

MANAJEMEN PENINGKATAN MUTU SEKOLAH/MADRASAH

Hudan Ngisa Anshori
Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Ulama (STAINU) Madiun
Email: anshoryputra1@gmail.com

Abstrak

Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Madrasah (MPMBM) merupakan istilah lain dari MPMB (Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah), yang memiliki konsep dasar sebagai berikut: pertama, pengambilan keputusan pendidikan dilaksanakan pada level sekolah, namun tentu saja tetap dalam koridor pendidikan yang secara umum ditetapkan secara nasional. Kedua, pengambilan keputusan dilakukan secara partisipatif bersama stake holder sekolah. Dalam MPMBM, sekolah memiliki kewenangan menentukan dalam berbagai kebijakan operasional pendidikan yang diyakini sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik anak didik. Paling tidak ada sembilan bidang yang menjadi “wilayah kewenangan” tersebut, yaitu: (1) perencanaan dan evaluasi program sekolah, (2) pengelolaan kurikulum, (3) pengelolaan proses pembelajaran, (4) pengelolaan ketenagaan, (5) pengelolaan peralatan dan fasilitas, (6) pengelolaan keuangan, (7) pelayanan kesiswaan, (8) hubungan sekolah dan masyarakat, dan (9) pengelolaan iklim sekolah.

Kata Kunci: *Manajemen, Mutu, Sekolah/madrasah*

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah merupakan suatu masalah yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Maju tidaknya suatu bangsa sangat tergantung pada pendidikan bangsa tersebut. Artinya jika pendidikan suatu bangsa dapat menghasilkan “ *Manusia* “ yang berkualitas lahir batin. Otomatis bangsa tersebut akan maju, damai dan tenteram. Sebaliknya jika pendidikan suatu bangsa mengalami stagnasi maka bangsa itu akan terbelakang di segala bidang.

Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan suatu bangsa. Suatu bangsa dapat dilihat maju atau tidaknya dapat dilihat dengan kualitas pendidikannya. Dengan demikian pendidikan merupakan sebuah wahana dalam pembentukan jangka panjang. tugas dalam pendidikan adalah sebagai wahana pengembangan sumber daya manusia. Pendidikan

merupakan sebuah bekal untuk menghadapi krisis dimasa mendatang, sebab pendidikan dalam arti luas merupakan pembinaan atau pengembangan kemampuan.¹

Input, proses, output dan outcomes merupakan kristalisasi dari pentingnya pencapaian efektifitas, efisiensi dan produktifitas dalam sebuah organisasi, termasuk bidang pendidikan. Bila diterapkan secara tepat, manajemen mutu terpadu merupakan metodologi yang dapat membantu para profesional pendidikan menjawab tantangan lingkungan masa kini². Manajemen mutu terpadu dapat membantu pendidikan menyesuaikan diri dengan keterbatasan dan waktu. Salah satu usaha yang bisa dilakukan adalah meningkatkan efektifitas, efisiensi dan produktifitas yang tinggi.

Mutu produk pendidikan akan dipengaruhi oleh sejauh mana lembaga mampu mengelola seluruh potensi secara optimal mulai dari tenaga kependidikan, peserta didik, proses pembelajaran, sarana pendidikan, keuangan dan termasuk hubungannya dengan masyarakat. Pada kesempatan ini, lembaga pendidikan Islam harus mampu merubah paradigma baru pendidikan yang berorientasi pada mutu semua aktifitas yang berinteraksi didalamnya, seluruhnya mengarah pencapaian pada mutu.

MANAJEMEN PENINGKATAN MUTU SEKOLAH/MADRASAH

Kualitas pendidikan dapat ditempuh dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM)³. TQM pertama kali dikemukakan dan dikembangkan oleh Edward Deming, Paine, dkk tahun 1982⁴. Total Quality Management atau yang disebut juga Manajemen Mutu Terpadu merupakan konsep baru dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan dengan bertujuan untuk mendirikan sekolah yang berorientasi pada kebutuhan siswa dan masyarakat.

Manajemen peningkatan mutu berbasis madrasah ialah proses manajemen sekolah/madrasah yang di arahkan pada peningkatan mutu pendidikan, secara otonomi yang di rencanakan, di organisasikan, di laksanakan, dan di evaluasi melibatkan semua stakeholder sekolah. Sesuai

¹ M. Amin Rais, *Hubungan Antara Politik Dan Dakwah ;Berguru Pada M. Natsir*, (Bandung: Mujahid Press, 2004) Hal 36.

² Jerome S Arcoro, *Pendidikan Berbasis Mutu* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 10

³ Merupakan Manajemen Mutu Terpadu yang dilakukan oleh setiap tingkatan manajemen dan bagian dalam sistem kelembagaan atau organisasi dengan tujuan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan. Lihat Nanang Fatah., *Konsep Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) dan Dewan Sekolah.*, (Bandung; Pustaka Bani Quraisi, 2003) Cet 1 Hal 107

⁴ B. Suryo Subroto., *Manajemen Pendidikan Di Sekolah.*, (Jakarta; Rieneka Cipta, 2008) Cet 2 Hal 198.

dengan konsep tersebut. Manajemen peningkatan mutu berbasis madrasah pada hakekatnya merupakan pemberian otonomi kepada madrasah atau sekolah untuk secara aktif atau mandiri melakukan dan mengembangkan berbagai program peningkatan mutu pendidikan sesuai dengan kebutuhan sekolah atau masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, sebagai pemberian otonomi, maka banyak sekali pakar manajemen pendidikan dari berbagai negara yang menyebut manajemen berbasis madrasah sebagai otonomi sekolah, atau kemenangan yang di sentralisasikan tidak saja ketingkat kabupaten dan kota, melainkan juga ke sekolah⁵.

Menurut Edmond yang di kutip oleh Suryosubroto, Manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah/madrasah merupakan alternatif baru dalam pengelolaan pendidikan yang lebih menekankan kepada kemandirian dan kreatifitas sekolah⁶. Dalam manajemen peningkatan mutu ini diperkenalkan oleh teori efektif school yang menjelaskan bahwa dalam teori tersebut lebih memfokuskan pada proses perbaikan pendidikan. Dalam perbaikan tersebut ada beberapa indikator yang menunjukkan karakter perbaikan tersebut, antara lain; (1) lingkungan sekolah yang nyaman dan tertib, (2) sekolah memiliki misi dan target mutu yang ingin dicapai, (3) sekolah memiliki kepemimpinan yang kuat, (4) adanya harapan yang tinggi dari personel sekolah (kepala sekolah, guru, dan staf lainnya termasuk siswa) untuk berprestasi, (5) adanya pengembangan staf sekolah yang terus menerus sesuai tuntutan IPTEK, (6) adanya pelaksanaan evaluasi yang terus-menerus terhadap berbagai aspek akademik dan administrative, dan pemanfaatan hasilnya untuk penyempurnaan/ perbaikan mutu, dan (7) adanya Komunikasi, dan dukungan intensif dari orang tua murid/masyarakat⁷.

Manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah dapat didefinisikan sebagai model manajemen yang memberikan otonomi lebih besar kepada sekolah dan mendorong sekolah untuk melakukan pengambilan keputusan secara partisipatif untuk memenuhi kebutuhan mutu sekolah atau untuk mencapai tujuan mutu sekolah dalam kerangka pendidikan nasional⁸.

Untuk menciptakan sebuah lembaga pendidikan yang bermutu sebagaimana yang diharapkan banyak orang atau masyarakat bukan hanya menjadi tanggung jawab sekolah, tetapi merupakan tanggung jawab dari semua pihak termasuk didalamnya orang tua dan dunia usaha sebagai pelanggan internal dan eksternal dari sebuah lembaga pendidikan. *Arcaro S*

⁵Ibrohim Bafada, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar, Dari Sentralisasi menuju Desentralisasi*, (Jakarta; PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 82

⁶Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan Di Sekolah*, (Jakarta; PT RINIKA CIPTA, 2004), hlm. 208

⁷ M.Fathurrohman dan Sulistyorini, *Implementasi Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 27

⁸ M.Fathurrohman dan Sulistyorini, *Implementasi Manajemen...*, hlm. 28

Jerome menyampaikan bahwa terdapat lima karakteristik sekolah yang bermutu yaitu : 1) Fokus pada pelanggan. 2) Keterlibatan total 3) Pengukuran 4) Komitmen 5) Perbaikan berkelanjutan⁹.

KONSEP, KARAKTERISTIK DAN TUJUAN MANAJEMEN PENINGKATAN MUTU SEKOLAH/MADRASAH

a Konsep Dasar Mutu

Istilah mutu digunakan untuk menunjukkan kualitas suatu objek, secara bahasa kata mutu memiliki beberapa pengertian yaitu terdiam karena sedih, terjepit, mutiara dan kualitas¹⁰. Mutu juga dapat dikatakan derajat yang menunjukkan keunggulan suatu produk. Dengan mutu maka sebuah produk menunjukkan bahwa produk tersebut dapat dipertanggung jawabkan secara kualitas.

Dalam konteks pendidikan maka konsep mutu digunakan dalam proses pendidikan dan hasil pendidikan¹¹. Dalam proses pendidikan terdapat input berupa bahan ajar yang dapat mengkanter faktor kognitif, afektif dan psikomotorik¹², metodologi dalam pembelajaran, Administrasi yang memadai, pendanaan yang cukup serta sarana dan prasarana yang mendukung aktifitas sekolah. Semua unsur-unsur tadi merupakan penunjang agar berkembangnya suatu lembaga pendidikan. Sedangkan hasil pendidikan merupakan hasil yang

⁹ Jerome S Arcoro, *Pendidikan Berbasis Mutu* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 10

¹⁰ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta; Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008) Hal 990

¹¹ B. Suryo Subroto, *Manajemen Pendidikan Di Sekolah*, (Jakarta; Rieneka Cipta, 2008) Cet 2 Hal 210

¹² Menurut Muhibbin Syah, faktor kognitif, afektif dan psikomotorik merupakan ranah psiko-fisik karena bagian-bagian ini memiliki keterkaitan langsung dengan belajar siswa. Teori Taksonomi Bloom secara rinci menjaelaskan Psikomotorik berhubungan dengan perolehan aneka ragam keterampilan Fisik anak, sedangkan Kognitif pengembangan proses intelektual atau proses pengembangan kecerdasan otak anak. Seperti pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesis, dan penilaian serta Afektif proses pengembangan mental yang dimana *Affective Learning* yaitu aspek belajar yang berkaitan dengan emosi, perasaan dan sikap atau mental. Dalam orientasi pembelajaran tentunya tiga ranah itu yang menjadi objek pendidikan. Ranah kognitif sebagai dasar pengetahuan, pemahaman, sintesa dan penilaian Lihat Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung; Rosada Karya, 2012) Hal 59 Dapat dilihat Daldiyono, *How To Be Are Real and Success Full; Stady; Buku Panduan Untuk menjadi sarjana yang sukses dan Berfiqir*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009) Hal 109-112. Serta Sahabidin Hasyim, Mahani Rajali dan Ramlah Jantan, *Psikologi Pendidikan; Buku teori Pembelajaran yang terkandung dalam silabusKurikulum Pendidikan Guru yang terdapat dalam maktab-maktab perguruan*, (Kuala Lumpur; Profesional, 2003) Hal 91 Lenni Fanggaldaej, *Kamus Pendidikan*, (Jakarta; Restu Agung, 1995) Hal 7.

didapatkan oleh sebuah sekolah. Semua itu merupakan salaiing berhubungan.

Pengertian kualitas atau mutu dapat dilihat juga dari konsep secara absolut dan relatif. Dalam konsep absolut sesuatu (barang) disebut berkualitas bila memenuhi standar tertinggi dan sempurna. Artinya, barang tersebut sudah tidak ada yang melebihi. Bila diterapkan dalam dunia pendidikan konsep kualitas absolut ini bersifat elitis karena hanya sedikit lembaga pendidikan yang akan mampu menawarkan kualitas tertinggi. Mutu dalam aspek relatif berarti suatu produk atau jasa telah memenuhi persyaratan atau kriteria yang ditetapkan dalam pendidikan dapat dilihat dari standar pendidikan¹³. Produk tersebut tidak harus terbaik tetapi memenuhi standar¹⁴. Pelanggan pendidikan ada dua aspek, yaitu pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan internal adalah kepala sekolah, guru dan staf kependidikan lainnya. Pelanggan eksternal ada tiga kelompok, yaitu pelanggan eksternal primer, pelanggan sekunder, dan pelanggan tersier. Pelanggan eksternal primer adalah peserta didik. Pelanggan eksternal sekunder adalah orang tua dan para pemimpin pemerintahan. Pelanggan eksternal tersier adalah pasar kerja dan masyarakat luas¹⁵.

b Karakteristik Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah/ Madrasah

MPMBS/M memiliki karakteristik yang perlu dipahami oleh sekolah yang akan menerapkannya. Dengan kata lain, jika sekolah ingin sukses dalam menerapkan MPMBS/M, maka sejumlah karakteristik MPMBS berikut perlu dimiliki. Berbicara karakteristik MPMBS tidak dapat dipisahkan dengan *karakteristik sekolah efektif*. Jika MPMBS merupakan wadah/kerangka, maka sekolah efektif merupakan isinya. Oleh karena itu, karakteristik MPMBS berikut memuat secara inklusif elemen-elemen sekolah efektif, yang dikategorikan menjadi *input, proses, dan output*.

¹³ Salah satu alasan setiap pendidikan memerlukan standar adalah karena merupakan sebuah patokan dan pemicu agar dapat berkembang dengan lebih baik lagi, dalam pendidikan standar dibutuhkan sebagai acuan minimal. Lihat Yim Pengembang Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, Ilmu dan Aplikasi Pendidikan; Bagian II; Ilmu Pendidikan Praktis, (Bandung; Imperial Bakhti Utama, 2007) Cet 1 Hal 248. Maka Standar Pendidikan Nasional dapat dilihat dalam Peraturan Pemerintah No 19 Tahun 2005

¹⁴ Umaedi, Hardianto dan Siwantari, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Jakarta; Universitas Terbuka, 2011) Hal 4.19

¹⁵ Nurkholis, *Manajemen Berbasis Sekolah; Teori, Model dan Aplikasi*, (Jakarta; Grasindo, 2003) Hal 70

Dalam menguraikan karakteristik MPMBS, pendekatan sistem yaitu *input*, *proses*, *output* digunakan untuk memandunya. Hal ini didasari oleh pengertian bahwa sekolah merupakan sebuah sistem sehingga penguraian karakteristik MPMBS (yang juga karakteristik sekolah efektif) mendasarkan kepada *input*, *proses*, dan *output*. Selanjutnya, uraian berikut dimulai dari *output* dan diakhiri *input*, mengingat *output* memiliki tingkat kepentingan tertinggi, sedang *proses* memiliki tingkat kepentingan tertinggi, sedangkan *proses* memiliki tingkat kepentingan satu tingkat lebih rendah dari *output*, dan *input* memiliki tingkat lebih rendah dari *output*.¹⁶

a) Output

Output sekolah adalah prestasi sekolah yang dihasilkan oleh proses pembelajaran dan manajemen di sekolah. Pada umumnya, output dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu output berupa prestasi akademik (*academic, achivement*) dan output berupa prestasi non-akademik (*non-academic achievment*). Output prestasi akademi misalnya, NEM, lomba karya ilmiah remaja, lomba (Bahasa Inggris, Matematika, Fisika), cara-cara berpikir (kritis, kreatif/divergan, nalar, rasional, induktif, deduktif, dan ilmiah). Output non-akademik, misalnya keingintahuan yang tinggi, harga diri kejujuran, kerja sama yang baik, rasa kasih sayang yang tinggi terhadap sesama, solidaritas yang tinggi, toleransi, kedisiplinan, kerajinan, prestasi olah raga, dan kesenian.

b) Proses

Sekolah yang efektif pada umumnya memiliki sejumlah karakteristik proses sebagai berikut:

- 1) Proses belajar mengajar yang efektifitasnya tinggi
- 2) Kepemimpinan sekolah yang kuat
- 3) Lingkungan sekolah yang aman dan tertib
- 4) Pengelolaan tenaga kependidikan yang efektif
- 5) Sekolah memiliki budaya muut
- 6) Sekolah memiliki “team work” yang kompak, cerdas, dan dinamis
- 7) Sekolah memiliki kewenangan (kemandirian)
- 8) Partisipasi yang tinggi dari warga dan masyarakat
- 9) Sekolah memiliki keterbukaan manajemen
- 10) Sekolah memiliki kemauan untuk berubah (psikologis dan fisik)

¹⁶ Suhendar, *Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah/Madrasah (MPMBS/M)*, dalam wordpress.com. Diakses tanggal 9 November 2015.

- 11) Sekolah melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan
 - 12) Sekolah responsive dan antisipasif terhadap kebutuhan
 - 13) Memiliki komunikasi yang baik
 - 14) Sekolah memiliki akuntabilitas
 - 15) Sekolah memiliki kemampuan manajemen sustainabilitas
- c) Input
- 1) Memliki keb ijakan, tujuan dan sasaran mutu yang jelas
 - 2) Sumber daya tersedia dan siap
 - 3) Staf yang kompeten dan berdedikasi tinggi
 - 4) Memiliki harapan prestasi yang tinggi
 - 5) Fokus pada pelanggan (khususnya siswa)
 - 6) Input manajemen
- c Tujuan Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah
- Tujuan penerapan manajemen berbasis sekolah untuk meningkatkan kualitas pendidikan secara umum baik itu menyangkut kualitas pembelajaran, kurikulum, sumber daya manusia baik guru maupun tenaga kependidikan dan kualitas pelayanan pendidikan secara umum. Manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah bertujuan untuk memandirikan atau memberdayakan sekolah melalui pemberian kewenangan atau otonomi kepada sekolah dan mendorong sekolah untuk melakukan pengambilan keputusan secara partisipatif. Pada intinya adalah manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah sebagai berikut¹⁷:
- a) Meningkatkan mutu pendidikan melalui kemandirian dan inisiatif sekolah dalam mengelola dan memberdayakan sumber daya yang ada.
 - b) Meningkatkan kepedulian warga sekolah dan masyarakat dalam menyelenggarakan pendidikan melalui pengambilan keputusan.
 - c) Meningkatkan tanggung jawab sekolah kepada orang tua, masyarakat dan pemerintah tentang mutu sekolahnya.
 - d) Meningkatkan kompetisi yang sehat antar sekolah tentang mutu pendidikan yang akan dicapai.

KERANGKA KERJA DAN STRATEGI PENINGKATAN MUTU SEKOLAH

Dalam manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah, kegiatan yang dilakukan sekolah dalam meningkatkan mutu sekolah harus bekerja sesuai dengan bagian bagian tertentu yaitu:

¹⁷M.Fathurrohman dan Sulistryorini, *Implementasi Manajemen...*, hlm 29

Pertama. Sumber daya yaitu memanfaatkan serta mengatur sumber daya sesuai dengan kebutuhan.

Kedua. Pertanggung jawaban yaitu sekolah dituntut untuk memiliki tanggung jawab masyarakat maupun pemerintah. Pertanggung jawaban ini bertujuan untuk meyakinkan bahwa dana masyarakat dipergunakan sesuai dengan kebijakan yang telah ditentukan dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan dan memberikan laporan pertanggung jawaban kepada masyarakat serta mengkomunikasikannya dalam pertemuan kepada masyarakat/orang tua.

Ketiga. Kurikulum yaitu selain menggunakan standar kurikulum nasional yang telah ditentukan sekolah harus mengembangkan kurikulum serta berinovasi dalam kegiatan pembelajaran tersebut agar tujuan dari materi tersebut tercapai yakni memiliki intelektual dengan menguasai ilmu pengetahuan, terampil, memiliki sikap arif bijaksana, karakter dan memiliki kematangan emosional.

Keempat. Personil sekolah yaitu sekolah bertanggung jawab atas rekrutmen tenaga kependidikan dan pembinaan terhadap staff sekolah dan lain sebagainya¹⁸.

Di samping melakukan kerangka kerja untuk meningkatkan mutu pendidikan Dan harus juga menentukan strategi serta memahami bahwa hal yang pokok dari formulasi strategi adalah menyusun perencanaan yang berkelanjutan. Dalam hal ini, langkah langkah strategi yang harus dilakukan sekolah untuk meningkatkan mutu antara lain:

- a) Penetapan visi dan misi sekolah yang utuh dengan melibatkan masyarakat sekolah dan stakeholder sekolah.
- b) Menetapkan arah dan sasaran sekolah agar tercapai tujuan dan target yang telah ditentukan.
- c) Menentukan strategi organisasi sekolah
- d) Implementasi strategi organisasi sekolah
- e) Analisis swot secara cermat dan akurat

Adapun strategi dalam meningkatkan mutu sekolah ada beberapa yang harus diperhatikan:

- a) Menyusun basis data dan profil sekolah lebih presentatif, akurat, valid dan sistematis menyangkut berbagai aspek akademis, administratif (siswa, guru dan staff) dan keuangan.
- b) Melakukan evaluasi diri untuk menganalisa kekuatan dan kelemahan mengenai sumber daya sekolah dan lain sebagainya.
- c) Mengidentifikasi kebutuhan sekolah dan merumuskan visi dan misi serta tujuan dalam mewujudkan pendidikan yang berkualitas bagi siswa yang sesuai dengan konsep pendidikan nasional.

¹⁸ M.Fathurrohman dan Sulistyorini, *Implementasi Manajemen....*, hlm. 30-31

Adapun pengelolaan program tersebut dapat ditempuh dengan langkah langkah sebagai berikut:

- a) Memberdayakan komite sekolah dalam peningkatan mutu pembelajaran di sekolah
- b) Memanfaatkan unsur dari pemerintah setempat dalam membantu peningkatan mutu sekolah.
- c) Memberdayakan tenaga kependidikan baik guru, kepala sekolah, petugas bimbingan dan penyuluhan maupun pejabat di daerah setempat.
- d) Melakukan supervisi dan monitoring yang sistematis dan konsisten terhadap pelaksanaan kegiatan pembelajaran di sekolah agar diketahui berbagai kendala dan masalah yang dihadapi serta segera dapat diberikan solusi masalah yang dihadapi.
- e) Mengelola kegiatan yang bersifat bantuan langsung bagi setiap sekolah untuk meningkatkan mutu pembelajaran, merehab sarana dan prasarana pendidikan dan lain sebagainya¹⁹.

Strategi yang dikembangkan dalam penggunaan manajemen mutu terpadu dalam dunia pendidikan adalah lembaga pendidikan memposisikan dirinya sebagai lembaga jasa (industri jasa) yakni lembaga yang memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Jasa atau pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan tentu saja merupakan sesuatu yang bermutu dan memberikan kepuasan kepada mereka. Maka pada saat itulah, dibutuhkan sesuatu sistem manajemen yang mampu memberdayakan lembaga pendidikan agar lebih bermutu.

Marketing Lembaga Pendidikan

Pemasaran atau *marketing* tidak diasumsikan dalam arti yang sempit yaitu penjualan akan tetapi marketing memiliki pengertian yang sangat luas. Intinya adalah penerapan marketing tidak hanya berorientasi ada peningkatan laba lembaga akan tetapi bagaimana menciptakan kepuasan bagi pelanggan sebagai bentuk tanggung jawab kepada stakeholder atas mutu dari outputnya. Penerapan marketing di atas terlebih dahulu harus memperbaiki fondasi-fondasi, diantaranya perhatian pada kualitas yang ditawarkan, serta jeli melihat segmentasi dan penentuan sasaran. Konsep marketing tidak berorientasi asal barang habis tanpa memperhatikan sesudah itu, berorientasi jangka panjang yang lebih menekankan pada kepuasan konsumen, dimana marketing itu sendiri adalah suatu usaha bagaimana memuaskan, memenuhi needs and wants dari konsumen.

Dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, Kotler mengemukakan beberapa cara diantaranya adalah:

- a) Sistem keluhan dan saran

¹⁹M.Fathurrohman dan Sulistyorini, *Implementasi Manajemen...*, hlm. 71

- b) Survey kepuasan pelanggan
- c) Pembeli bayangan
- d) Analisis pelanggan yang beralih.

Dalam konteks pendidikan, kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa komponen, yaitu sebagai berikut :

- a) Karakteristik barang dan jasa Nama sekolah yang dikenal, staf pengajar yang kompeten, dan hubungan dengan lembaga luar.
- b) Emosi pelanggan Motivasi siswa dalam mengikuti kegiatan belajar mengajar.
- c) Atribut-atribut pendukung Promosi di bidang jasa sekolah, lulusan yang dihasilkan, dan prestasi-prestasi yang dicapai.
- d) Persepsi terhadap pelayanan Penerimaan pelayanan oleh siswa.
- e) Pelanggan lainnya Penyebarluasan informasi.
- f) Biaya Moneter, waktu, energi dan fisik

Kemudian, hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan menentukan pemasaran yaitu menentukan siapa konsumen sarannya, dan bagaimana proses kepuasan mereka. Dalam proses ini disebut dalam kegiatan pemasaran sebagai analisis pasar. Proses analisis pasar juga perlu diketahui tingkatan atau level pasar berdasarkan minat, penghasilan dan akses. Berdasarkan ketiga karakteristik tersebut maka pasar dikelompokkan menjadi beberapa yaitu²⁰:

- a) pasar potensial (potential market): sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat minat tertentu terhadap penawaran pasar tertentu.
- b) pasar yang tersedia (vailable market): pasar dimana sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, dan akses pada penawaran pasar tertentu.
- c) pasar yang tersedia dan memenuhi syarat (qualified avaiable market): merupakan sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan dan akses serta kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu.
- d) pasar dilayani (target market): bagian dari pasar yang tersedia yang ingin dimasuki atau menjadi target/sasaran pemasaran.
- e) pasar penetrasi (penetrated market): merupakan sekumpulan konsumen yang benar benar telah memberi produk yang dipasarkan.

Pendidikan yang dapat laku dipasarkan adalah pendidikan yang memiliki :

- a) ada produk sebagai komoditas
- b) produknya memiliki standar, spesifikasi dan kemasan
- c) mempunyai sasaran yang jelas
- d) mempunyai jaringan dan media
- e) tenaga pemasar

kemudian pemasaran dapat dilakukan melalui promosi dengan tujuan untuk:

²⁰Muhammad Rais, *Manajemen Marketing Pendidikan Madrasah; strategi mewujudkan madrasah yang marketable* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013), hlm124

- a) memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk produk sekolah
- b) meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat tentang produk sekolah
- c) membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya
- d) memberikan penekanan nilai lebih diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan
- e) menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan sekolah di masyarakat.

Cara yang dapat dilakukan dalam promosi antara lain²¹:

- a. komunikasi personal dan interpersonal(telemarketing, costumer service dan training, word of mouth)
- b. Periklanan
- c. promosi penjualan
- d. publisitas/hubungan masyarakat
- e. peralatan instruksional
- f. corporate design

Intinya adalah dengan penerapan pamasaran pendidikan maka akan menciptakan budaya kualitas dalam setiap segmen dan langkahnya, sehingga proses pendidikan yang disediakan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan menimbulkan kepuasan, sedangkan kepuasan dari pelanggan pendidikan akan

²¹ Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan*,(Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 348

Komunikasi personal dan interpersonal ialah komunikasi langsung 2 arah antara pemasar dengan calon konsumen secara perorangan maupun dengan kelompok. Telemarketing adalah proses penawaran yang dilakukan oleh personil sekolah kepada masyarakat yang dianggap perspektif calon konsumen melalui media telepon. Costumer service dan training ialah bantuan layanan tambahan yang dilakukan oleh personil sekolah yang secara khusus tidak menjalankan fungsi penawaran dan penjualan untuk memberikan penjelasan teknik tentang standar, spesifikasi dan model model layanan sekolah. Word of mouth ialah komentar masyarakat baik positif maupun negatif dari seseorang/kelompok orang tua siswa/masyarakat yang telah/sedang menyekolahkan ke/disekolah yang dipromosikan. Periklanan ialah bentuk komunikasi nonpersonal yang dilakukan oleh sekolah untuk memberikan informasi, penjelasan atau membujuk masyarakat agar menyekolahkan pada sekolah yang ditawarkan. Prosesnya dapat dilakukan dengan cara penyiaran, cetakan, internet, pameran dan surat langsung. Promosi penjualan ialah insentif jangka pendek/panjang yang ditawarkan kepada masyarakat dan perantara pemasaran untuk merangsang masyarakat untuk bersekolah ke sekolah yang dipromosikan. Yang dapat dilakukan dengan sample/contoh, kupon, diskon atau bentuk bentuk hadiah lainnya. Publikasi ialah usaha untuk mendorong perhatian positif terhadap sekolah dan produk produk unggulannya dengan mengirimkan program program layanan baru, mengadakan konferensi pers, mengadakan special events dan mensponsori kegiatan kegiatan bermanfaat bagi masyarakat bekerja sama dengan pihak ketiga. Peralatan instruksional dapat dilakukan melalui web sites, manual s, brochures, video audiocassetes, software. Corporate design adalah dapat berbentuk logo sekolah pada pin, seragam sekolah, lokasi, tata letak, disain interior, dan dekorasi sekolah, fasilitas dan peralatan kantor sekolah, keamanan dan nyaman sekolah dan atribut lainnya yang menimbulkan daya tarik.

mengantarkan lembaga tersebut pada citra yang lebih baik serta peningkatan peminat pendidikan sehingga pendapatan lembaga menjadi meningkat pula.

PENUTUP

Bentuk pengelolaan MPMBS/M merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas sekolah/madrasah. Karena dengan MPMBS/M, sekolah/madrasah diberi keleluasaan untuk mengelola secara mandiri proses pendidikan sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Melalui MPMBS/M, sekolah/madrasah tidak lagi harus bergantung kepada kebijakan pemerintah pusat (dalam nuansa sentralistik), tetapi sudah bisa menentukan sendiri program pendidikannya (dalam nuansa desentralistik). Dalam konteks ini, kepala madrasah – yang dipandang sebagai pihak yang banyak tahu tentang sekolah/madrasah – dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam mengembangkan lembaga.

Daftar Pustaka

- Arcoro Jerome S, *Pendidikan Berbasis Mutu* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006).
- Bafada Ibrohim, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar, Dari Sentralisasi menuju Desentralisasi*,(Jakarta; PT Bumi Aksara, 2006).
- Fatah Nanang,. *Konsep Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) dan Dewan Sekolah*,. (Bandung; Pustaka Bani Quraisi, 2003).
- Fathurrohman M. dan Sulistyorini, *Implementasi Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Teras, 2012).
- Lihat Tim Pengembang Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan; Bagian II; Ilmu Pendidikan Praktis*, (Bandung; Imperial Bakhti Utama, 2007)
- Nurkholis, *Manajemen Berbasis Sekolah; Teori, Model dan Aplikasi*,. (Jakarta; Grasindo, 2003).
- Rais M. Amin, *Hubungan Antara Politik Dan Dakwah ;Berguru Pada M. Natsir*, (Bandung: Mujahid Press, 2004)
- Rais Muhammad, *Manajemen Marketing Pendidikan Madrasah; Strategi Mewujudkan Madrasah yang Marketable* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013)
- Subroto Suryo, *Manajemen Pendidikan Di Sekolah*, (Jakarta; PT RINIKA CIPTA, 2004),

Suhendar, *Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah/Madrasah (MPMBS/M)*, dalam wordpress.com.

Syah Muhibbin, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung; Rosada Karya, 2012)

Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013)

Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta; Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008)

Umaedi Hardianto dan Siwantari, *Manajemen Berbasis Sekolah*,. (Jakarta; Universitas Terbuka, 2011)