

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penerimaan murid baru (PMB) merupakan salah satu kegiatan penting dalam manajemen peserta didik yang menjadi tahap awal dalam proses pendidikan. Menurut Mulyasa (2013), penerimaan murid baru merupakan bagian dari manajemen sekolah yang meliputi perencanaan, seleksi, dan penetapan calon siswa sesuai dengan daya tampung serta ketentuan yang berlaku. Sejalan dengan itu, Suharsimi dkk. (2013), menyatakan bahwa penerimaan murid baru adalah kegiatan awal dalam pengelolaan peserta didik yang bertujuan untuk menyeleksi calon siswa agar sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh lembaga pendidikan.

Penerimaan murid baru merupakan proses awal yang mencakup seleksi administrasi dan akademik calon peserta didik untuk memasuki jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Dengan demikian, PMB tidak hanya berfungsi sebagai proses administratif, tetapi juga sebagai upaya strategis dalam menjaring calon peserta didik yang berkualitas serta mendukung keberlangsungan dan mutu lembaga pendidikan (Pangestika dkk., 2024).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerimaan murid baru merupakan kegiatan awal yang strategis dalam manajemen peserta didik, yang tidak hanya berfungsi sebagai proses administratif berupa seleksi dan penetapan calon siswa, tetapi juga sebagai upaya lembaga pendidikan dalam menjaring calon peserta didik yang

berkualitas sesuai dengan daya tampung dan persyaratan yang berlaku demi mendukung keberlangsungan dan mutu pendidikan.

Dalam proses penerimaan murid baru, terdapat dua strategi utama yang dilakukan agar menarik minat masyarakat. Pertama adalah strategi internal, yaitu strategi yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas pengelolaan, pelayanan, pengajaran, serta sarana dan prasarana dalam satuan pendidikan. Strategi ini meliputi peningkatan kualitas peserta didik, kompetensi guru dan tenaga kependidikan (Tendik), serta memperbaiki fasilitas sekolah sebagaimana diamanatkan dalam UU No. 20 Tahun 2003 Pasal 45 ayat (1).

Kedua adalah strategi eksternal, yaitu strategi yang dilakukan untuk mengenalkan satuan pendidikan kepada masyarakat umum yang meliputi promosi sekolah melalui brosur, spanduk, media sosial, personal selling, mengadakan berbagai kegiatan atau ajang perlombaan, serta optimalisasi fungsi publisitas atau humas (Mulyasa, 2007). Penelitian ini berfokus pada strategi eksternal, karena strategi eksternal merupakan ujung tombak yang secara langsung memengaruhi jangkauan informasi dan minat calon murid baru terhadap madrasah.

Strategi penerimaan murid baru sangat penting bagi lembaga pendidikan karena berfungsi untuk menjaring calon peserta didik yang sesuai serta meningkatkan jumlah pendaftar setiap tahun. Selain itu, strategi ini juga membantu madrasah dalam memperkenalkan keunggulan dan citra positif kepada masyarakat melalui berbagai media promosi. Dengan strategi yang

tepat, madrasah dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainya serta meningkatkan daya tarik dan eksistensinya di tengah masyarakat.

Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 yang memberikan landasan dalam menyampaikan sesuatu kepada khalayak yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk

Ayat ini ditafsirkan M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah, yaitu menekankan bahwa keberhasilan menjaring minat masyarakat harus didasarkan pada strategi yang cerdas dan tepat sasaran (*Hikmah*), penyampaian citra lembaga yang inspiratif dan edukatif (*Mau'idzah Hasanah*), serta menjaga etika kompetisi yang sehat tanpa menjatuhkan pihak lain (*Mujadalah billati hiya ahsan*) (Fitri dkk., 2023). Dengan demikian, PMB bukan sekadar mengejar kuantitas pendaftar, melainkan upaya profesional untuk membangun eksistensi madrasah sebagai lembaga yang berkualitas dan dipercaya masyarakat. Pentingnya strategi penerimaan murid baru ini juga telah dibuktikan oleh sejumlah penelitian terdahulu yang relevan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulfa (2023) yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Penerimaan Peserta Didik” yang menjelaskan bahwa strategi promosi eksternal seperti brosur, banner, dan media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah pendaftar di

lembaga pendidikan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media promosi yang tepat dapat membantu sekolah memperkenalkan keunggulan lembaga kepada masyarakat secara lebih luas.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Rahma Annisa (2023) yang berjudul “Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru di MI Nurul Islam Semarang” menjelaskan bahwa kombinasi strategi promosi eksternal melalui media cetak dan digital mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Namun demikian, penelitian tersebut lebih menekankan pada strategi umum penerimaan peserta didik baru di tingkat madrasah ibtidaiyah, sedangkan penelitian ini lebih difokuskan pada strategi eksternal penerimaan murid baru di MAN 1 Kota Bukittinggi, khususnya melalui penggunaan media sosial, spanduk, sales promotion dan publisitas mmadrasah. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian di mana belum ada kajian mendalam yang secara khusus menganalisis tahapan pelaksanaan strategi eksternal penerimaan murid baru di madrasah aliyah negeri, terutama di konteks MAN 1 Kota Bukittinggi. Dalam konteks ini, strategi penerimaan murid baru yang baik menjadi sarana penting agar lembaga pendidikan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata.

Secara konstitusional, pelaksanaan pendidikan telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 4 ayat (1) yang menyebutkan bahwa pendidikan diselenggarakan secara demokratis dan berkeadilan serta tidak diskriminatif.

Selanjutnya, dalam menjalankan misi pendidikan tersebut, kepala sekolah sebagai top manager perlu merancang strategi yang kuat untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Strategi di sekolah menjelaskan metode serta pendekatan yang digunakan kepala sekolah dalam bertindak, baik dalam peningkatan mutu pendidikan maupun untuk menarik minat calon peserta didik baru (Sari & Ginanjar, 2020). Apabila sekolah mempunyai mutu pendidikan yang baik dan karakteristik yang bagus, hal tersebut akan menjadi daya tarik tersendiri dan mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk menarik minat calon peserta didik baru (Hidayat, 2021).

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Bukittinggi merupakan lembaga pendidikan berakreditasi A yang sangat berkembang dalam hal mutu pendidikannya. Madrasah ini memiliki berbagai kegiatan ekstrakurikuler aktif yang mampu membentuk karakter islami, intelektual, serta mengembangkan bakat dan minat peserta didik. Keberhasilan pengembangan potensi tersebut dibuktikan dengan banyaknya prestasi membanggakan yang diraih oleh peserta didik, baik di bidang akademik maupun non-akademik di berbagai tingkat kejuaraan mulai dari tingkat kota, provinsi, hingga nasional. Segala keunggulan komprehensif yang dimiliki oleh MAN 1 Kota Bukittinggi tersebut menjadi daya tarik utama bagi para orang tua dan calon peserta didik.

Berdasarkan hasil observasi awal di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Bukittinggi, pada hari senin-jum'at, tanggal 19 - 23 Januari 2026 yang dilakukan oleh peneliti ditemukan:

Dalam strategi penerimaan murid baru, madrasah tidak menggunakan brosur cetak sebagai media utama penyebaran informasi. Brosur cetak hanya disediakan apabila ada pihak yang memintanya, sementara brosur disebar dalam bentuk digital. Madrasah lebih memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama penyebaran informasi penerimaan murid baru, khususnya melalui Instagram dengan nama akun "MAN 1 Kota Bukittinggi". Selain itu, madrasah juga menggunakan spanduk yang dipasang pada satu titik strategis, yaitu

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Bukittinggi memanfaatkan media sosial berupa akun Instagram sebagai sarana penyebaran informasi penerimaan murid baru dan spanduk dipasang pada satu titik strategis, yaitu di depan sekolah di tepi jalan. Dengan demikian, secara eksternal dalam aspek perencanaan kegiatan tersebut telah terlaksana.

Informasi tersebut diperkuat dengan wawancara yang peneliti lakukan pada hari Sabtu, 24 Januari 2026 oleh salah satu bidang humas yaitu Bapak Ilham Azizi di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Bukittinggi, diperoleh informasi bahwa:

Dalam mempromosikan penerimaan murid baru, madrasah menggunakan spanduk yang dipasang di sekitar sekolah serta brosur yang hanya disediakan secara fisik apabila ada pihak yang memerlukan. Selain itu, media sosial menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi PMB kepada masyarakat. Selain itu, media sosial menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi PMB kepada masyarakat, khususnya melalui Instagram yang terbukti mampu menarik banyak peminat calon murid baru hanya dengan penyebaran informasi melalui platform tersebut. Platform yang digunakan meliputi Instagram, TikTok, YouTube, dan website resmi madrasah yang masing-masing dimanfaatkan untuk

memberikan informasi mengenai pembukaan PMB, alur pendaftaran, serta tutorial pendaftaran secara online.

Meskipun berbagai media promosi tersebut telah digunakan, belum diketahui secara mendalam bagaimana tahapan pelaksanaan strategi eksternal penerimaan murid baru di MAN 1 Kota Bukittinggi dilakukan secara terencana, terstruktur, dan efektif. Hal ini menjadi permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut agar madrasah dapat mengoptimalkan strategi yang telah dijalankan.

Berdasarkan data tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai pelaksanaan strategi eksternal dalam penerimaan murid baru di MAN 1 Kota Bukittinggi secara terencana dan terstruktur. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa tahapan dalam strategi eksternal yang dilakukan oleh MAN 1 Kota Bukittinggi. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih mendalam mengenai pelaksanaan strategi eksternal tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diberi judul "Strategi Penerimaan Murid Baru di MAN 1 Kota Bukittinggi".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data observasi yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Madrasah cenderung mengandalkan media digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan website dalam mempromosikan penerimaan murid baru,
2. Belum diketahui sejauh mana efektivitas masing-masing media promosi yang digunakan madrasah.

3. Belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana tahapan pelaksanaan strategi eksternal penerimaan murid baru dijalankan di MAN 1 Kota Bukittinggi.

C. Fokus Penelitian

Mengingat luasnya permasalahan yang ada serta keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti, maka penelitian ini difokuskan pada pelaksanaan strategi eksternal dalam Penerimaan Murid Baru di MAN 1 Kota Bukittinggi.

D. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana pelaksanaan strategi eksternal penerimaan murid baru di MAN 1 Kota Bukittinggi?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan strategi eksternal dalam penerimaan murid baru di MAN 1 Kota Bukittinggi.

F. Manfaat Penelitian

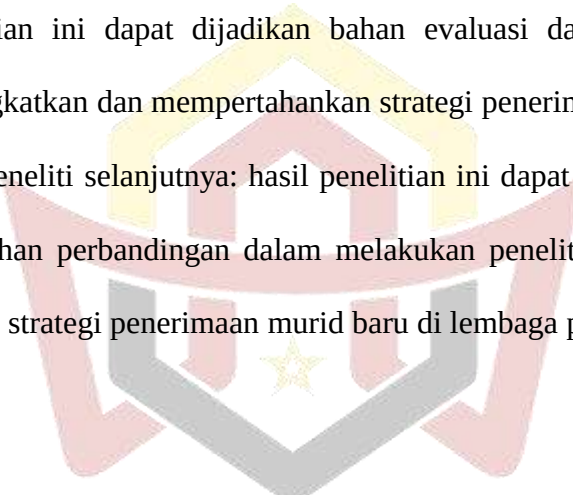
Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan ilmu manajemen pendidikan Islam, khususnya yang berkaitan dengan strategi penerimaan murid baru di lembaga pendidikan madrasah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti: Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pemahaman secara mendalam mengenai strategi penerimaan murid baru serta mengaplikasikan ilmu manajemen yang telah dipelajari selama perkuliahan dalam menghadapi permasalahan riil di lembaga pendidikan.
- b. Bagi MAN 1 Kota Bukittinggi: bagi MAN 1 Kota Bukittinggi, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan masukan dalam meningkatkan dan mempertahankan strategi penerimaan murid baru.
- c. Bagi peneliti selanjutnya: hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi penerimaan murid baru di lembaga pendidikan Islam.



UIN IMAM BONJOL
PADANG