

PENINGKAKAN MINAT MASYARAKAT TERHADAP MADRASAH MELALUI PENDEKATAN “KIPRO” DI MI AL MUSTAJAB

IMPROVING TO INCREASE COMMUNITY INTEREST IN MADRASAH THROUGH THE “KIPRO” APPROACH IN MI AL MUSTAJAB

Umi Halimah Saadah

MI Al Mustajab

Jl. Ronggojati, Kel. Pringapus, Kec. Pringapus, Kab. Semarang, Jawa Tengah

umihalimahsaadah@gmail.com

ABSTRACT

This paper is the author's Project Report in an effort to increase public interest in MI Al Mustajab which was carried out from 2016 to 2018. In this effort the author applies the KIPRO approach with operational stages of communication, innovation, and promotion. The results achieved from the application of the KIPRO approach were that in the first year public interest increased by 600% from before the KIPRO approach was applied. The second year increased by 60% from the first year. And in the third year public interest increased by 27% compared to the previous year. Looking at the percentage that always increases from year to year, it can be concluded that the application of the KIPRO approach can increase public interest in MI Al Mustajab.

Keywords : *madrasa, community interest, KIPRO approach.*

ABSTRAK

Tulisan ini merupakan *Project Report* penulis dalam upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab yang dilaksanakansejak tahun 2016 sampai tahun 2018. Dalam upaya tersebut penulis menerapkan pendekatan KIPRO dengan tahapan operasional melakukankomunikasi, inovasi, sertapromosi. Hasil yang dicapai dari penerapan pendekatan KIPRO adalah pada tahun pertama minat masyarakat meningkat sebesar 600% dari sebelum diterapkan pendekatan KIPRO. Tahun kedua meningkat sebesar 60% dari tahun pertama. Dan pada tahun ketiga minat masyarakat meningkat 27% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Melihat prosentase yang selalu meningkat dari tahun ke tahun maka dapat disimpulkan bahwa penerapan pendekatan KIPRO dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab.

Kata kunci: madrasah, minat masyarakat, Pendekatan KIPRO

A. PENDAHULUAN

Digulirkannya kebijakan Merdeka Belajar harus menjadikan lembaga pendidikan kreatif dan inovatif. Perubahan cara berpikir harus dilakukan agar lembaga pendidikan termasuk madrasah ibtidaiyah bisa bersaing dan mendapatkan kepercayaan masyarakat (Ibda, 2020: 1-2). Dalam konteks madrasah, siswa merupakan unsur terpenting pada sebuah lembaga pendidikan. Tanpa adanya siswa maka proses kegiatan belajar mengajar tidak akan pernah terjadi. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2008 tentang Guru pasal 17 ayat 1 dapat dipahami bahwa jumlah minimal siswa MI tiap kelas adalah 15 siswa. Adapun berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 23 tahun 2013 Pasal 2 ayat 2 tentang Standar Pelayanan Minimal Pendidikan Dasar, jumlah maksimal siswa SD/MI tiap kelas adalah 32 siswa.

Umar (2015:4) berpendapat bahwa keberadaan madrasah sebagai sekolah formal mendapat pengakuan dari pemerintah setelah adanya Surat Keputusan Bersama (SKB) Tiga Menteri pada tanggal 24 Maret 1975. SKB Tiga Menteri tersebut menegaskan bahwa kedudukan madrasah sejajar dengan sekolah formal lainnya. Posisi madrasah semakin kuat dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003. Dampak pengakuan pemerintah terhadap madrasah rupanya tidak berbanding lurus dengan besarnya minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab, yang berada di Lingg. Wahyurejo, Kel. Pringapus, Kec. Pringapus, Kab. Semarang. Berdasarkan buku induk yang ada, pada awal tahun berdirinya, yaitu tahun 1968, MI Al Mustajab memiliki 91 siswa. Dari jumlah tersebut 77 orang masuk di kelas 1 dan 14 orang di kelas 2. Siswa sebanyak ini berasal dari Wahyurejo dan luar Wahyurejo.

Pada awal tahun 2012, yaitu saat penulis masuk pertama kali di MI Al Mustajab, jumlah siswa dari kelas 1 sampai kelas 6 hanya 53 siswa. Dari jumlah tersebut, kelas 2 merupakan kelas dengan jumlah siswa paling sedikit, yaitu hanya 4 siswa. Sejak 20 tahun terakhir jumlah siswa MI Al Mustajab memang telah mengalami penurunan, bahkan pada saat penerimaan peserta didik baru tahun pelajaran 2001/2002 tidak ada satupun pendaftar.

Menurunnya minat masyarakat untuk bersekolah di MI Al Mustajab ini terjadi sejak berdirinya beberapa SD Negeri di sekitar. Dalam radius 2 KM terdapat 6 SD Negeri. Akibatnya, dulu ketika MI Al Mustajab menjadi satu-satunya lembaga pendidikan yang ada, masyarakat masuk ke MI Al Mustajab. Namun ketika sekolah lain yang lebih dekat dengan domisili mereka mulai bermunculan, maka minat masyarakat ke MI Al Mustajab semakin menurun.

Selain itu, MI Al Mustajab tidak memiliki daya saing. Hal ini terbukti dengan adanya beberapa orang Wahyurejo memilih menyekolahkan anaknya ke sekolah di luar Wahyurejo. Ironisnya hal ini terjadi pada para pengurus yayasan yang notabene adalah masih anak cucu pendiri MI Al Mustajab dan rumahnya di samping MI. Menurut Saroni (2017:25) usaha untuk meningkatkan daya saing sangat penting guna menjaga eksistensi madrasah dalam kancah persaingan merebut minat masyarakat.

Kurangnya komunikasi dengan pihak-pihak terkait juga menjadi penyebab rendahnya minat masyarakat. Sebenarnya sejak PPDB tahun 2012/2013 sudah dilakukan upaya untuk menarik minat masyarakat. Akan tetapi tidak semua dewan guru mendukung upaya ini, sehingga tidak membuahkan hasil.

Selain minimnya komunikasi antar guru, komunikasi antara madrasah dengan yayasan pun tidak ada. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya rapat antara dewan guru dengan pengurus yayasan. Selain itu bantuan dari yayasan baik secara moral maupun

material juga tidak pernah diterima. Padahal idealnya, MI Al Mustajab yang notabene madrasah swasta, seharusnya pengelolaan MI Al Mustajab dilakukan oleh yayasan.

Sedikitnya jumlah siswa juga dikarenakan masyarakat yang memiliki anak usia MI di luar Wahyurejo banyak yang tidak mengenal keberadaan MI Al Mustajab. Letak gedung MI Al Mustajab kurang strategis, untuk menjangkaunya harus memasuki gang buntu kecil sejauh 100 meter dari jalan raya. MI Al Mustajab juga tidak memiliki prestasi yang menonjol, baik prestasi akademik maupun prestasi lain, sehingga masyarakat di luar Wahyurejo tidak mengenal MI Al Mustajab.

Berdasarkan kondisi tersebut maka dapat diidentifikasi penyebab menurunnya minat masyarakat untuk bersekolah di MI Al Mustajab, antara lain sebagai berikut. Pertama, berdirinya sekolah-sekolah lain di sekitar MI Al Mustajab. Kedua, rendahnya komunikasi antar dewan guru dan antara dewan guru dengan yayasan. Ketiga, tidak memiliki daya saing atau produk yang ditawarkan ke masyarakat untuk membangkitkan minat masyarakat untuk sekolah di MI Al Mustajab. Keempat, rang tua yang memiliki anak usia MI di luar Wahyurejo banyak yang tidak mengetahui keberadaan MI Al Mustajab dikarenakan kurang adanya promosi.

Idealnya, untuk menarik minat masyarakat, MI Al Mustajab harus memiliki kesan megah, penuh prestasi, memiliki fasilitas pembelajaran lengkap, dan lainnya lagi yang membutuhkan biaya besar untuk mewujudkannya. Di sisi lain, dengan hanya memiliki 53 siswa, sementara harus menanggung honor 6 guru GTY, tentu akan sangat sulit bagi MI Al Mustajab untuk mewujudkan hal di atas.

Dalam kesulitan seperti ini, penulis berupaya mencari solusi lain untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab. Upaya tersebut penulis rekam dalam tulisan berjudul, “Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap MI Al Mustajab Melalui Pendekatan KIPRO Tahun 2016-2018”

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya sebagai berikut. Pertama, bagaimanakah penerapan pendekatan KIPRO untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab? Kedua, apakah penerapan Pendekatan KIPRO dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pendekatan KIPRO untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab. Selain itu juga untuk mengetahui peningkatan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab dengan penerapan Pendekatan KIPRO.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab. Selain itu juga dapat dijadikan acuan bagi pimpinan madrasah yang lain untuk pengembangan lembaga.

Minat terhadap Madrasah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990:583) disebutkan bahwa minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Menurut Crow and Crow dalam Abd. Rachman Abror (1989:135) minat berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, atau kegiatan.

Sardiman A. M. (1988:76) berpendapat bahwa minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.

Minat masyarakat terhadap madrasah menurut Aji Sofanudin (2013:1) merupakan suatu kecenderungan wali murid dalam memilih pendidikan untuk anaknya. Wujud dari implementasi minat adalah menyekolahkan anak mereka ke madrasah sebagai pilihan pendidikan anak.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Abu Ahmadi (1991:17) yaitu pembawaan, kebutuhan, kewajiban, suasana jiwa, keadaan batin, suasana di sekitar, dan kuat atau tidaknya perangsang.

Menurut Slameto (1987:59 & 183) cara yang paling efektif untuk membangkitkan minat dalam suatu subyek baru adalah menjelaskan hal-hal yang menarik dan berguna bagi kehidupan serta hal-hal yang berhubungan dengan keinginan.

Komunikasi

Komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari seluruh aktivitas manusia dalam mencapai tujuan. Agar bisa membuat putusan yang rasional, diperlukan ketersediaan semua keterangan yang mungkin tentang alternatif-alternatif serta konsekuensi-konsekuensinya. Keterangan serupa hanya dapat dibuat melalui komunikasi. Demikian juga kekuatan merancang, mengorganisasi, dan menilai selalu bergantung kepada kualitas komunikasi.

Jenis & Kelly dalam Danil Vardiasnyah (2008:25-25) menyebutkan komunikasi merupakan suatu proses dimana seseorang menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya. Sedangkan Berelson & Stainer mengungkapkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Khomsahrial Romli (2011:2) berpendapat bahwa ada tiga fungsi umum komunikasi organisasi, yaitu produksi dan pengaturan, pembaharuan (*innovation*), serta sosialisasi dan pemeliharaan (*socialization and maintenance*). Dari fungsi tersebut pada dasarnya komunikasi memiliki eksistensi yang kuat terhadap dinamika organisasi. Dengan kata lain, komunikasi merupakan faktor yang berperan dalam perkembangan atau kemunduran organisasi.

Inovasi

Inovasi (*Innovation*) adalah upaya memperkenalkan berbagai hal yang baru dengan maksud memperbaiki apa-apa yang sudah terbiasa demi timbulnya praktik yang baru, baik dalam metode ataupun cara-cara bekerja untuk mencapai tujuan.

Ada lima tipe inovasi menurut Safaruddin (2012:39) yaitu inovasi produk, melibatkan pengenalan barang baru, pelayanan baru yang secara substansial meningkat. Inovasi proses melibatkan implementasi peningkatan kualitas produk yang baru atau pengiriman barangnya. Inovasi pemasaran, mengembangkan metoda mencari pangsa pasar baru dengan meningkatkan kualitas desain, pengemasan, promosi. Inovasi organisasi, kreasi organisasi baru, praktek bisnis, cara menjalankan organisasi atau perilaku berorganisasi. Inovasi model bisnis, mengubah cara berbisnis berdasarkan nilai yang dianut.

Masih menurut Syafaruddin (2012:40), tujuan utama inovasi antara lain adalah meningkatkan kualitas, menciptakan pasar baru, dan memperluas jangkauan produk.

Promosi

Gitosudarmo (2000:68) mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka kemudian menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Pandangan Philip Kotler (2000:119) mengenai promosi adalah bagian dari proses strategi pemasaran untuk melakukan komunikasi dengan pasar menggunakan komposisi bauran promosi.

Darmesta (2002:273) berpendapat bahwa kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan

dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya.

Salah satu alat promosi adalah publisitas. Pandangan Gitosudarmo (2000:40), publisitas merupakan alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara cepat, sehingga disebut sebagai usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan suatu produk.

Publisitas terbagi menjadi dua, yaitu publisitas produk yang bertujuan untuk memberitahukan kepada konsumen tentang suatu produk. Selain itu juga terdapat publisitas kelembagaan yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan lembaga terhadap masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Aji Sofanudin berjudul, “Model Peningkatan Minat Masyarakat terhadap Madrasah Ibtidaiyyah di Jawa Tengah” menghasilkan kesimpulan bahwa model peningkatan minat masyarakat di MI Ma’arif Grabag 1 Magelang adalah dengan memiliki program-program unggulan, membiasakan akhlak mulia, alumni banyak diterima di lembaga favorit, memiliki prestasi non akademik yang bagus, serta memiliki prestasi akademik yang baik.

Pendekatan yang dilakukan untuk memecahkan permasalahan terkait dengan minat masyarakat untuk sekolah di MI Al Mustajab adalah penerapan pendekatan KIPRO terhadap warga madrasah, masyarakat, yayasan, lembaga pendidikan TK dan RA yang ada di sekitar madrasah, maupun lembaga pendidikan lain yang saat ini sedang diminati masyarakat. KIPRO merupakan akronim dari Komunikasi, Inovasi, dan Promosi.

Fokus utama pendekatan ini adalah menemukan kelemahan, peluang, dan tantangan yang dimiliki MI Al Mustajab, serta membaca keinginan masyarakat melalui komunikasi, menciptakan inovasi berdasarkan keinginan masyarakat, dan yang terakhir adalah melakukan promosi terhadap hasil inovasi.

Kerangka berpikir yang saya ajukan adalah, dalam beberapa tahun terakhir minat masyarakat untuk sekolah di MI Al Mustajab sangat rendah. Dengan pendekatan KIPRO diharapkan komunikasi antara madrasah dengan berbagai pihak akan terjalin dengan baik, sehingga memungkinkan untuk mengetahui lembaga pendidikan yang diekspektasikan masyarakat. Dengan berinovasi yang disesuaikan dengan harapan masyarakat maka MI Al Mustajab akan memiliki daya saing terhadap sekolah-sekolah di sekitarnya. Hasil inovasi dan kelebihan lain yang dimiliki MI Al Mustajab perlu disosialisasikan kepada masyarakat melalui promosi agar mereka tahu dan berminat untuk bersekolah di MI Al Mustajab.

B. HASIL DAN BAHASAN

MI Al Mustajab beralamatkan di Jl. PTPN Jatirunggo, Ling. Wahyurejo, Kel. Pringapus, Kec. Pringapus, Kab. Semarang. Lingkungan Wahyurejo merupakan wilayah Kelurahan Pringapus, akan tetapi secara geografis terpisah dengan lingkungan lainnya dan merupakan perkampungan kecil yang hanya terdiri dari 2 RT dan 83 kepala keluarga.

Didirikan pada tahun 1968 oleh Bani Mustajab. Semula bernama SD Islam Cikalan, kemudian pada tahun 1984 diganti menjadi MI Al Mustajab. Dikarenakan yayasan Al Mustajab tidak memiliki akta pendirian maka secara kelembagaan MI Al Mustajab berada di bawah naungan LP Ma’arif NU Kab. Semarang.

Pada tahun pelajaran 2018/2019 ini MI Al Mustajab memiliki 165 siswa dan 14 GTK. Dengan rincian, 1 orang kepala madrasah, 8 guru kelas, 1 guru olah raga, 3 guru mengaji, dan 1 penjaga. Dari keseluruhan guru tersebut 2 di antaranya adalah PNS dan 6

guru sudah memiliki sertifikat pendidik. Dari sisi pendidikan, 1 orang berpendidikan S2 dan 8 guru kelas semuanya berpendidikan terakhir S1.

Project ini dimulai sejak bulan Februari 2016, sebelum tahun pelajaran 2016/2017 sampai bulan Juni 2018. Untuk mengatasi permasalahan mengenai minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab yang begitu rendah, penulis menerapkan pendekatan KIPRO. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Membangun komunikasi

Langkah awal yang dilakukan adalah berkomunikasi dengan madrasah yang mulai diminati oleh masyarakat. Saat itu kami mendatangi guru dan kepala MI Baran, Kec. Ambarawa untuk berbagi pengalaman. Dalam komunikasi ini didapati kesimpulan bahwa madrasah tersebut mulai diminati masyarakat sebab memiliki program tahsin dan tahfid serta menyediakan angkutan bagi siswa yang rumahnya jauh dari madrasah.

Dilakukan pula komunikasi dengan masyarakat yang berpeluang untuk menyekolahkan anaknya ke MI Al Mustajab guna mengetahui ekspektasi sekolah yang mereka inginkan. Masyarakat yang kami ajak berkomunikasi bukan hanya dari lingkungan Wahyurejo saja, namun juga dari luar wilayah Pringapus. Harapannya murid kami yang akan datang tidak hanya berasal dari Wahyurejo saja, tetapi dari berbagai wilayah.

Pada bulan Maret 2016, madrasah mengundang beberapa keluarga pendiri Yayasan Al Mustajab untuk duduk bersama. Pertemuan ini merupakan pertemuan pertama kalinya setelah 20 tahun, atau bahkan lebih, tidak ada komunikasi antara madrasah dan yayasan. Dalam kesempatan itu madrasah berupaya memberikan kejelasan mengenai kepemilikan yayasan terhadap MI Al Mustajab serta mengembalikan wewenang dan hak yayasan yang selama ini seolah telah hilang.

Di hadapan keluarga yayasan dipaparkan mengenai jumlah siswa MI Al Mustajab yang semakin menurun. Dalam pertemuan tersebut disampaikan pula tentang kelemahan-kelemahan MI Al Mustajab, baik dari sudut pandang guru maupun yayasan. Saat itu dibahas pula mengenai program-program sekolah lain yang menarik minat masyarakat. Pertemuan ini menghasilkan rekomendasi sebagai berikut. Pertama, MI Al Mustajab harus membuat program inovatif dan melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat. Segala biaya yang muncul terkait dengan inovasi dan promosi tersebut jika dana BOS tidak mencukupi maka akan dibantu oleh pengurus yayasan. Kedua, elakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat

Dirjen Binbaga Islam Departemen Agama RI dalam Kompri (2015:221) menjelaskan bahwa iklim keagamaan sebagai ciri khas pendidikan dasar dan menengah dapat diwujudkan dengan cara menciptakan suasana kehidupan madrasah yang agamis. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari madrasah yang mulai diminati oleh masyarakat, masyarakat Wahyurejo yang menyekolahkan anaknya di luar MI Al Mustajab, masyarakat yang berpeluang untuk menyekolahkan anaknya di MI Al Mustajab, serta hasil musyawarah dengan pengurus yayasan, MI Al Mustajab menawarkan beberapa program inovatif sebagai berikut. *Pertama*, Literasi terarah. Siswa datang disambut dengan murottal Al Quran dilanjutkan lagu-lagu nasional. Kepala madrasah dan guru piket menyambut siswa untuk bersalaman di depan gerbang. Siswa masuk kelas disambut satu buku di meja masing-masing yang telah disiapkan oleh siswa yang piket di hari sebelumnya. Bagi siswa yang tidak mau di kelas dan ingin di luar, mereka akan mendapati tumpukan buku di teras madrasah. Selain itu buku juga ditaruh di serambi masjid, sehingga di manapun siswa berada, mereka akan menjumpai buku yang harus mereka baca. Peran Kepala Madrasah dan guru piket dalam kegiatan ini adalah

memantau setiap anak agar mau membaca buku. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan minat baca siswa. Selain itu juga untuk melaksanakan program literasi yang telah digalakkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang menganjurkan kepada tiap lembaga pendidikan agar mengadakan kegiatan membaca selama 15 menit sebelum pelajaran dimulai.

Kedua, Salat duha dan duhur berjamaah Kegiatan salat duha diikuti oleh siswa kelas 1 sampai 6. Pukul 06:50 siswa antre untuk mengambil air wudu kemudian masuk masjid. Salat duha dimulai pada pukul 07:00. Imam dalam salat tersebut adalah salah satu siswa laki-laki dari kelas 5 atau 6 secara bergantian. Bacaan salat duha dibaca keras dengan tujuan untuk melatih siswa agar hafal dengan bacaan salat. Dalam kegiatan ini seluruh guru berada di dalam masjid untuk bersama-sama membaca bacaan salat dan membetulkan gerakan maupun posisi badan siswa yang salah pada saat salat. Kegiatan dilanjutkan dengan membaca Asmaul Husna dan berdoa bersama.

Adapun untuk jamaah salat duhur dilaksanakan oleh kelas 3 sampai kelas 6 karena kelas 1 dan 2 sudah pulang. Selaku imam dalam kegiatan ini adalah salah satu guru laki-laki. Selain diikuti oleh siswa, seluruh guru juga diwajibkan untuk mengikuti jamaah salat duhur. Lihat lampiran 7.

Ketiga, Tahsin dan Tahfid Tahsin di MI Al Mustajab merupakan kegiatan membaca Al Quran secara fasih dan tartil dengan bimbingan seorang guru. Sedangkan tahfid adalah kegiatan menghafal surat-surat pendek dimulai dari juz 30. Kegiatan ini diampu oleh 2 orang guru yang hafal Al Quran.

Pembelajaran tahsin dan tahfid dilaksanakan pada setiap hari Senin sampai Kamis selama 1 jam pelajaran atau 35 menit per hari. Untuk pembelajaran tahsin dipakai buku panduan Yanbu'a karya K.H. Arwani. Sedangkan pembelajaran tahfid digunakan bacaan rost, yaitu nada yang berirama naik turun agar siswa tidak bosan dan mudah ditirukan.

Agar siswa tidak lupa dengan hafalannya, sebelum pelajaran dimulai siswa melakukan muroja'ah bersama di kelas masing-masing. Tes tahsin dan tahfid dilakukan di setiap akhir semester untuk mengukur kemampuan siswa. Hafalan juz 30 dibaca oleh siswa kelas 6 pada acara wisuda di depan seluruh wali murid dan siswa.

Keempat, Tahlil. Pada Jumat pagi selain dilaksanakan senam, siswa juga diajarkan untuk membaca Tahlil. Kegiatan ini dilaksanakan secara bersama-sama oleh siswa dan guru di dalam masjid dan dipimpin oleh seorang guru.

Secara kelembagaan MI Al Mustajab berada di bawah naungan LP Ma'arif NU Kab. Semarang. Tahlil yang telah menjadi ciri khas warga Nahdliyin diterapkan di madrasah dengan tujuan untuk memupuk semangat ahlussunnah wal jamaah. Tujuannya adalah untuk membiasakan siswa memiliki sikap birrul walidain dengan mendoakan orang tua maupun para leluhurnya yang telah meninggal.

Kelima, Menyediakan jasa angkutan untuk wilayah luar Wahyurejo. Di wilayah kami terdapat sebuah dusun yang letaknya cukup jauh dari sekolah manapun, yaitu Dusun Jatikurung. Saat MI Al Mustajab didirikan, banyak orang Jatikurung yang sekolah di MI Al Mustajab. Akan tetapi dengan berdirinya SD Negeri mereka lebih memilih untuk sekolah di SD Negeri meskipun jarak dari rumah mereka ke SD Negeri sama dengan jarak dari rumah mereka ke MI Al Mustajab.

Siswa-siswa dari dusun tersebut saat berangkat sekolah diantar oleh orang tuanya bersamaan dengan berangkat kerja, dan ketika pulang mereka harus berjalan kaki sejauh 3 KM. Untuk menarik minat masyarakat di sana, kami menyediakan mobil antar jemput.

Kedua, mempromosikan program yang telah dibuat Setelah membuat program-program inovatif, tahapan berikutnya adalah menyampaikan program tersebut kepada

sasaran. Sebagaimana promosi di tahun-tahun sebelumnya, kami memasang baliho penerimaan peserta didik baru yang dipasang di jalan masuk MI Al Mustajab dan menyebar selebaran ke TK dan RA sekitar. Karena promosi pada tahun-tahun lalu bisa dikatakan tidak berhasil, maka untuk penerimaan peserta didik baru tahun 2016/2017 kami menggunakan cara baru yang dipandang efektif untuk melakukan promosi.

Pada bulan Mei tahun 2016 kami menggelar acara Lomba Mewarnai tingkat RA/TK. Peserta yang kami undang adalah siswa TK dan RA di sekitar MI Al Mustajab. Undangan kami sampaikan melalui RA/TK masing-masing. Acara ini dibiayai oleh Yayasan Al Mustajab. Fasilitas yang kami berikan saat itu adalah snack serta uang pembinaan, sertifikat dan piala bagi juara. Inti dari kegiatan mewarnai ini adalah untuk mempromosikan program-program inovatif yang telah dibuat kepada sasaran. Dalam kegiatan tersebut kami paparkan program-program inovatif yang telah dibuat, prestasi yang telah diraih baik prestasi guru maupun siswa, nilai plus yang dimiliki madrasah dari sisi akademik dan kisah-kisah alumni yang telah sukses.

Hal sekecil apapun yang menjadi nilai lebih MI Al Mustajab dibanding sekolah yang lain kami ekspose di sini, termasuk penggunaan multimedia dalam pembelajaran maupun studi banding dari Balai Diklat Keagamaan ke MI Al Mustajab. Tujuannya adalah untuk membangun imej masyarakat bahwa MI Al Mustajab tidak kalah dengan lembaga pendidikan lain dan layak menjadi pilihan untuk sekolah.

Hasil Capaian dari Pendekatan yang Dipilih

Penerapan pendekatan KIPRO di MI Al Mustajab selama tiga tahun terakhir telah membawa perubahan yang sangat signifikan. Hal ini nampak dari jumlah pendaftar pada saat Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Dari tahun 2007/2008 setiap tahunnya kami hanya menerima siswa baru maksimal 15 siswa, di tahun 2015/2016 hanya 5 siswa. Sedangkan pada tahun pertama pelaksanaan pendekatan KIPRO, MI Al Mustajab menerima peserta didik baru sebanyak 30 siswa. Angka ini tidak pernah terjadi dalam 20 tahun terakhir. Tahun kedua meningkat menjadi 48 siswa yang terbagi menjadi dua rombongan belajar. Pada saat PPDB tahun pelajaran 2018/2019 terdapat 61 pendaftar dari 56 kuota yang tersedia. Dengan demikian ada 5 pendaftar yang tidak diterima.

Adapun dampak pengiring dari pendekatan KIPRO yang telah diterapkan adalah program inovatif yang telah kami laksanakan, terutama tahsin dan tahfid, dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam hal membaca dan menghafal Al Quran. Selain itu salat duha dan salat duhur dapat meningkatkan keterampilan maupun kebiasaan salat siswa.

Kendala yang Dihadapi adalah ruang kelas yang dimiliki jumlahnya kurang, sehingga harus menambah lagi. Mendapatkan protes dari lembaga pendidikan di sekitar yang muridnya mulai berkurang karena masuk ke MI Al Mustajab. Lembaga lain mulai berbenah diri untuk mengimbangi persaingan yang ada dengan menyediakan angkutan dan berusaha untuk berprestasi dalam lomba.

Faktor Pendukungnya adalah MI Al Mustajab berada di lingkungan masjid. Hal ini sangat menguntungkan untuk melakukan kegiatan religi secara bersama-sama. Hubungan Kepala Madrasah dengan kepala RA maupun TK di sekitarnya terbangun dengan baik sehingga lebih mudah untuk melakukan promosi. Pengurus yayasan Al Mustajab kebanyakan orang mampu dari segi finansial, sehingga madrasah bisa mendapatkan bantuan dengan mudah. Pengurus yayasan Al Mustajab merupakan tokoh-tokoh masyarakat yang disegani, sehingga sangat membantu dalam promosi.

Pelajaran yang diperoleh dari makalah ini adalah inovasi dan promosi harus dilakukan secara terus menerus. Selain itu, kualitas pelayanan harus dijaga dan

ditingkatkan agar siswa dan wali murid merasa nyaman sehingga minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab tetap stabil.

C. PENUTUP

Simpulan dari tulisan ini adalah bahwa implementasi pendekatan KIPRO untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap MI Al Mustajab dapat disimpulkan sebagai berikut. Penerapan pendekatan KIPRO dilakukan dalam 3 langkah pokok, yaitu, berkomunikasi dengan masyarakat sekitar, masyarakat sasaran, lembaga pendidikan TK/RA, serta lembaga pendidikan lain yang diminati oleh masyarakat untuk mengetahui lembaga pendidikan yang menjadi harapan masyarakat. Berkomunikasi dengan yayasan untuk menyatukan tujuan, mengetahui kelemahan, kekuatan, tantangan, harapan, dan peluang yang dimiliki, serta menentukan arah kebijakan MI Al Mustajab. Melakukan inovasi. Inovasi yang dilakukan mengacu pada harapan masyarakat mengenai madrasah yang diinginkan serta kebijakan yang telah dimusyawarahkan oleh dewan guru dan yayasan untuk menarik minat masyarakat.

Ketiga, Promosi. Inovasi yang telah dilaksanakan ditawarkan kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dilakukan harus benar-benar tepat sasaran. Agar hasil optimal, dalam tahapan ini harus mengikutsertakan berbagai pihak. Sekecil apapun nilai plus yang dimiliki harus dipaparkan kepada sasaran.

Penerapan pendekatan KIPRO dapat meningkatkan minat masyarakat untuk bersekolah di MI Al Mustajab.

Setelah memperhatikan minat masyarakat untuk bersekolah di MI Al Mustajab yang saat ini cukup tinggi, maka direkomendasikan hal-hal sebagai berikut. Implementasi pendekatan KIPRO dapat digunakan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan melalui tiga tahapan, yaitu komunikasi, inovasi, dan promosi. Jenis-jenis komunikasi, inovasi, dan promosi yang dilakukan hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang menjadi sasaran, sumber daya manusia yang dimiliki, serta dana yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Rahman. 1993. *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta; Tiara Wacana.
- Ahmadi, Abu. 1991. *Psikologi Umum*, Jakarta:PT. Rineka Cipta.
- Daradjat, Zakiah, dkk. 1995. *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Darmesta, Basu Swastha. 2022. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000 *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Ibda, Hamidulloh. 2020. *Dosen Penggerak Literasi: Praktik Baik Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM)*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Kompri. 2015. *Manajemen Pendidikan Komponen-komponen Elementer Kemajuan Sekolah*, Yogyakarta: Arruz Media.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kesebelas*, Jakarta:PT. Prehallindo.
- Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2008 tentang Guru
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 23 tahun 2013 Pasal 2 ayat 2 tentang Standar Pelayanan Minimal Pendidikan Dasar di Kabupaten/Kota
- Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta:Grasindo, 2011
- Ruslan, Rosady. 2008 *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sardiman A. M. 1988. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: CV. Rajawali,
- Saroni, Mohammad. 2017. *Analisis & Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah*, Yogyakarta: Arruz Media.
- Slameto. 1987 *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta:Rineka Cipta.
- Sofanudin, Aji, *Model Peningkatan Minat Masyarakat terhadap Madrasah Ibtidaiyah di Jawa Tengah*, Jurnal Pendidikan Islam Nadwa Vol. 6 No. 1 April 2012, Balitbang Kemenag Jawa Tengah
- Syafaruddin. 2012. *Inovasi Pendidikan Suatu Analisa Terhadap Kebijakan Baru Pendidikan*, Medan:Perdana Publishing.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Umar, A. 2015. *Madrasah Transformatif B Pengelolaan Madrasah Best Practices Pengelolaan Madrasah di Kota Santri*, Semarang: Fatawa Publishing.
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. II*, Jakarta: PT Indeks.