.00 WIB.

⁵⁷ Wawancara terhadap Bapak Pandu Kusumanggoro, S.Pd selaku guru BK pada tanggal 13 Oktober 2020 pada pukul 10.00 WIB.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Mas Dian selaku Sekertasis Ikamandamas, mengungkapkan bahwa:

“Sejak tahun 2017 kami selaku alumni yang menaungi organisasi Ikamandamas secara legalitas melaksanakan kongres dimana itu merupakan forum tertinggi bagi kami dan bentuk kerjasama kami dengan pihak madrasah, tujuan dari diadakannya kongres tersebut pertama untuk menjalin silaturahmi tentunya, yang kedua membahas tentang rencana bagaimana alumni berkontribusi selanjutnya dan madrasah siap memfasilitasi apa kebutuhan dari alumni untuk kesejahteraan madrasah dan Ikamandamas itu sendiri.”⁵⁸

Hubungan madrasah dengan alumni menjadi nyata dan erat dengan adanya kegiatan kongres alumni pada tanggal 4 November 2017 dan tanggal 11 November 2017. Hal ini juga diperkuat dengan pengambilan dokumentasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 13 Oktober 2020, yang berupa foto acara kongres alumni.

⁵⁸ Wawancara terhadap Mas Dian Nurrofiq selaku sekretaris IKAMANDAMAS pada tanggal 19 Oktober 2020 pada pukul 10.00 WIB.

Gambar 4.2
Panitia kongres, Alumni angkatan 1993-2017
melaksanakan registrasi rapat kongres



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2020

Gambar 4.3
Panitia kongres, Alumni angkatan 1993-2017
melaksanakan kegiatan kongres alumni



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2020

Berdasarkan hasil dokumentasi dalam rapat kongres alumni yang dilakukan pihak madrasah dan alumni membahas hal-hal teknis terkait rencana bagaimana kontribusi alumni selanjutnya dan madrasah

siap memfasilitasi apa kebutuhan dari alumni untuk kesejahteraan madrasah dan Ikatan Alumni MAN 2 Banyumas.

Dapat disimpulkan bahwa alasan Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas melibatkan alumni dalam mempromosikan madrasah karena Ikatan Alumni Man 2 Banyumas dapat berperan sebagai katalis dengan mempromosikan almamaternya kepada masyarakat, alumni yang berprestasi dan memiliki kompetisi yang mumpuni dapat memainkan fungsi penting dalam membangun opini publik, dan alumni dapat dengan mudah mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan.

2. Deskripsi Data tentang Pelaksanaan Strategi Promosi Berbasis Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas

1. Strategi Promosi madrasah menggunakan alumni dalam menarik minat peserta didik

Setelah dilakukan penelitian di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas mengenai pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh madrasah dengan menggunakan metode wawancara, observasi,

dokumentasi, dan angket, maka dapat dipaparkan data hasil penelitian sebagai berikut:

a. Strategi promosi yang dilakukan pada waktu Penerimaan Peserta Didik Baru

strategi promosi madrasah merupakan salah satu hal yang pokok untuk menentukan cara yang tepat dalam memperkenalkan madrasah kepada masyarakat luas. Strategi promosi madrasah dapat dilakukan pada waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dan dilakukan diluar Penerimaan Peserta Didik Baru.

Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) merupakan waktu yang tepat untuk melakukan promosi. Karena pada saat itu banyak sekolah-sekolah yang berlomba-lomba dalam mencari peserta didik baru untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut. Promosi yang dilakukan ada berbagai macam. Berdasarkan wawancara dari Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku Waka Kesiswaan pada, menjelaskan bahwa:

“Sebelum adanya *Covid-19* promosi yang dilakukan pada waktu menjelang tahun ajaran baru yaitu dengan melakukan sosialisasi promosi ke SMP/MTs yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas,

penyebaran brosur melalui siswa-siswa MAN 2 Banyumas maupun alumni, penyebaran pamflet baik online maupun offline, pemasangan banner di titik-titik yang sekiranya ramai dikunjungi masyarakat. Bertujuan untuk memberi tahu kepada masyarakat bahwa ini sudah saatnya Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), setelah adanya pandemi ini kami melakukannya sebagian besar online atau melalui media sosial pendaftaran juga melalui website”⁵⁹

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang disampaikan Bapak Pandu Kusumanggoro, S.Pd selaku guru BK yang menjelaskan bahwa:

“Promosi yang dilakukan madrasah menggunakan bantuan alumni baik alumni lulusan baru maupun alumni yang sudah lama karena mereka sangat berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terkait informasi yang mereka bagikan baik dengan brosur, pamflet, maupun dari mulut ke mulut. Apalagi sekarang ini ditengah pandemi alumni sangat efektif, pasca daring pun banyak peminatnya.”⁶⁰

⁵⁹ Wawancara terhadap Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku waka Kesiswaan pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 08.00 WIB

⁶⁰ Wawancara terhadap Bapak Pandu Kusumanggoro, S.Pd selaku guru BK pada tanggal 13 Oktober 2020 pada pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut diperkuat oleh Bapak Drs. H. Mahmuroji, M.Pd selaku kepala di MAN 2 Banyumas dalam wawancaranya menjelaskan, bahwa:

“Promosi madrasah menjelang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yaitu dengan melakukan presentasi ke beberapa SPM/MTs di Kabupaten Banyumas. Kita melakukan promosi 4-5 bulan sebelum PPDB. Panitia yang bertugas untuk melaksanakan promosi hampir setiap pekan ada promosi ke sekolah-sekolah. Hampir setiap tahun pendaftar meningkat. Alumni cukup membantu menaikkan jumlah pendaftar di madrasah. Yang pertama alumni yang baru saja menyelesaikan pendidikannya di madrasah dengan dimintai tolong untuk menyebarkan pamflet di media sosialnya dan dari mulut ke mulut itu sangat efektif. Yang kedua yang menarik di MAN 2 ini, orang tua mempercayakan pendidikan putra putrinya di MAN 2 karena keturunan dulu bapak ibunya yang pernah belajar di PGA yang sekarang menjadi MAN 2 Banyumas”.⁶¹

Selain dengan melakukan wawancara dengan narasumber diatas, adapun penjelasan langsung

⁶¹ Wawancara terhadap Bapak Drs. H. Mahmuroji, M.Pd selaku Kepala MAN 2 Banyumas pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 10.30 WIB

pengenai metode sosialisasi ke SPM/MTs, penyebaran brosur, dan waktu pendaftaran sebagai berikut:

a. Sosialisasi SMP/MTs

Secara teknis tim sosialisasi dari Madrasah Aliyah 2 Banyumas dan perwakilan alumni melakukan kunjungan secara langsung ke beberapa SMP/MTs. Bentuk kegiatan berupa presentasi ke peserta didik SPM/MTs agar memperoleh informasi secara langsung dari pihak MAN 2 Banyumas terkait dengan gambaran umum madrasah sehingga calon peserta didik menjadi lebih tertarik karena mendapatkan informasi langsung dari pihak madrasah.⁶²

Berdasarkan wawancara dari Bapak Pandu Kusumanggoro, S.Pd selaku guru BK yang menyatakan bahwa:

“Dalam kegiatan PPDB kami membentuk panitia PPDB dan panitia sosialisasi. Dan panitia sosialisasi yang pertama melibatkan kepala madrasah, wakil kepala madrasah BK, semua guru juga terlibat dalam sosialisasi madrasah.”⁶³

⁶² Dokumentasi Strategi Promo Madrasah dalam Rangka PPDB MAN 2 Banyumas oleh Bapak Muhammad Fahmi, S.Pd. Pada Tanggal 8 Juni 2020

⁶³

Adapun susunan kepanitiaan yang melibatkan sebagian kepala madrasah, wakil kepala madrasah serta guru-guru. Hal tersebut diperkuat dengan adanya dokumentasi mengenai panitia Penerimaan Peserta Didik Baru, sebagai berikut:

Gambar 4.4
Panitia PPDB

1.8. Susunan Kepanitiaan		
1.8.1. Susunan Panitia PPDB		
1.8.2. Susunan Panitia PPDB		
Panitia Inti		
Pelindung	1	Komite Madrasah
Pemanggang Jawab	1	Kepala Madrasah
Ketua	1	Wakamad. Bidang Kesiswaan
Sekretaris	1	Staf I Wakamad. Bidang Kesiswaan
Bendahara	1	Staf II Wakamad. Bidang Kesiswaan
Anggota	1	Staf III Wakamad. Bidang Kesiswaan
Panitia Pelaksana		
1. Pemanggang Jawab	1	Drs. H. Mahamudji, M.Pd.
2. Ketua I	1	Drs. Tun Fahmi Afif
3. Ketua II	1	Drs. Hari Prasanto, M.M.
4. Sekretaris I	1	Muhammad Fikri, S.Pd
5. Sekretaris II	1	Basari Rahmat, S.Chari
6. Bendahara I	1	Nuridin, M.Pd.I.
7. Bendahara II	1	Drs. Gendang Tri Hartini
8. Seksi Pendaftaran I	1	H. Kusnadi, S.Pd.
9. Seksi Pendaftaran II	1	Rizki Nurul Azzahra, S.Pd.
10. Seksi Pendaftaran III	1	Budiman, S.Pd.
11. Seksi Pendaftaran IV	1	Dewi Rahmawati, S.Pd.
12. Seksi Humas I	1	H. Wahid Syarifuddin, S.Ag.
13. Seksi Humas II	1	Pandi Kusumanggono, S.Pd.
14. Seksi Evaluasi dari Pendaftaran Bakal dan Seleksi I	1	Drs. H. Supriyo
15. Seksi Evaluasi dari Pendaftaran Bakal dan Seleksi II	1	Drs. Kaidan
16. Seksi Perbendaharaan I	1	Yusuf Haryadi, S.Ag.
17. Seksi Perbendaharaan II	1	Cyano Budiantoro
18. Seksi BTA I	1	Drs. Hj. Eri Rochyurni
LPI PPDB TP. 2020/2021 MAN 2 BANYUMAS Halaman 17		
19. Seksi BTA II	1	Kusron, M.Pd.I.
20. Seksi Keasramaan	1	Susanti Sidi'arifah, S.Pd.
21. Seksi Pembantu Umum I	1	Wahyuni
22. Seksi Pembantu Umum II	1	Eko Yuliantoro
23. Seksi Pembantu Umum III	1	Riki Fari Sitohak
24. Seksi Pembantu Umum IV	1	Muramno

⁶⁴Sumber: Dokumentasi peneliti dari Job Description PPDB, 2020

⁶⁴ Dokumentasi dari Job Description PPDB di MAN 2 Banyumas pada tanggal 9 Juli 2020 pukul 09.00 WIB

Berdasarkan hasil observasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas melakukan sosialisasi kurang lebih ke- 70 SMP/MTs di Kabupaten Banyumas. Panitia yang ditugasi untuk melakukan promosi dibagi menjadi beberapa kelompok dan dijadwalkan setiap minggu melakukan promosi ke SMP/MTS.

Adapun pernyataan dari Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku Waka Kesiswaan, sebagai berikut:

“PPDB bulan Juli kita promosi dari Januari, untuk panitia yang ditugasi untuk promosi jalurnya melalui jalur Waka Humas, dan hsmpir setiap pekan panitia melakukan promosi ke sekolah-sekolah”⁶⁵

Hal ini diperkuat dengan pengambilan dokumentasi oleh peneliti yang berupa foto kegiatan promosi ke SMP, sebagai berikut:

⁶⁵ Wawancara terhadap Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku waka Kesiswaan pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 08.00 WIB

Gambar 4.5
Kunjungan ke SMP/MTs



⁶⁶Sumber: Dokumentasi peneliti dari kegiatan sosialisasi PPDB, 2020

b. Pembagian brosur

Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas mencetak 5000 eks brosur. Brosur dibagikan kepada siswa kelas 9 pada waktu kegiatan kunjungan sekolah atau presentasi, brosur juga dibagikan kepada siswa SMP/MTs pada waktu kegiatan pengumuman kelulusan, brosur juga dibagikan pada waktu Wisuda kelas XII MAN 2 Banyumas, Brosur juga disebar pada grup

⁶⁶ Dokumentasi foto dari kegiatan Sosialisasi ke SMP Penerimaan Peserta Didik Baru

Whatsapp, Facebook milik alumni supaya disebar luaskan lagi.⁶⁷

Dokumentasi yang berupa brosur terbaru dari Madrasah Aliyah Negeri 2, sebagai berikut:

Gambar 4.6
Brosur PPDB 2020



⁶⁷ Dokumentasi dari data primer tentang Metode Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas 2020

⁶⁸Sumber: Dokumentasi peneliti dari brosur MAN
2 Banyumas, 2020

c. Waktu pendaftaran peserta didik baru

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Tun Fahmi Aziz pada tanggal 29 September 2020 menjelaskan bahwa salah satu untuk mengatasi persaingan yaitu dengan melakukan pendaftaran diawal dari sekolah-sekolah lain, dan melakukan promosi lebih awal dari bulan pendaftaran, dan kami hampir setiap pekan melakukan promosi ke sekolah-sekolah. sekarang kami tidak begitu cemas karena hubungan alumni dengan madrasah yang baik sudah dan madrasah dipercaya menjadi sekolah yang tepat buat keturunan mereka, saudara-saudara bahkan tetangga mereka, itu yang sekarang terjadi maka silaturahmi kita terjalin dengan baik walaupun dengan alumni angkatan tua dari angkatan 1993 sampai sekarang. Hal tersebut diperkuat oleh Bapak Pandu selaku guru BK pada wawancara tanggal, bahwa pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dilakukan lebih awal. Pada awal bulan Februari-Maret sudah

⁶⁸ Dokumentasi dari Brosur Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas

dibuka untuk gelombang 1 (jalur prestasi), untuk gelombang 2 (jalur minat) pada bulan Februari-April, dan gelombang 3 (jalur reguler) pada bulan Mei-Juli.⁶⁹

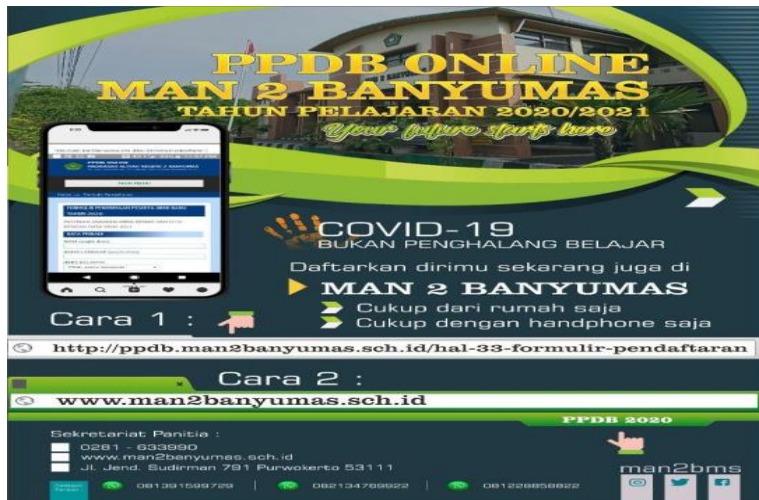
Selain melakukan wawancara dengan kedua sumber, peneliti juga melakukan pengambilan data pada waktu observasi pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada tanggal 8 Juni 2020 berupa brosur. Namun untuk tahun ajaran 2020/2021 yang sedang berada ditengah pandemi *covid-19* seperti waktu pelaksanaan observasi keadaanya tidak seperti PPDB sebelum pandemi sekarang sangat ketat dan sepi karena peserta didik baru melakukan pendaftara online melalui website MAN 2 Banyumas yakni di <https://ppdb.man2banyumas.sch.id?artikel-9-hasil-test-ppdb-jalur-minat-2020-2021> dan melihat pengumuman diterima atau tidaknya juga melalui daring serta test juga daring. Peserta didik yang ke madrasah hanya yang diterima saja dan melakukan wawancara singkat, registrasi dan pengambilan

⁶⁹ Wawancara terhadap Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku waka Kesiswaan pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 08.00 WIB

bahan sragam itu pun dengan protokol kesehatan yang ketat.⁷⁰

Gambar 4.7

Pamflet PPDB Online



⁷¹Sumber: Dokumentasi peneliti dari website MAN 2 Banyumas, 2020

b. Promosi di luar waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

⁷⁰ Hasil Observasi pada waktu Penerimaan Peserta Didik Baru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas pada tanggal 9 Juli 2020 pukul 09.00 WIB

⁷¹ Hasil Dokumentasi Pendaftaran PPDB Online di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas pada tanggal 9 Juli 2020 pukul 09.00 WIB

Promosi madrasah tidak hanya dilakukan ketika menjelang penerimaan peserta didik baru saja, akan tetapi juga bisa dilakukan diluar kegiatan penerimaan peserta didik baru. Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas melakukan promosi baik melalui kegiatan-kegiatan di madrasah maupun kegiatan alumni dari Ikamandamas. Adapun kegiatan yang dilaksanakan yaitu:

- a) Pengelolaan dan pembagian daging kurban pada saat Idhul Adha

Kegiatan pembagian daging kurban menjadi kegiatan rutin madrasah untuk melatih siswa dalam pengelolaan daging kurban, pada kegiatan ini alumni turut aktif di lapangan bahkan madrasah sangat mendominasi para alumni. Berdasarkan wawancara dari Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku waka kesiswaan pada tanggal yang menjelaskan bahwa:

“Acara Hari Raya Idhul Adha merupakan salah satu kegiatan untuk bersosialisasi dan lebih dekat dengan masyarakat serta mengenalkan MAN 2 Banyumas dengan masyarakat”⁷²

⁷² Wawancara terhadap Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku waka Kesiswaan pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 08.00 WIB

Pernyataan tersebut diperkuat dari Mas Dian selaku alumni, pada tanggal menyatakan bahwa:

“Kita selalu mendapat undangan ketika madrasah mengadakan acara salah satunya pada perayaan Hari Raya Idhul Adha. Kami selalu hadir walaupun tidak bisa semua alumni hadir tetapi kami usahakan selalu ada ketika madrasah membutuhkan alumni. Pada kegiatan pemotongan hewan kurban alumni, siswa bekerjasama juga dengan masyarakat, itu merupakan kesempatan kami untuk bersosialisasi dan berhubungan baik dengan masyarakat begitupun pada saat pembagian kurban ke masyarakat kami secara langsung mengenalkan MAN 2 Banyumas.”⁷³

Menurut cerita lebih lanjut dari Bapak Tun Fahmi Afif selaku waka kesiswaan mengenai kegiatan pada waktu Idhul Adha. Yang pertama dilakukan dari panitia Idhul Adha yaitu mendata warga yang kurang mampu, kemudian membagi kelompok beserta tugasnya dan wilayah yang akan dibagikan hewan

⁷³ Wawancara terhadap Mas Dian Nurrofiq selaku sekretaris IKAMANDAMAS pada tanggal 19 Oktober 2020 pada pukul 10.00 WIB.

kurban. Setelah pembagian tugas dan arahan selesai. Pada waktu Hari Raya Idhul Adha panitia dari guru, siswa, alumni melaksanakan sholat Idhul Adha bersama dengan masyarakat di Masjid MAN 2 Banyumas yang merupakan masjid umum untuk didatangi masyarakat untuk sholat berjamaah di sehari-harinya, setelah sholat selesai kami mulai dengan pemotongan hewan kurban, setelah itu pembagian hewan kurban kepada masyarakat yang kurang mampu. Kegiatan tersebut secara otomatis sebagai pengenalan atau mempromosikan madrasah kepada masyarakat⁷⁴

b) Milad Madrasah Alumni Negeri 2 Banyumas

Menurut cerita dari Bapak Selamat Mubarak selaku alumni, mengadakan syukuran pada waktu milad madrasah salah satu kegiatan rutin selain untuk mengingat sudah berapa lama madrasah didirikan juga bersyukur atas kemajuan madrasah. Acara milad MAN 2 Banyumas juga dimeriahkan dengan

⁷⁴ Wawancara terhadap Bapak Drs. Tun Fahmi Afif selaku waka Kesiswaan pada tanggal 29 September 2020 pada pukul 08.00 WIB

keikutsertaan alumni. Alumni juga menjadi tim sukses acara karena terlibat dalam kepanitiaan acara tersebut. Adapun wawancara dari Bapak Tun Fahmi Afif selaku waka Kesiswaan, menyatakan bahwa:

“Acara milad madrasah adalah salah satu acara pengingat bagi kami semua warga MAN 2 Banyumas untuk selalu bersyukur dan berusaha lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya, selain kita mengadakan acara reuni nasional dengan alumni, dan pentas seni untuk hiburan, kami juga mendistribusikan sembako pada kegiatan bakti sosial dalam rangka Milad MAN 2 Banyumas ke masyarakat yang kurang mampu dan beberapa panti asuhan”

Untuk memperkuat pendapat kedua narasumber diatas dilakukan pengambilan dokumentasi, peneliti mengambil acara milad tahun 2017. Dokumentasi berupa random acara pada waktu milad tanggal 24 Desember 2017. Di dalam acara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa acara tersebut madrasah sangat mendominasi alumni untuk berperan aktif. Susunan acaranya meliputi, kongres alumni nasional, bazar *open house* *mandala show* (demo

pomsae dance, demo ketangkasan pramuka, demo PPPK PMR), acara *opening ceremony*, *alumni on stage*, dan pentas seni lainnya. Acara milad madrasah dilaksanakan di luar madrasah yaitu di Taman Kota Andhang Pangrenan acaranya merupakan acara terbuka untuk umum sangat strategis sekali untuk memperkenalkan madrasah ke masyarakat luas karena taman tersebut terletak ditengah-tengah kota dan merupakan taman kota terbesar di Banyumas. Setelah acara tersebut kami juga melakukan kegiatan kerja bakti bersih bersih lingkungan baik di lingkungan taman maupun di lingkungan masyarakat sekitar. Dalam pelaksanaan kegiatan HUT madrasah didukung adanya promosi madrasah di dalam acara tersebut.⁷⁵

Hal ini juga diperkuat dengan pengambilan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 13 Oktober 2020 melalui Bapak Pandu selaku guru BK yang berupa foto

⁷⁵ Dokumentasi susunan acara Milad Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas dan Kongres Alumni Nasional pada tanggal 13 Oktober 2020 pukul 11.00 WIB

kegiatan milad Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas.

Gambar 4.8

HUT Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas



⁷⁶Sumber: Dokumentasi peneliti dari Mas Dian Nurrofiq, 2020

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi pelaksanaan strategi promosi madrasah dengan menggunakan alumni dilakukan dengan 2 cara. Pertama, pada waktu menjelang PPDB yaitu dengan sosialisasi ke

⁷⁶ Sumber: Dokumentasi peneliti dari Mas Dian Nurrofiq selaku sekretaris IKAMANDAMAS, 2020

SMP/MTs, pembagian brosur, media sosial. Kedua, diluar waktu PPDB yaitu melalui kegiatan Idhul Adha, dan HUT Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas, maupun kegiatan dari pihak Ikamandamas itu sendiri yaitu dengan berkunjung ke temoat tinggal satu sama lain sekaligus mengenalkan almamaternya, dan mempromosikan di media sosialnya.

3. Deskripsi Data tentang Implikasi Strategi Promosi Berbasis Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas

Implikasi strategi promosi adalah strategi yang bertujuan untuk mempertahankan, memelihara, serta untuk meningkatkan peserta didik. Implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas dalam empat bidang, yaitu: produk, harga, tempat dan promosi yang berdampak positif dalam menarik jumlah calon peserta didik yang akan mendaftar di madrasah

Implikasi dari strategi yang telah dilakukan madrasah adalah meningkatnya animo peningkatan jumlah peserta didik baru. Keberhasilan MAN 2 Banyumas dalam promosi dapat dilihat dari peningkatan

peserta didik yang mendaftar dari tahun ke tahun. Dengan berhasilnya promosi yang dilakukan madrasah dengan semakin banyaknya peserta didik yang mendaftar madrasah juga menambah kelas dari tahun ke tahun, jumlah pendaftar selalu melebihi kuota yang ditetapkan madrasah. Untuk lebih jelasnya dapat disajikan tabel Penerimaan Peserta Didik Baru 3 tahun terakhir, sebagai berikut:

Tabel 4.5

Penerimaan Peserta Didik Baru MAN 2 Banyumas
Tahun Pelajaran 2017/2018

NO.	STATUS SEKOLAH	PENDAFTAR			DITERIMA			DAFTAR ULANG		
		L	P	JML	L	P	JML	L	P	JML
1	MTs	93	152	245	129	166	295	129	166	295
2	SMP	120	282	452	64	126	190	64	126	190
	JUMLAH TOTAL	213	434	647	193	292	485	193	292	485

Sumber: Data Primer yang Diolah 2020

Tabel 4.6

Penerimaan Peserta Didik Baru MAN 2 Banyumas
Tahun Pelajaran 2018/2019

NO.	JALUR PENDAFTARAN	PENDAFTARAN			DITERIMA			DAFTAR ULANG		
		L	P	JML	L	P	JML	L	P	JML
1	Prestasi	4	60	64	1	20	21	1	18	19
2	Peminatan	67	199	266	59	171	230	58	161	219
3	Reguler	136	209	345	96	150	246	102	172	274
	JUMLAH TOTAL	207	468	675	156	341	497	161	351	512

Sumber: Data Primer yang Diolah 2020

Tabel 4.7

Penerimaan Peserta Didik Baru MAN 2 Banyumas
Tahun Pelajaran 2019/2020

NO.	JALUR PENDAFTARAN	PENDAFTAR			DITERIMA			DAFTAR ULANG		
		L	P	JML	L	P	JML	L	P	JML
1	Prestasi	1	21	22	1	10	11	1	10	11
2	Peminatan	75	209	284						
3	Reguler	135	271	406				158	373	531
	JUMLAH TOTAL	214	504	718				162	383	545

Sumber: Data Primer yang Diolah 2020

Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa jumlah siswa yang mendaftar pada tahun pelajaran 2017/2018 sebanyak 747 siswa sedangkan yang diterima 485 siswa. Kemudian pada tahun pelajaran 2018/2019

jumlah pendaftar sebanyak 675 siswa pada tahun ini mengalami penurunan namun di tahun 2018/2019 MAN 2 Banyumas memiliki jalur baru yaitu jalur prestasi yang pada tahun sebelumnya belum ditetapkan dan jumlah yang diterima sebanyak 512 siswa. Kemudian ditahun pelajaran 2019/2020 jumlah pendaftar mengalami peningkatan menjadi 718 siswa yang diterima sebanyak 545 siswa.

Begitu juga apabila dilihat dari keseluruhan jumlah siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan walaupun sempat mengalami penurunan untuk jumlah pendaftar namun masih diatas jumlah kriteria kuota yang ditetapkan madrasah sehingga madrasah tidak mengalami kekurangan siswa. Jumlah siswa yang diterima 3 tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Semua itu karena adanya kerjasama panitia PPDB, hubungan yang baik dengan alumni sehingga alumni turut ikut memperkenalkan citra madrasah ke masyarakat lebih luas dan implementasi strategi promosi yang baik dari pihak madrasah.

Hasil wawancara dengan Bapak Tun Fahmi Afif selaku waka kesiswaan yang menyatakan bahwa:

“Dari tahun ke tahun jumlah siswa semakin banyak, bahkan bukan hanya dari kalangan MTs namun dari kalangan SMP pun tidak kalah banyak, artinya madrasah sudah dikenal luas oleh masyarakat awam yang dulu kebanyakan hanya memandang sekolah dari kementerian pendidikan saja. Dengan membangun lebih banyak relasi yang berpengaruh salah satunya alumni kita dari angkatan 1993 sampai sekarang. Misalnya alumni yang sudah memiliki anak dan anaknya sekarang sudah memasuki jenjang sekolah menengah atas, anaknya disekolahkan di MAN 2 Banyumas. Jadi banyak yang anaknya murid saya dulu.”

pernyataan tersebut senilai dengan pernyataan dari Bapak Pandu selaku guru BK, menyatakan bahwa:

“Siswa MAN 2 Banyumas setiap tahun bertambah kelasnya juga bertambah, jadi kontribusi alumni membuahkan hasil yang nyata. Kami mengakui keterlibatan alumni dalam memperkenalkan madrasah di masyarakat menjadikan masyarakat lebih percaya untuk mendaftarkan anaknya ke MAN 2 Banyumas dan mengenal madrasah.”

Berdasarkan wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi promosi yang dilakukan Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas juga dengan keterlibatan alumni yang aktif memasarkan madrasah terbukti dengan adanya tabel kenaikan jumlah peserta didik 3 tahun terakhir.

C. Analisis Data

1. Strategi Madrasah Berbasis Alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas

Konsep peran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep peran yang dikemukakan oleh Paul B. Horton dan Chesner L.Hunt yakni peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang mempunyai status.⁷⁷ Sedangkan menurut Soejono Soekanto yang dikutip oleh Kun Maryati dan Jujun Suryawati mengemukakan definisi peranan sebagai berikut, peranan lebih banyak menunjukan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Jadi, tepatnya adalah bahwa seseorang menduduki suatu posisi atau tempat daalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan.⁷⁸

Alumni merupakan aset penting yang harus dirangkul dan dikembangkan sedini mungkin oleh madrasah dan alumni merupakan salah satu indikator keberhasilan proses pendidikan pada lembaga tersebut, hal itu dapat dilihat dari peran mereka dijenjang pendidikan yang lebih tinggi maupun berbagai bidang

⁷⁷ Bagja Waluya, 2007, *Sosiologi*, Bandung: PT Setia Inves, hal 24

⁷⁸ Kun Maryati dan Jujun Suryawati, 2010, *Sosiologi*, Surabaya: Erlangga, hal 70

pekerjaan yang mereka jalani. Strategi promosi menggunakan alumni merupakan rencana madrasah yang bekerjasama dengan alumni dalam rangka menyampaikan informasi tentang madrasah kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai metode yang efektif.

Berdasarkan hasil penelitian strategi promosi di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas salah satunya dengan menggunakan alumni. Dalam strategi ini peran alumni sangat dibutuhkan bahkan lebih efisien dalam melakukan pendekatan maupun sosialisasi kepada masyarakat. Adapun beberapa strategi alumni yang dapat diaktualisasikan secara nyata dengan baik, antara lain:

- 1) Ikamandamas (Ikatan alumni MAN 2 Banyumas) berperan sebagai katalis dengan mempromosikan almahatarnya kepada masyarakat dengan upaya agar masyarakat tertarik memasukan anaknya ke sekolah tersebut. Diluar dari kegiatan di MAN 2 Banyumas ikamandamas sangat dekat dengan masyarakat. Ketua ikamandamas sendiri merupakan Carik di kelurahan Karanglewas Kidul dan banyak dari mereka yang bekerja dekat dengan masyarakat atau melayani masyarakat. Jiwa sosial mereka juga tinggi apabila

ada yang belasungkawa misal salah satu keluarga mereka ada yang meninggal ikamandamas datang untuk berbelasungkawa dan memperkenalkan diri sebagai sesama alumni MAN 2 Banyumas, jadi dengan itu masyarakat mengenal MAN 2 Banyumas. Meskipun alumni tidak lagi merupakan bagian aktif dalam prosesn pendidikan sekolah, akan tetapi ketika madrasah mengadakan acara besar maupun kecil alumni akan berkontribusi dan membau dengan warga madrasah juga masyarakat sekitar.

- 2) Alumni yang berprestasi dan memiliki kompetisi yang mumpuni dapat memainkan fungsi penting dalam membangun opini publik. Ikamandamas sekarang sebagian besar berada di Yogyakarta ada yang bekerja maupun masih menempuh pendidikannya, ada juga yang sukses di desanya bekerja di bidang yang mumpuni seperti menjabat di kantor kelurahan, di kantor dinas sosial, KPU Kabupaten Banyumas dll. Dengan memiliki pekerjaan yang baik atau kuliah di Universitas yang baik maka tidak lepas dari latar belakang pendidikan sebelumnya yaitu Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas. Disadari atau tidak, orang

tua murid akan selalu melihat alumni sebagai acuan anaknya dalam menentukan pilihan sekolahnya.

- 3) Ikamandamas juga dapat mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan. Dengan adanya kegiatan-kegiatan baik dari madrasah maupun acara yang diadakan oleh ikamandamas sendiri sudah cukup membangun citra baik dimata masyarakat, baik melakukan publikasi langsung maupun tidak langsung. Kegiatan publikasi langsung yang dilakukan MAN 2 Banyumas antara lain, madrasah melakukan kegiatan perlombaan tingkat SMP/MTs, kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), kegiatan bakti sosial dalam rangka Milad MAN 2 Banyumas, kegiatan di Hari Raya Idhul Adha, maupun kegiatan dari alumni yang saling menyambangi dari rumah kerumah alumni otomatis secara langsung maupun tidak langsung masyarakat bisa menilai adanya keberadaan Ikatan MAN 2 Banyumas.

Alumni di Madrasah Aliyah 2 Banyumas mungkin adalah faktor penting dari mempromosikan madrasah. Melihat kontribusi dari ikamandamas yang awalnya adalah inisiatif dari para alumni itu sendiri dari angkatan 1993 sampai sekarang, pihak madrasah

mengakui potensi strategis yang luar biasa dari alumni dengan itu pihak madrasah mengadakan kongres dan rauni nasional untuk alumni.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad Minan Zuhri publikasi tahun 2017 dengan judul “Sistem Pemasaran melalui Pelayanan Alumni Jama’ah Haji di KBIH An-Nur Surabaya”. Berdasarkan hasil penelitian hal ini ditinjau dari segi pengalaman alumni jama’ah, sebelum pada pengalaman konsumen, pihak KBIH An-Nur membangun sebuah pelayanan terhadap alumni, sehingga alumni diharapkan akan terpuaskan melalui pelayanan yang tersedia dari KBIH. Dari sebuah pelayanan akan beralih pada pengalaman konsumen, sehingga pelanggan atau alumni dapat menceritakan pengalaman yang didapat dari KBIH An-Nur terhadap orang lain, dari sinilah konsumen baru atau calon jama’ah tertarik akan KBIH An-Nur dikarenakan bukti nyata, yaitu pengalaman alumni sudah ada selain itu, pemasaran melalui pelayanan alumni ini juga dapat menjadi jangka panjang bagi KBIH An-Nur, sehingga ini sama dengan halnya investasi yang mana jika tidak untuk dikonsumsi dimasa ini, maka akan dikonsumsi dimasa yang akan datang.

2. Pelaksanaan Strategi Promosi di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas Berbasis Alumni

Dari hasil penelitian di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas menyimpulkan dari setiap wawancara, observasi, maupun dokumentasi mengenai pelaksanaan strategi promosi madrasah menggunakan alumni. Pelaksanaan strategi promosi merupakan langkah selanjutnya setelah adanya rencana pelaksanaan yang baik memiliki reencana yang matang. Pelaksanaan strategi promosi di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas pada saat menjellang waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dan diluar waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas menggunakan Alumni di salah satu metode promosinya, dari panitia promosi mengakui bahwa alumni sangat efektif untuk mempromosikan madrasah.

Selanjutnya, dari hasil deskripsi data sebelumnya MAN 2 Banyumas mempromosikan madrasah pada waktu menjelang Penerimaan Peserta Didik Baru pada saat itu madrasah melakukan promosi langsung dan tidak langsung, promosi langsung diantaranya: pihak panitia PPDB melakukan sosialisasi ke berbagai SMP/MTs di wilayah kabupaten banyumas. Promosi tidak langsung di

antaranya melakukan pembagian brosur, pemasangan banner di tempat yang strategis, menggunakan *promotion by community* salah satunya menggunakan alumni, media sosial. Promosi yang dilakukan diluar PPDB pada waktu hari perayaan Idul Adha pada waktu itu alumni berkontribusi langsung dengan menjadi salah satu panitia Idul Adha. Dalam proses pelaksanaan bersentuhan langsung dengan masyarakat. Secara tidak langsung pihak Madrasah melakukan promosi madrasah. Kegiatan selanjutnya dalam HUT MAN 2 Banyumas, dalam acara tersebut madrasah melakukan Bakti sosial dan alumnipun ikut berkontribusi dalam kegiatan tersebut. Kegiatan-kegiatan tersebut dengan tujuan untuk memperkenalkan madrasah kemasyarakat yang lebih luas lagi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Renata dan Tobari publikasi tahun 2017 dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi”. Berdasarkan hasil penelitian promosi melakukan kunjungan atau sosialisasi ke sekolah-sekolah SMU/SMK Negeri dan swasta. Biasanya tim promosi dari Universitas PGRI Palembang terdiri dari 2 sampai 3 orang yang berugas untuk memberikan informasi secara langsung kepada

pihak sekolah dan para siswa kelas 3 (tiga) yang akan mengikuti UAN. Selain itu tim promosi memanfaatkan media internet melalui jejaring sosial FB dan Website untuk membagikan gambar atau foto kegiatan workshop dan event yang telah mereka lakukan kepada pengguna jejaring sosial yang lain. Hal ini diharapkan dapat membuat citra kampus baik di masyarakat, selain melibatkan tim promosi kegiatan ini juga melibatkan seluruh pegawai dan mahasiswanya di Universitas PGRI Palembang untuk menyebarkan informasi yang positif mengenai kampus kepada masyarakat luas disekitar mereka seperti keluarga, teman, tetangga, ataupun orang yang mereka kenal, dalam kegiatan ini diharapkan orang yang mendapat informasi tertarik dan menyebarkan kembali informasi tersebut kepada orang lain.

3. Implikasi Strategi Promosi di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas Berbasis Alumni

Implikasi menurut Islami, yakni implikasi sebagai rujukan terhadap sesuatu yang dapat dihasilkan melalui proses perumusan sehingga timbul konsekuensi dari apa yang dihasilkan dari kebijakan tertentu.

Implikasi strategi promosi di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas yakni dari hasil wawancara, dokumentasi, serta angket Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas 3 tahun terakhir ini mengalami kenaikan jumlah animo pendaftar, dari angkatan 2017/2018 sebanyak 647 siswa, pada tahun 2018/2019 sebanyak 679 siswa, tahun 2019/2020 sebanyak 718 siswa. Sedangkan hasil dari angket mengenai siswa mendapatkan informasi MAN 2 Banyumas yang di dapat dari orang tua sebanyak 31,5%, sedangkan dari pihak madrasah mendapat presentase sebanyak 29,6%, dan dari pihak alumni MAN 2 Banyumas sebanyak 17,2%, informasi yang didapat dari teman/tetangga sebanyak 13,3%, dari media sosial sebanyak 5,4%, dari guru MAN 2 Banyumas sebanyak 3,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa orang tua memiliki pengaruh terbesar dalam menyampaikan informasi mengenai MAN 2 Banyumas.

Selanjutnya, pengaruh terbesar alasan siswa memilih mendaftar di MAN 2 Banyumas karena keinginan sendiri dengan presentase sebanyak 53,7%, di susul dari dorongan orang tua sebanyak 25,6%, dari rekomendasi dari SMP/MTs sebanyak 5,4%, tidak diterima dari sekolah favorit sebanyak 3,9%,

rekomendasi dari teman sebanyak 3,0%, dekat dengan tempat tinggal sebanyak 2,0%, siswa pindahan sebanyak 1,0%, program pendidikan ketrampilan dan keinginan mempelajari ilmu agama masing-masing sebanyak 0,5%. Dari hasil angket tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh terbesar alasan siswa memilih MAN 2 Banyumas karena keinginan diri sendiri. Dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber menyatakan bahwa alumni memiliki pengaruh besar terhadap kenaikan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun, namun dari 203 siswa sebagian besar menyatakan bahwa informasi yang didapat mereka paling banyak dari orang tua. Dengan demikian, alumni berpengaruh dalam mempromosikan madrasah namun tidak sebesar pengaruh dari orang tua.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoirun Ni'am tahun 2018 dengan judul "Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTS Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati". Dari hasil penelitian tersebut menyatakan Implikasi strategi pemasaran pendidikan di MTs Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati adalah a) meningkatnya jumlah siswa dalam 5 tahun terakhir, b) meningkatnya tingkat kepercayaan

masyarakat. Ini disebabkan karena adanya produk yang ditawarkan diantaranya yaitu: Nilai akreditasi yang diperoleh: A (Amat Baik), Program yang ditawarkan di bidang keagamaan meliputi ekstra kaligrafi, qiro'ah, kultum, tadarus Al-Qur'an sebelum memulai KBM, sholat dhuha waktu istirahat pertama, dan shalat dzuhur berjamaah dan juga Prestasi yang dimiliki oleh siswa-siswi MTs. Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati.⁷⁹

D. Keterbatasan Peneliti

Peneliti ini masih memiliki banyak kekurangan karena disebabkan oleh berbagai hal. Banyak kendala yang dialami oleh peneliti baik ketika menggali data penelitian maupun ketika mengolah dan menganalisis data tersebut. Peneliti telah berusaha maksimal agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Namun, sebagai manusia biasa peneliti pasti masih memiliki kekurangan dalam melaksanakan penelitian. Adapun keterbatasan penelitian ini antara lain:

- 1) Keterbatasan dalam waktu penelitian, karena ketika peneliti melaksanakan penelitian, madrasah sedang melaksanakan sekolah daring dan PPDB daring

⁷⁹ Khoerun Ni'am, 2018, *Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTS Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati*, Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.

dikarenakan adanya pandemi *Covid-19*, sehingga itu berpengaruh terhadap tidak lengkapnya data penelitian yang diperoleh.

- 2) Keterbatasan peneliti sendiri, baik dalam hal pengetahuan dan pemahaman juga mempengaruhi proses hasil penelitian ini. Namun, saran dan masukan dari dosen pembimbing sangat diharapkan oleh peneliti guna membantu peneliti untuk tetap berusaha melaksanakan penelitian semaksimal mungkin serta agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan strategi promosi madrasah menggunakan alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Ikamandamas (Ikatan alumni MAN 2 Banyumas) berperan sebagai katalis dengan mempromosikan almamaternya kepada masyarakat dengan upaya agar masyarakat tertarik memasukan anaknya ke sekolah tersebut. Diluar dari kegiatan di MAN 2 Banyumas ikamandamas sangat dekat dengan masyarakat. Ketua ikamandamas sendiri merupakan Carik di kelurahan Karanglewas Kidul dan banyak dari mereka yang bekerja dekat dengan masyarakat atau melayani masyarakat. Jiwa sosial mereka juga tinggi apabila ada yang belasungkawa misal salah satu keluarga mereka ada yang meninggal ikamandamas datang untuk berbelasungkawa dan memperkenalkan diri sebagai sesama alumni MAN 2 Banyumas, jadi dengan itu masyarakat mengenal MAN 2 Banyumas. Meskipun alumni tidak lagi merupakan

bagian aktif dalam proses pendidikan sekolah, akan tetapi ketika madrasah mengadakan acara besar maupun kecil alumni akan berkontribusi dan membaur dengan warga madrasah juga masyarakat sekitar. Alumni yang berprestasi dan memiliki kompetensi yang mumpuni dapat memainkan fungsi penting dalam membangun opini publik. Ikamandamas sekarang sebagian besar berada di Yogyakarta ada yang bekerja maupun masih menempuh pendidikannya, ada juga yang sukses di desanya bekerja di bidang yang mumpuni seperti menjabat di kantor kelurahan, di kantor dinas sosial, KPU Kabupaten Banyumas dll. Dengan memiliki pekerjaan yang baik atau kuliah di Universitas yang baik maka tidak lepas dari latar belakang pendidikan sebelumnya yaitu Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas. Disadari atau tidak, orang tua murid akan selalu melihat alumni sebagai acuan anaknya dalam menentukan pilihan sekolahnya. Ikamandamas juga dapat mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan. Dengan adanya kegiatan-kegiatan baik dari madrasah maupun acara yang diadakan oleh ikamandamas sendiri sudah cukup membangun citra baik dimata masyarakat, baik melakukan publikasi langsung maupun tidak langsung.

Kegiatan publikasi langsung yang dilakukan MAN 2 Banyumas antara lain, madrasah melakukan kegiatan perlombaan tingkat SMP/MTs, kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), kegiatan bakti sosial dalam rangka Milad MAN 2 Banyumas, kegiatan di Hari Raya Idhul Adha, maupun kegiatan dari alumni yang saling menyambangi dari rumah kerumah alumni otomatis secara langsung maupun tidak langsung masyarakat bisa menilai adanya keberadaan Ikatan MAN 2 Banyumas.

2. Pelaksanaan strategi promosi madrasah menggunakan alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas dilaksanakan melalui berbagai cara yaitu pertama, pada waktu menjelang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), alumni menyebar brosur dan pamflet baik secara langsung maupun melalui media sosial. Kedua, di luar waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), madrasah mengadakan kegiatan rutin yaitu perayaan Idhul Adha dengan melakukan pengelolaan dan pembagian daging hewan qurban ke masyarakat yang kurang mampu, selanjutnya kegiatan HUT madrasah sekaligus reuni nasional alumni dari angkatan 1993 dengan melakukan bakti sosial di lingkungan masyarakat. Kegiatan tersebut juga bertujuan

memasarkan madrasah dan membangun citra baik madrasah.

3. Implikasi strategi promosi madrasah menggunakan alumni di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas, 3 tahun terakhir ini mengalami kenaikan jumlah animo pendaftar, dari angkatan 2017/2018 sebanyak 647 siswa, pada tahun 2018/2019 sebanyak 679 siswa, tahun 2019/2020 sebanyak 718 siswa. Sedangkan dari 203 siswa yang telah mengisi angket mengenai informasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas yang mereka dapat dari alumni sebanyak 17,2%. Sedangkan dari hasil angket yang terbanyak menyatakan bahwa siswa mendapatkan informasi MAN 2 Banyumas dari orang tua dengan presentase sebanyak 31,5%. Sedangkan informasi yang didapat dari pihak madrasah mendapat presentase sebanyak 29,6%, informasi yang didapat dari teman/tetangga sebanyak 13,3%, dari media sosial sebanyak 5,4%, dari guru MAN 2 Banyumas sebanyak 3,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa presentase alumni masih cukup banyak, artinya alumni berpengaruh dalam mempromosikan madrasah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan simpulan sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran kepada berbagai pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Ikamandamas sudah berkontribusi baik dalam mempromosikan madrasah. Namun penyebaran jaringan melalui metode media sosial seharusnya lebih ditingkatkan lagi.
2. Ikamandamas harus lebih perhatian lagi kepada alumni-alumni yang baru lulus untuk bergabung dalam organisasi Ikamandamas dan menjalin komunikasi yang baik.
3. Seharusnya Ikamandamas lebih efektif lagi dalam menyebarkan informasi madrasah dengan memanfaatkan relasinya dan merangkul alumni baru agar promosi lebih menyebar luas lagi dan lebih banyak lagi yang minat bersekolah di MAN 2 Banyumas

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, hal

tersebut semata-mata bukan kesengajaan, akan tetapi keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti yang masih sangat jauh dari kata baik. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan hasil yang telah didapatnya. Peneliti sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memotivasi dalam proses pengerjaan serta penyusunan penelitian ini, dan peneliti tentunya memohon do'a, petunjuk dan bimbingan dari Allah SWT, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an*. 2010. Penerbit: Agung Media
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sebuah Upaya Mendukung Metode Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu. (Jakarta: PT Raja Grafindo Pesada)
- Anggito, Albi dan Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak: Sukabumi.
- Daymon, Christine, Holloway, Immy. 2002. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. PT. Bentang Pustaka: Yogyakarta.
- Faizin, Imam. 2017. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*. *Jurnal Madaniyah* VOL 7 NO 2. Diakses 4 Juli 2020
- Fahrurrozi` 2012. *Srategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam*. Penelitian Individu.
- Fahrurrozi. 2015. *Manajemen Pendidikan Islam*, Semarang : CV Karya Abadi Jaya.
- Filip, Alina. 2012. *Marketing Theory Applicability in Higher Education*, *Jurnal Social and Behavior Sciences*. Vol 46, No 6. Diakses 16 Juli 2020
- Fitrah, Muhammad dan Luthfiyah. 2017. *Metodelogi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gani, Irwan, Amalia, Siti. 2015. *Alat Analisis Data; aplikasi statistik untuk penelitian bidang ekonomi & sosial*. CV.ANDI OFFSET: Yogyakarta.
- Herdiansyah, Haris. 2010 *Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Selemba Humanika

- Hery. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hidayat, Rahmat dan Candra Wijaya. 2017. *Ayat-Ayat Alquran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*, (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI)
- Hunger, David, Wheelen, Thomas L, *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2015. Kbbi.web.id, diakses pada tanggal 30 Desember 2020, pukul 20.27 WIB
- Kun Maryati dan Suryawati, Juju. 2016. *Sosiologi*. Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama.
- Makmur, Suparman. 2018. *Manajemen Pendidikan Berbasis Madrasah*. Makasar: Penerbit Aksara Timur.
- Mugiantoro, Andi. 2016. *Analisis Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Kamar Superior di Hotel Orchardz Gajah Mada Pontianak*.jurnal Ilmiah.
- Murywantobroto & Abdullah, G. 2012. *Upaya Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Menyiapkan Lulusannya Sebagai Tenaga Kerja yang Profesional*. Portal Garuda, dalam Portalgaruda (Portalgaruda.org),
- Nazir, Moh. 2009 *Metode Penelitian*. Bandung: Ghalia Indonesia
- Ni'am, Khoerun. 2018. *Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTS Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati*, Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang. Diakses 7 Juli 2020
- Nurcholifah, Ita. 2014. *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*, Jurnal Khatulistiwa, (vol 4, No 1, Maret). Diakses 4 Juli 2020

- Oplatka, Izhar dan Jane Hemsley. 2004 *The Research on School Marketing (Current issues and future directions)*. Journal of Education Administration, (Vol 42, Issue 3, June). Diakses 7 Juli 2020
- Oxford Advanced Learners Dictionary*. 1995. Oxford University Press
- Renata dan Tobari. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi” *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*, (Vol 2, No.1, Januari-Juni 2017).
- Rochmawati, Ida. *Optimalisasi Peran Madrasah Dalam Pengembangan Sistem Nilai Masyarakat*. Jurnal PEDAGOGIA
- Selamet, Syafaat R, 2017, *Dahsyatnya Hujan*, (Jakarta: Redaksibip)
- Simamora, Bislon. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)
- Solihin, Ismail. *Manajemen Strategi*. (Gelora Aksara Pratama).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet 12. Bandung: Alfabeta
- Sutarto. 2006. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Suwatno dan Priansa, D.J. 2011. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Wahidah, Finadatul. 2018. *Strategi Promosi Pendidikan kepada Masyarakat dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Sudi di Madrasah Aliyah Mu'allimat Jombang*, Jurnal

Pendidikan, Sosial dan Keagamaan, (Vol 14, No 1, April) diakses 7 Juli 2020

Waluya, Bagja, 2007, *Sosiologi*, Bandung: PT Setia Inves

Zakiah, Eka Pratiwi dan Andrian Yayan. 2017. *Pelaksanaan Strategi Pemasarn Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di MI Muhammadiyah Bolon Colomadu Karanganyar Tahun Pelajaran 2016/2017*. Skripsi IAIN Surakarta. Diakses tanggal 4 Agustus pukul 14.00 WIB.

Zuhri, Achmad Minan, 2017, “*Sistem Pemasaran melalui Pelayanan Alumni Jama’ah Haji di KBIH An-Nur Surabaya*”, Skripsi

<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.comategi->
diakses pada tanggal 27 November 2019 pada pukul 14.14 WIB.

[Htpps://jurnalmanajemen.com/strategi-promosi/](https://jurnalmanajemen.com/strategi-promosi/) dikutip pada tanggal 7 April 2020 pukul 13:33 WIB.

<https://www.rumahfiqih.com> diakses tanggal 5 Juli 2020 WIB 03.46

Lampiran 1

GRAND QUESTION

Grand Question	Observasi	Dokumentasi
Alasan strategi promosi di MAN 2 Banyumas menggunakan alumni (objek: kepala sekolah, waka kesiswaan, Guru (Panitia PPDB)) a. Bagaimna upaya meningkatkan kegiatan PPDB di MAN 2 Banyumas b. Dalam upaya meningkatkan calon peserta didik, apakah MAN 2 Banyumas dalam mempromosikan madrasah salah satu cara atau metodenya menggunakan alumni ? c. Mengapa MAN 2 Banyumas dalam kegiatan promosi	Melihat pelaksanaan dan penerapan strategi promosi madrasah dalam rangka Penenrimaan Peserta Dididk Baru (PPDB) di MAN 2 Banyumas.	1. Profil sekolah 2. Laporan singkat data PPDB 3. Brosur

menggunakan alumni? Apakah cara tersebut lebih efektif ? d. Apakah ada rapat kerjasama antara kedua belah pihak (alumni dan madrasah) ? e. Bagaimana kegiatan analisis pemasaran yang dilakukan madrasah? f. Siapa saja SDM yang terlibat dalam kegiatan promosi di madrasah sendiri?		
Pelaksanaan strategi promosi di MAN 2 Banyumas menggunakan alumni (objek: waka kesiswaan, alumni) a. Apa saja metode strategi promosi di MAN 2 Banyumas? b. Dari pihak alumni dan	Melihat pelaksanaan kegiatan promosi di madrasah maupun alumni	1. Profil madrasah 2. Dokumentasi foto hasil observasi lainnya.

madrasah, adakah pembentukan panitia promosi? Bagaimana proses pembentukanny a dan siapa saja yang terlibat? c. Kapan awal dibukanya ppdb? d. Dalam strategi promosi untuk menarik minat peserta didik dan memperkenalka n madrasah kepada masyarakat melalui PPDB dan bisa juga melalui kegiatan di luar PPDB, untuk MAN 2 Banyumas sendiri seperti apa pak? Apakah hanya PPDB apakah menggunakan keduanya dengan		
--	--	--

melibatkan alumni ? e. Bagaimana mengatasi persaingan antar lembaga? Apa pembeda MAN 2 Banyumas ini dengan sekolah lain? f. Apa saja bentuk promosi yang digunakan madrasah dan alumni?		
1. Implikasi strategi promosi di MAN 2 Banyumas menggunakan alumni (objek: Guru BK, waka kesiswaan, alumni) a. Bagaimana implikasi dari strategi promosi yang sudah dilaksanakan? b. Apakah sesudah menggunakan	Melihat pelaksanaan dan penerapan evaluasi strategi promosi di MAN 2 Banyumas dalam peningkatan jumlah pendaftar peserta didik di MAN 2 Banyumas.	1. Hasil angket dari siswa 2. Dokumentasi foto hasil observasi lainnya.

alumni peningkatan jumlah pendaftar peserta didik di MAN 2 Banyumas bertambah ? c. Apakah peserta didik yang mendaftar di MAN 2 Banyumas sumber informasi dari alumni?		
--	--	--

Lampiran 2

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN KEPALA SEKOLAH

Nama Narasumber : Drs. H. Mahmurroji, M.Pd

Jabatan : Kepala Sekolah

Tempat Wawancara : Ruang Kepala Sekolah

Waktu : 9.05 WIB

Hari/Tanggal : Selasa / 29 September 2020

1. Apa saja metode promosi untuk meningkatkan calon peserta didik baru?

Jawab: promosi madrasah menjelang PPDB yaitu dengan melakukan presentasi ke beberapa SMP/MTs di Kabupaten Banyumas. Kita melakukan promosi 4-5 bulan sebelum PPDB. Panitia yang bertugas untuk melaksanakan promosi hampir setiap pekan ada promosi ke sekolah-sekolah. Selanjutnya alumni juga cukup membantu menaikkan jumlah pendaftar di madrasah. Yang pertama alumni yang baru saja menyelesaikan pendidikannya di madrasah dimintai tolong untuk menyebarkan pamflet di media sosialnya dan juga

dari mulut ke mulut itu sangat efektif. Yang kedua, yang menarik di MAN 2 ini, orang tua mempercayakan pendidikan putra-putrinya di MAN 2 karena keturunan dulu bapak ibunya yang pernah belajar di PGA yang sekarang menjadi MAN 2 Banyumas.

4. Dalam upaya meningkatkan calon peserta didik adakah pembentukan panitia untuk promosi pak ?

Jawab: kalau untuk promosi semua terlibat, tapi untuk panitia sendiri dari guru dan wakil kepala.

5. Bagaimana pembagian tugasnya pak? Apakah panitia sudah melaksanakan tugasnya dengan baik?

Jawab: untuk pembagian tugasnya kita bergantian tapi setiap minggu pasti melaksanakan sosialisasi ke SMP/MTs, Alhamdulillah sejauh ini guru-guru kompak dan mau diajak kerjasama.

6. Bagaimana mengatasi persaingan antar lembaga? Apa pembeda MAN 2 Banyumas dengan sekolah lainnya?

Jawab: sejak awal 2018 kami menyelenggarakan penerimaan siswa dari jalur prestasi yaitu kami menerima pendaftaran dari SMP/MTs basisnya dari nilai raport ranking 1-3, kemudian kami adakan ujian tertulis dan wawancara. Dari peminat yang cukup banyak kami mengambil 20-30 siswa jalur prestasi. Mereka yang berprestasi kami gratiskan biaya

sekolah sampai lulus jika nilai mereka diatas KKM. Misalnya jika semester pertama nilainya masih memenuhi syarat atau KKM 65 siswa jalur prestasi harus minimal 75 tidak perlu membayar biaya sekolah tetapi jika disemester kedua nilainya turun atau dibawah 75 mereka harus membayar seperti siswa dari jalur reguler. Jadi beasiswa berlaku ketika mereka mendapat nilai minimal 75. Anak-anak kelas pprestasi saya wajihkan hanya boleh mengikuti eksul pramuka selebihnya saya fokuskan untuk kegiatan Olimpiade Sains Nasional (OSN) atau lomba-lomba akademik lainnya. Ada juga yang saya gratiskan karena non akademik yaitu siswa yang memiliki kemampuan dalam bidang olahraga dan saya ikutkan lomba-lomba dalam bidang olahraga, ada juga yang saya gratiskan yang mampu menghafalkan AL-Qur'an minimal 5 juz kami gratiskan 3 tahun dan akan kami beri apresiasi dalam bentuk hadiah.

Lampiran 3

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN WAKA KESISWAAN/ALUMNI

Nama Narasumber : Drs. Tun Fahmi Afif
Jabatan : Waka Kesiswaan dan alumni
Tempat Wawancara : Ruang Guru
Waktu : 8.00 WIB
Hari/tanggal : Selasa / 29 September 2020

1. Apa saja metode promosi dalam meningkatkan calon peserta didik di MAN 2 Banyumas? Apakah sakah satunya dengan menggunakan alumni?

Jawab: kalau untuk meningkatkan metodenya seperti sistem sel, artinya dari mulut ke mulut, jadi sekarang sekarang kan dunia medsos sudah begitu hebatnya, kita kan punya alumni ada yang melalui FB, WA, maupun pamflet. Jadi melalui media sosial dan dari mulut ke mulut. Sebelum pandemi kita melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah, namun karena adanya pandemi madrasah lebih mengandalkan promosi dari grup wa, grup alumni, dan grup siswa yang masih aktif. Pasca daring pun peminatnya tidak berkurang dari tahun sebelumnya.

2. Mengapa MAN 2 Banyumas melibatkan alumni dalam kegiatan promosi madrasah?

Jawab: yang saya lihat hasil lebih banyak menggunakan alumni. Sudah menjadi tradisi banyak alumni dari angkatan 90-an yang menyekolahkan anaknya di madrasah. Selain itu alumni merupakan indikator keberhasilan proses pendidikan pada madrasah kami. Alumni dapat mempercepat penyebaran informasi mengenai madrasah kepada masyarakat dengan relasi-relasi yang banyak dan karena aktif dilingkungan masyarakat, alumni juga memiliki kompetisi yang mumpuni karena dapat memainkan fungsi penting dalam membangun opini publik, alumni juga dapat mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan. Masyarakat tentunya akan lebih yakin melihat keberhasilan alumni-alumni dari Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas.

3. Bagaimana bentuk kerjasama madrasah dengan alumni?

Jawab: Ikamandamas saya katakan bagus, mereka sudah dimana-mana. Paling banyak dijogja saya juga masih sering komunikasi dengan mereka. Mereka bisa kumpul dan mempromosikan madrasah lewat media sosial. Namun

tidak ada surat Mou hanya melalui komunikasi dan silaturahmi.

4. Pernakah madrasah melakukan segmentasi pasar?

Jawab: madrasah segmentasi dari masyarakat atau dari guru bahwa madrasah merupakan kalangan kebawah. Tetapi waktu pendaftaran banyak kalangan menengah bahkan atas yang mendaftar di MAN 2 Banyumas. Jadi stigma itu bisa benar bisa tidak.

5. Kapan awal dibukanya pendaftaran siswa baru?

Jawab: PPDB bulan Juli kita promosi dari bulan Januari, dan hampir setiap pekan panitia melakukan promosi ke sekolah-sekolah.

6. Bagaimana pelaksanaan promosi diluar waktu PPDB?

Jawab: acara milad madrasah adalah salah satu acara pengingat bagi kami semua warga MAN 2 Banyumas untuk tetap bersyukur dan berusaha lebih baik lagi dari tahun-tahun sebelumnya, selain kita mengadakan acara reuni nasional alumni, dan pentas seni untuk hiburan, kami juga mendistribusikan sembako pada kegiatan bakti sosial dalam rangka Milad MAN 2 Banyumas ke masyarakat yang kurang mampu dan beberapa panti asuhan.

4. Bagaimana implikasi dari strategi promosi madrasah dengan melibatkan alumni?

Jawab: Dari tahun ke tahun jumlah siswa semakin banyak, bahkan bukan hanya dari kalangan MTs namun dari kalangan SMP pun tidak kalah banyak, artinya madrasah sudah dikenal luas oleh masyarakat awam yang dulu kebanyakan hanya memandang sekolah dari kementrian pendidikan saja. Dengan membangun lebih banyak relasi yang berpengaruh salah satunya alumni kita dari angkatan 1993 sampai sekarang. Misalnya alumni yang sudah memiliki anak dan anaknya sekarang sudah memasuki jenjang sekolah menengah atas, anaknya disekolahkan di MAN 2 Banyumas. Jadi banyak yang anaknya murid saya dulu.

Lampiran 4

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN GURU

Nama Narasumber : Pandu Kusumanggoro, S.Pd
Jabatan : Panitia PPDB / Guru BK
Tempat Wawancara : Kantor BK
Waktu : 08.24 WIB
Hari/tanggal : Selasa / 13 Oktober 2020

1. Upaya meningkatkan calon peserta didik, metode apa saja yang digunakan madrasah?

Jawab: pertama kita lihat dari sisi inputnya. Input itu nanti ibaratnya siswa baru yang datang dari SMP/MTs kita harus benar-benar menyaring itu semuanya. Kita ada mekanisme penerimaan peserta didik itu sendiri. Terkait dengan meningkatkan yang pertama yaitu mengadakan jalur prestasi, prestasi inilah yang merekrut siswa-siswa yang memiliki ketrampilan lebih, sehingga mampu memberikan input yang baik. Yang kedua selain input ada prosesnya, jadi setelah menjadi siswa, siswa yang terpilih jalur prestasi akan diberikan semacam les atau bimbingan belajar dengan guru dan mendatangkan alumni maupun dosen sesuai mapelnya. Jadi nanti anak-

anak yang berprestasi akan diikutkan dalam olimpiade yang ada.

2. Mengapa MAN 2 Banyumas menggunakan alumni?

Jawab: untuk basis siswa MAN 2 sendiri tentu tidak lepas dari adanya alumni. Alumni itu merupakan ikatan, jadi biasanya trekrekor dari siswa MAN 2 Banyumas yang baru tentu dari alumni. Kemaren salah satu metode yang dipakai adalah alumni, yang bisa membawa siswa ke MAN itu akan diberikan kompensasi seperti itu. Untuk alumni yang baru saja lulus.

3. Apakah ada bentuk kerjasama antara madrasah dengan alumni?

Jawab: kerjasama dengan alumni itu kita berawal dari penyusunan rencana dulu kemudian melaksanakan kongres. Kongres ini membahas tentang merencanakan bagaimana kontribusi alumni kepada madrasah selanjutnya. Sosialisasi ini juga bentuk kerjasama dengan alumni juga.

4. Apa keuntungan dari kerjasama ini untuk madrasah?

Jawab: saling menguntungkan, karena tanpa alumni siswa kita belum tentu sebanyak ini jadi saling berkontribusi.

5. Bagaimana kegiatan analisa pemasaran yang dilakukan madrasah?

Jawab: biasanya ini dilakukan oleh Waka Humas nanti bekerjasama dengan BK. Analisa pasar ini biasanya berbasis kekeluargaan, artinya dulu yang orang tuanya di PGA/MAN biasanya anaknya disekolahkan di MAN 2 juga, kategori yang sekolah di MAN 2 itu anak-anak yang segmentasinya kelas menengah kebawah. Tetapi tidak menutup kemungkinan kalangan atas pun banyak yang minat di MAN 2 Banyumas.

6. Siapa saja SDM yang terlibat dalam kegiatan promosi di madrasah sendiri?

Jawab: untuk SDM promosi kami membentuk panitia PPDB dan panitia sosialisasi. Yang pertama melibatkan Kepala Madrasah, semua wakil kepala terlibat, BK, dan semua guru terlibat dalam sosialisasi madrasah.

7. Apakah madrasah melakukan promosi diluar waktu PPDB?

Jawab: pertama, sering meng-update web MAN 2 Banyumas terkait kegiatan atau informasi terkait madrasah. Yang kedua, jauh sebelum PPDB kami melakukan pemasangan banner di titik-titik yang sekiranya ramai dikunjungi masyarakat.

8. Kapan awal di bukanya pendaftaran siswa baru? Ada berapa gelombang pendaftaran?

Jawab: kurang lebih Februari. Untuk gelombang pendaftaran ada 3 yang pertama gelombang jalur prestasi, kedua gelombang jalur minat, dan gelombang 3 jalur reguler.

9. Bagaimana implikasi kegiatan promosi yang telah dilaksanakan dan melibatkan alumni?

Jawab: setiap tahun siswanya bertambah, Siswa MAN 2 Banyumas setiap tahun bertambah kelasnya juga bertambah. Kami mengakui keterlibatan alumni dalam memperkenalkan madrasah di masyarakat menjadikan masyarakat lebih percaya untuk mendaftarkan anaknya ke MAN 2 Banyumas dan mengenal madrasah. jadi kontribusi alumni membuahkan hasil yang nyata dan positif.

Lampiran 5

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN ALUMNI

Nama Narasumber : Selamat Mubarok
Jabatan : Sekertaris Desa
Tempat Wawancara : Kantor Balai Desa Karanglewas
Kidul
Waktu : 09.00 WIB
Hari/tanggal : Rabu / 7Oktober 2020

1. Apa definisi/ yang menggambarkan Ikamandamas?

Jawab: Ikamandamas itu Ikatan Alumni MAN 2 Banyumas artinya bahwa alumni MAN 2 Banyumas mulai dari tahun 1993, angkatan pertama sampai dengan sekarang itu sebagai wadah para alumni MAN 2 Banyumas

2. Sudah berapa lama alumni bekerja sama dengan madrasah?

Jawab: Ikamandamas mulai aktif pada angkatan pertama yaitu angkatan 1993 dan masih aktif sampai sekarang. Kami membuat grup alumni agar lebih mudah menjalin silaturahmi dan melibatkan diri untuk siap membantu ketika madrasah mengadakan acara dan pada waktu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Sebagai angkatan

pertama MAN 2 yang awalnya itu Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) dan secara resmi Ikamandamas dideklarasikan pada saat kongres tahun 2017. Namun sebelum adanya deklarasi masing-masing angkatan sebetulnya sudah memiliki wadah sendiri. Kami angkatan 1993 sekarang memiliki grup di media sosial misalnya di whatsapp, facebook, bahkan kami membuat instagram karena jaman sudah semakin modern lebih mudah kami bagaimana dalam mencoba menyatukan alumni dari seluruh angkatan. Kalau MoU tertulis tidak ada hanya semua program kegiatan sekolah khususnya yang diluar/ kegiatan kita di alumni untuk berkontribusi sudah banyak, walaupun secara tertulis MoU tidak ada.

3. Apa motivasi alumni untuk merekomendasikan madrasah kepada masyarakat?

Jawab: kegiatan yang murni dilakukan alumni tidak ada dukungan dana apapun dari madrasah, kita mendanai sendiri, namun kita difasilitasi ruangan, waktu dll

4. Bagaimana alumni mengembangkan jaringan dan membangun citra madrasah?

Jawab: jadi sebetulnya kegiatan-kegiatan yang membawa nama madrasah sudah cukup banyak. Misalnya sesama alumni kita saling menyambangi, ada musibah kita datang

otomatis secara langsung tidak langsung masyarakat bisa menilai itu ada ikatan alumni MAN 2. Terus kegiatan idhul adha dan milad madrasah kita bekerjasama dengan madrasah.

5. Bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan alumni ?

Jawab: untuk ikamandamas kita lakukan terkait dengan menawarkan MAN 2 Banyumas kepada masyarakat. Yang pertama, kita dari para alumni itu sendiri dari masing-masing keluarga terlebih dahulu. Setelah itu ke lingkungan sekitar, soalnya rata-rata ikamandamas itu mempunyai pengaruh dilingkungannya masing-masing. Yang kedua, melalui media sosial, kita juga tawarkan kepada masyarakat bahwa ikamandamas mempunyai kegiatan rutin yaitu ikamandamas ekspo.

6. Keuntungan apa yang didapat alumni setelah mempromosikan madrasah?

Jawab: keuntungan secara langsung tidak ada, tapi kami mempunyai kebanggaan bahwa madrasah tempat saya dulu sekolah sampai sekarang cukup diminati oleh masyarakat itu suatu kebanggaan almamater kita. secara tidak langsung dengan banyaknya siswa yang belajar di MAN 2 berarti banyak yang belajar terkait agama.

7. Bagaimana penilaian alumni terhadap MAN 2 Banyumas?

Jawab: penilaiannya saya subyektif karena saya tidak bisa membandingkan MAN 2 dengan MAN lain. Tapi yang jelas saya merasakan keagamaannya kuat, jadi ikatan silaturahmiya juga cukup kuat. Saya yakin MAN 2 berbeda dengan sekolah lain karena dasar ilmu agamanya cukup kuat maka silaturahmiya cukup kuat.

Lampiran 6

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN ALUMNI

Nama Narasumber : Dian Nurrofiq
Jabatan : Sekertaris Ikamandamas
Tempat Wawancara : Kantor Dinas Sosial
Waktu : 10.00 WIB
Hari/tanggal : Senin / 19 Oktober 2020

1. Apa definisi/ yang menggambarkan Ikamandamas?

Jawab: istilah yang dimaksud itu untuk merekatkan alumni agar nanti dikemudian alumni memiliki wadah paska selesai mengikuti pendidikannya di MAN 2 Banyumas agar kekeluargaanya terbentuk kembali.

2. Sudah berapa lama alumni bekerja sama dengan madrasah?

Jawab: alumni sejak tahun 2017 kita secara legalitas melaksanakan kegiatan kongres, dimana itu merupakan forum tertinggi untuk memutuskan organisasi ikamandamas dalam struktur maupun ADART.

3. Apa motivasi alumni untuk merekomendasikan madrasah kepada masyarakat?

Jawab: berangkat dari alumni itu sendiri bahwa pasca menjadi alumni jangan sampe alumni tidak memiliki wadah untuk menjalin hubungan dengan madrasah.

4. Bagaimana alumni mengembangkan jaringan dan membangun citra madrasah?

Jawab: tentunya dengan kegiatan-kegiatan sosial. Kita melakukan kegiatan yang langsung terbaaur dengan masyarakat.

5. Bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan alumni?

Jawab: untuk bentuk-bentuk promosi berkaitan dengan ruang-ruang publik kita ada media sosial yang tentunya menjadi salah satu media yang sangat penting karena banyak diketahui masyarakat baik FB, IG, maupun lainnya. Selanjutnya kita sampaikan informasi mengenai suatu kegiatan yang sedang diadakan madrasah baik kepada sesama alumni lainnya maupun masyarakat. Kita selalu mendapat undangan ketika madrasah mengadakan acara salah satunya pada perayaan Hari Raya Idul Adha. Kami selalu hadir walaupun tidak bisa semua alumni hadir tetapi kami usahakan selalu ada ketika madrasah membutuhkan alumni. Pada kegiatan pemotongan hewan kurban alumni, siswa bekerjasama juga dengan masyarakat, itu merupakan kesempatan

kami untuk bersosialisasi dan berhubungan baik dengan masyarakat begitupun pada saat pembagian kurban ke masyarakat kami secara langsung mengenalkan MAN 2 Banyumas

6. Keuntungan apa yang didapat alumni setelah mempromosikan madrasah?

Jawab: secara kelembagaan tentu kita dengan mengaktualisasikan masing-masing dari pribadi alumni tentunya secara tidak langsung bisa menambah semangat-semangat nantinya baik yang masih bersekolah maupun yang baru akan bersekolah di MAN 2 nanti paska selesainya kita bisa memberikan gambaran bahwa alumni ada yang betul-betul sudah memiliki peran baik dingkatan lembaga ataupun instasi lainnya apa yang menjadi keuntungan bagi alumni itu sendiri.

7. Bagaimana penilaian alumni terhadap MAN 2 Banyumas?

Jawab: MAN 2 Banyumas suatu sekolah yang memiliki nilai positif, secara akademik menunjang secara religi juga ada dari pribadi masing-masing dibekali. Di MAN 2 agamanya dapat, ketrampilannya dapat, akademiknya juga dapat.

Lampiran 7

HASIL ANGKET

Jumlah angket: 203

Profil responden

- Kelas: X, XI, XII
- Usia: 14-18
- Alamat (dikelompokkan ke beberapa wilayah): Purwokerto kota, kab. Banyumas, luar banyumas
- Asal sekolah: SMP, MTs
- Pekerjaan orang tua:
 1. Petani,
 2. Buruh Harian Lepas,
 3. Pedagang, ,
 4. Wiraswasta,
 5. PNS, TNI, dosen, guru, bumh
 6. Sopir,
 7. Tenaga Kesehatan,
 8. Pensiunan
 9. Tidak Bekerja,

Informasi dan alasan

- Informasi tentang MAN 2 Banyumas:
 1. Alumni man 2 banyumas

2. Guru SMP/MTs
 3. Promosi dari pihak MAN 2 (brosur, pamflet online)
 4. Media sosial: instagram; facebook, website
 5. Orang tua/keluarga
 6. Teman/tetangga
- Alasan memilih MAN 2 Banyumas:
 1. Dorongan dari orang tua
 2. Zonasi sekolah
 3. Rekomendasi dari SMP
 4. Rekomendasi dari teman
 5. Keinginan diri sendiri
 6. Program pendidikan ketrampilan
 7. Keinginan mempelajari ilmu agama
 8. Dekat dengan tempat tinggal
 9. Siswa pindahan
 10. Tidak diterima di sekolah favorit

Kesesuaian dengan promosi

- Alasan sesuai:
 - 1 Fasilitas pendidikan lengkap
 - 2 Program pendidikan sesuai dengan yang dipromosikan
 - 3 Sesuai dengan visi misi sekolah
 - 4 Sekolah berada di wilayah yang strategis
- Alasan tidak sesuai:

1. Fasilitas pendidikan belum memadai
2. Biaya pendidikan yang mahal
3. Tenaga pendidikan kurang berkompeten
4. Belajar daring

Akan merekomendasikan MAN 2 Banyumas ke orang lain

- Ya
- Tidak

HASIL ANGKET

a. Profil siswa

Hasil dari angket penelitian dengan 5 item pertanyaan dengan ketentuan memberikan jawaban beserta alasannya. Sample dalam penelitian ini adalah siswa MAN 2 Banyumas sebanyak 203 siswa. Pada penelitian ini peneliti menyebarkan angket online berupa link yang disebarakan melalui perantara wali kelas.

Berdasarkan data yang dikumpulkan, diperoleh karakteristik responden berdasarkan kelas, usia, alamat dan pekerjaan orang tua, sebagai berikut:

Kelas Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	X	96	47,3	47,3	47,3
	XI	50	24,6	24,6	71,9
	XII	57	28,1	28,1	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	7	3,4	3,4	3,4
	15	72	35,5	35,5	38,9
	16	56	27,6	27,6	66,5
	17	61	30,0	30,0	96,6
	18	7	3,4	3,4	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Pekerjaan Orang Tua Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Petani	7	3,4	3,4	3,4
	Buruh Harian Lepas	42	20,7	20,7	24,1
	Pedagang	40	19,7	19,7	43,8
	Wiraswasta	60	29,6	29,6	73,4
	PNS (Pegawai Negeri Sipil)-TNI	45	22,2	22,2	95,6
	Sopir	5	2,5	2,5	98,0
	Tenaga Kesehatan	1	,5	,5	98,5
	Pensiunan	1	,5	,5	99,0
	Tidak Bekerja	2	1,0	1,0	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Siswa MAN 2 Banyumas yang bertempat tinggal di Purwokerto kota atau masih dalam kecamatan Purwokerto sebanyak 54 siswa atau 26,6%, siswa yang tinggal di daerah Banyumas sebanyak 128 siswa atau 63,6%, sedangkan yang diluar kabupaten Banyumas sebanyak 21 siswa atau 10,3%.⁸⁰

Berdasarkan tabel kels responden di atas dapat dilihat bahwa untuk kelas X sebanyak 96 siswa atau 47,3%, kelas XI 50 siswa atau 24,6%, dan kelas XII sebanyak 57 siswa atau 28,1%. Siswa Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas rata-rata berusia 15 tahun dari semple 203 siswa 72 siswa atau 35,5%

⁸⁰ Data Table yang diolah menggunakan SPSS, Pada tanggal 26 Oktober 2020 pukul 20.00 WIB

berusia 15 tahun, sedangkan yang berusia 14 tahun hanya 7 siswa atau 3,4%, siswa yang berusia 16 tahun sebanyak 56 siswa atau 27,6%, yang berusia 17 tahun sebanyak 61 siswa atau 30%, sedangkan yang berusia 18 tahun hanya 7 siswa atau 3,4%.

Dari sample 203 siswa, Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas memiliki siswa yang rata-rata dari kalangan menengah atau banyak yang berasal dari keluarga mampu namun ada juga beberapa dari kalangan bawah. Siswa yang orang tuanya bekerja sebagai petani ada 7 siswa atau 3,4%, orang tuanya sebagai buruh harian lepas ada 42 siswa atau 20,7%, orang tuanya sebagai pedagang ada 40 siswa atau 19,7%, orang tuanya sebagai wiraswasta ada 60 siswa atau 29,6%, orang tuanya sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) ada 45 siswa atau 22,2%, orang tuanya sebagai sopir ada 5 siswa atau 2,5%, sedangkan orang tuanya sebagai tenaga kesehatan dan pensiun hanya ada 1 siswa masing-masing atau 0,5%, dan yang orang tuanya tidak bekerja ada 2 siswa atau 10%.

b. Informasi dan Alasan siswa memilih MAN 2 Banyumas

Berdasarkan data yang dikumpulkan, diperoleh alasan siswa madrasah memilih pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas:

Informasi Mengenai MAN 2 Banyumas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alumni MAN 2 Banyumas	35	17,2	17,2	17,2
	Guru SMP/MTs	6	3,0	3,0	20,2
	Promosi dari pihak MAN 2 Banyumas (brosur, pamflet online)	60	29,6	29,6	49,8
	Media Sosial: Instagram, Facebook	11	5,4	5,4	55,2
	Orang tua/keluarga	64	31,5	31,5	86,7
	Teman/tetangga	27	13,3	13,3	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Alasan Memilih MAN 2 Banyumas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dorongan dari orang tua	52	25,6	25,6	25,6
	Sistem zonasi sekolah	9	4,4	4,4	30,0
	Rekomendasi dari SMP/MTs	11	5,4	5,4	35,5
	Rekomendasi dari teman	6	3,0	3,0	38,4
	Keinginan diri sendiri	109	53,7	53,7	92,1
	Program pendidikan ketrampilan	1	,5	,5	92,6
	Keinginan mempelajari ilmu agama	1	,5	,5	93,1
	Dekat dengan tempat tinggal	4	2,0	2,0	95,1
	Siswa pindahan	2	1,0	1,0	96,1
	Tida diterima di sekolah favorit	8	3,9	3,9	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel informasi dan alasan siswa memilih bersekolah di madrasah dari 203 siswa yang mendapatkan informasi mengenai MAN 2 Banyumas melalui alumni MAN 2 Banyumas sebanyak 35 siswa atau 17,2%, melalui guru di SMP/MTs sebanyak 6 siswa atau 3%, melalui promosi berupa brosur, pamflet sebanyak 60 siswa atau 29,6%, dari media sosial (instagram, facebook) sebanyak 11 siswa atau 5,4%, dari orang tua/ keluarga/ teman/ tetangga sebanyak 27 siswa atau 13,3%.

Untuk alasan siswa mendaftar di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas rata-rata karena dorongan diri sendiri atau keinginan diri sendiri tanpa paksaan, namun siswa yang mendaftar karena alasan dorongan dari orang tua sebanyak 52

siswa atau 25,6%, disebabkan karena sistem zonasi sekolah sebanyak 9 siswa atau 4,4%, yang direkomendasikan oleh sekolah sebelumnya ada 11 siswa atau 5,4%, alasan karena teman atau direkomendasikan teman sebanyak 6 siswa atau 3%, alasan karena adanya program ketrampilan dan ilmu agama masing-masing ada 1 siswa atau 0,5%, dengan alasan karena dekat dengan tempat tinggal sebanyak 4 siswa atau 2%, dengan alasan karena tidak diterima di sekolah favorit sebanyak 8 siswa atau 3,9%.

c. Kesesuaian informasi yang di dapat dari promosi

Untuk mengetahui sekaligus menguji tentang informasi yang dibagikan atau diberikan kepada masyarakat atau siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas pada saat promosi dalam bentuk komunikasi dari mulut ke mulut, pada saat sosialisasi ke SMP/MTs, maupun informasi yang ada pada brosur, pamflet, maupun banner yang dipasang di titik-titik pinggir jalan yang ramai di datangi masyarakat, maka dalam penelitian ini salah satu pertanyaan untuk menjawab sesuai tidaknya informasi yang didapat beserta alasan mereka kenapa sesuai dan kenapa tidak sesuai. Hasil dari 203 siswa yang memilih atau menjawab sesuai sebanyak 187 siswa atau 92,1% dan yang menjawab tidak sesuai

dengan informasi yang didapat atau dengan ekspektasi siswa ketika sebelum dan sesudah bersekolah di madrasah ternyata tidak sesuai. Siswa yang menjawab tidak sesuai sebanyak 16 siswa atau 7,9%. Adapun tabel alasan siswa memilih sesuai dan tidak sesuai sebagai berikut.

Alasan Sekolah Sesuai Dengan Saat Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fasilitas Pendidikan Lengkap Program Pendidikan sesuai dengan yang dipromosikan	31	15,3	15,3	15,3
	Sesuai dengan visi misi sekolah	122	60,1	60,1	75,4
	Sekolah berada di wilayah strategis	31	15,3	15,3	90,6
	Alasan Tidak Sesuai	3	1,5	1,5	92,1
	Total	16	7,9	7,9	100,0
		203	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Alasan Sekolah Tidak Sesuai Dengan Saat Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fasilitas pendidikan belum memadai	9	4,4	4,4	4,4
	Biaya pendidikan yang mahal	3	1,5	1,5	5,9
	Belum belajar secara tatap muka/belajar daring	1	,5	,5	6,4
	Tenaga pengajar kurang berkompeten	3	1,5	1,5	7,9

Alasan Sesuai	187	92,1	92,1	100,0
Total	203	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Pada tabel alasan memilih sesuai dan tidak sesuai diatas dari jumlah 203 responden sebagian besar memilih sesuai dengan berbagai alasan dan beberapa memilih tidak sesuai dengan berbagai alasan juga, namun peneliti meringkas berbagai alasan siswa menjadi 4 alasan masing-masing baik sesuai maupun yang tidak sesuai dan peneliti memberi keterangan TT/TJ (Tidak Tepat/Tidak Jelas) ketika mereka tidak memberi keterangan yang jelas atau tidak mengisi kolom angket.

Siswa yang sesuai dengan alasan karena fasilitas pendidikan yang lengkap sebanyak 31 siswa atau 15,3%, siswa dengan alasan program pendidikan yang sesuai dengan apa yang dipromosikan sebanyak 126 siswa atau 62,1%, siswa dengan alasan sesuai dengan visi misi sekolah sebanyak 32 siswa atau 15,8%, siswa dengan alasan sekolah berada di wilayah strategis sebanyak 3 siswa atau 1,5%, dan siswa tanpa alasan yang jelas sebanyak 11 siswa atau 5,4%. Sedangkan untuk siswa yang memilih tidak sesuai dengan alasan fasilitas belum memadai sebanyak 9 siswa atau 4,4%, siswa dengan alasan karena biaya pendidikan di MAN 2

Banyumas yang mahal sebanyak 3 siswa atau 1,5%, siswa dengan alasan belum belajar secara tatap muka atau daring sebanyak 1 siswa atau 0,5%, siswa dengan alasan tenaga pendidik kurang berkompeten sebanyak 3 siswa atau 1,5%, siswa tanpa alasan yang jelas sebanyak 187 siswa atau 92,1%.

d. Siswa yang akan merekomendasikan MAN 2 Banyumas kepada masyarakat

Tidak sedikit dari siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas yang bangga akan almamaternya dan merasa bahwa MAN 2 Banyumas adalah pilihan yang tepat untuk belajar, ilmu agama, ketrampilan, olahraga, dan berorganisasi. Maka dari itu banyak siswa yang mengajak temannya buat daftar di MAN 2 Banyumas, mengajak adiknya, tetangga untuk mendaftar di MAN 2 Banyumas. Hal itu terbukti dari hasil angket yang menanyakan setelah merasakan bersekolah di MAN 2 Banyumas akankah kalian akan merekomendasikan MAN 2 Banyumas?, sebagian siswa memilih “ya” akan merekomendasikan MAN 2 Banyumas. Siswa yang memilih “ya” sebanyak 194 siswa atau 95,6% dan yang memilih “tidak” sebanyak 9 siswa atau 4,4%. Berikut tabel yang menunjukkan siswa yang akan

merekomendasikan MAN 2 Banyumas dan yang tidak akan merekomendasikan:

**Pendapat Siswa Terkait Merekomendasikan
MAN 2 Banyumas**

Count		Akan Merekomendasikan MAN 2 Banyumas		Total
		Ya, akan merekome ndasikan	Tidak akan merekome ndasikan	
Alasan Sekolah Sesuai Dengan Saat Promosi	Fasilitas Pendidikan Lengkap	31	0	31
	Program Pendidikan sesuai dengan yang dipromosikan	122	4	126
	Sesuai dengan visi misi sekolah	32	0	32
	Sekolah berada di wilayah strategis	3	0	3
	TT/TJ	6	5	11
Total		194	9	203

Sumber: Data Primer yang Diolah Menggunakan SPSS, 2020

Lampiran 8



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BANYUMAS
MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 BANYUMAS
Jalan Jenderal Sudirman Nomor 791 Tel/Fax. (0281) 6339990
Email: man2.purwokerto@kemenag.go.id / manpw12@gmail.com

SURAT KETERANGAN
Nomor : 683/Ma.11.05/PP.00.6/11/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini: Kepala Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas, dengan ini menerangkan bahwa :

1. Nama : FIRDA NUR KHASANAH
2. NIM : 1603036045
3. Alamat : Jln. Sunan Ampel Pabuaran Purwokerto Utara,
Kab. Banyumas

Yang bersangkutan telah melaksanakan riset di Madrasah Aliyah Negeri 2 Banyumas dari tanggal, 29 September s-d 13 Oktober 2020. Guna menyusun Skripsi dengan Judul
"STRATEGI PROMOSI MADRASAH MELALUI ALUMNI DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 BANYUMAS"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Purwokerto
Pada Tanggal : 03 November 2020

A.n Kepala,
KATU
H. NERIDIN



Lampiran 9

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185 Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387 www.walisongo.ac.id
Nomor: B-4154/Un.10.3/K/PP.00.9/09/2020	11 September 2020
Lampiran : -	
Hal : Pengantar Riset	
a.n. : Firda Nur Khasanah	
NIM : 1603036045	
Yth.	
Kepala Sekolah MAN 2 Banyumas Di Purwokerto	
Assalamu'alaikum Wr.Wb., Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, bersama ini kami hadapkan mahasiswa :	
Nama	: Firda Nur Khasanah
NIM	: 1603036045
Alamat	: Jl. Sunan Ampel, Pabuwaeen, Purwokerto Utara
Judul skripsi	: STRATEGI PROMOSI MADRASAH MELALUI ALUMNI DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 BANYUMAS
Pembimbing :	
1. Dr. Fatkhuroji, M.Pd.	
Mahasiswa tersebut membutuhkan data dengan tema/judul skripsi yang sedang disusun, oleh karena itu kami mohon Mahasiswa tersebut di ijinakan melaksanakan riset. Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr. disampaikan terimakasih. Wassalamu'alikum Wr.Wb.	
 a.n. Dekan, Wakil Dekan Bidang Akademik A. Mahrud Junaedi	
Tembusan :	
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Firda Nur Khasanah

Tempat, dan Tanggal Lahir : Banyumas, 14 Maret 1998

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Ds.Pabuaran.
Kec. Purwokerto Utara.
Kab. Banyumas (53124)

Status : Belum Menikah

No. Telepon : 0895 4267 43311

Email : firdanurkhasanah03@gmail.com

Jenjang Pendidikan

1. SD : SD Negeri 1 Pabuaran
2. SMP : SMP N 2 Baturraden
3. SMA : MAN 2 Banyumas
4. Universitas : UIN Walisongo Semarang