

---

## UPAYA KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK SDIT GEMA INSAN MANDIRI KOJA JAKARTA UTARA

**Moch. Yasyakur**

Email: yasykurmuhammad@gmail.com

### ABSTRAK

*Pentingnya pendidikan karakter hingga perlu dimulai sejak usia dini. Lebih khusus masyarakat daerah Koja Jakarta Utara, mereka memiliki animo yang besar dalam mendidik anak terutama berkaitan dengan karakter dan keagamaan. Pendidikan agama sebagai salah satu solusi dalam memperbaiki akhlak pemuda dan masyarakat pada umumnya. Karenanya kehadiran sekolah berbasis agama dan karakter amat dibutuhkan, sehingga SDIT Gema Insan Mandiri menjadi salah satu solusi untuk mencapai cita masyarakat sekitar. Dengan mengikuti kurikulum pemerintah atau kurikulum 2013 ditambah dengan muatan kurikulum lokal berbasis agama Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data dua tahun terakhir didapatkan animo masyarakat begitu besar untuk menyekolahkan anaknya ke SDIT Gema Insan Mandiri sangat banyak dan melebihi kuota atau daya tampung sekolah pada tiap tahunnya. Pada PPDB tahun 2020 daya tampung 96 Siswa akan tetapi jumlah pendaftar sebanyak 143 calon siswa, padahal keadaan ekonomi masyarakat sekitar dalam keadaan terpuruk karena adanya pandemi Covid 19. Demikian pula pada PPDB tahun 2021 daya tampung 96 siswa, akan tetapi jumlah pendaftar sebanyak 170 siswa. Upaya yang dilakukan oleh Kepala Sekolah Dasar Islam Terpadu Gema Insan Mandiri dalam penerimaan peserta didik baru cukup berhasil dan dapat dilihat dari banyaknya pendaftar pada dua tahun terakhir, walaupun dalam keadaan masyarakat kesusahan pada masalah ekonomi. Pendaftar melebihi daya tampung dan banyaknya jumlah calon siswa yang tidak diterima. Diantara upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah adalah: bebas uang pendaftaran, tidak menaikan uang pangkal, pembayaran SPP plat hingga kelas VI, keringan biaya pendidikan untuk anak guru dan tenaga pendidikan.*

**Kata Kunci:** *Upaya kepala sekolah, Meningkatkan jumlah peserta didik*

### PENDAHULUAN

Tujuan Pendidikan Nasional adalah berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang: beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Tujuan pendidikan dasar adalah meletakkan dasar kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut.

Sebagian besar masyarakat memiliki cita agar anak-anak mereka memiliki karakter yang sesuai harapan orang tua dan masyarakat serta negara. Pentingnya pendidikan karakter hingga perlu dimulai sejak usia dini. Lebih khusus masyarakat daerah Koja Jakarta Utara, mereka memiliki animo yang besar dalam mendidik anak terutama berkaitan dengan karakter dan keagamaan. Kerena lingkungan masyarakat sekitar kurang baik dan cukup keras sehingga mereka menginginkan anak-anak sebagai generasi penerus dapat memperbaiki lingkungan masyarakat menjadi lebih baik dan sesuai dengan norma-norma di masyarakat serta norma agama.

Pendidikan agama sebagai salah satu solusi dalam memperbaiki akhlak pemuda dan masyarakat pada umumnya. Karenanya kehadiran sekolah berbasis agama dan karakter amat

dibutuhkan, sehingga SDIT Gema Insan Mandiri menjadi salah satu solusi untuk mencapai cita masyarakat sekitar. Dengan mengikuti kurikulum pemerintah atau kurikulum 2013 ditambah dengan muatan kurikulum lokal berbasis agama Islam.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan oleh Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah, terdapat tujuh tugas dan fungsi kepala sekolah yang dikenal sebagai EMASLIM yaitu: 1) educator (pendidik); 2) manager; 3) administrator; 4) supervisor (penyelia); 5) leader (pemimpin); 6) innovator; dan 7) motivator. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya seorang kepala sekolah juga mesti memiliki beberapa kompetensi sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2007 tentang Standar Kepala Sekolah/Madrasah telah menjelaskan bahwa seorang kepala sekolah hendaknya memiliki lima kompetensi pokok yaitu: 1) kompetensi di bidang kepribadian; 2) manajerial; 3) kewirausahaan; 4) supervisi; dan 5) kompetensi di bidang sosial.

Ada beberapa kegiatan sekolah yang menjadi tanggung jawab kepala sekolah, yaitu: (1) kegiatan mengatur proses belajar mengajar, (2) kegiatan mengatur kesiswaan, (3) kegiatan mengatur personalia, (4) kegiatan mengatur peralatan pengajaran, (5) kegiatan mengatur dan memelihara gedung dan perlengkapan sekolah, (6) kegiatan mengatur keuangan, (7) kegiatan mengatur hubungan antara sekolah dengan masyarakat. (Daryanto, 2005: 80).

Sukses atau gagalnya pemimpin dalam mengelola sekolah antara lain ditentukan oleh keefektifan kepala sekolah dalam menjalankan perannya sebagai primavisiente (pribadi, manajer, supervisor, sosial, dan entrepreneur), interpersonal, informasional, dan decisional. Di samping itu, keberhasilan sekolah antara lain juga ditentukan oleh keefektivannya kepala sekolah dalam memfungsikan dirinya sebagai pengembang kepribadian, pengelola, pengawas, pelaksana hubungan sosial, dan pemberdayaan sekolah. Peranan dan fungsi kepala sekolah semakin efektif jika diikuti dengan peningkatan kompetensi primasiku (pribadi, manajerial, supervisi, sosial, dan kewirausahaan) melalui diklat. (Usman, 2014: 12).

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Gema Insan Mandiri merupakan sekolah yang baru berdiri, akan tetapi memiliki komitmen untuk menjadi bagian dari lembaga pendidikan yang bertujuan mencetak generasi bangsa yang beriman, berilmu dan berakhlak mulia. Agar dapat mengetahui upaya yang dilakukan Kepala SDIT Gema Insan Mandiri dalam meningkatkan jumlah peserta didiknya.

## TINJAUAN PUSTAKA

Upaya dalam kamus Bahasa Besar Indonesia yaitu suatu usaha, ikhtar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan) mencari jalan keluar, bisa diartikan dengan suatu kegiatan dengan mengupayakan menggerakkan badan, tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu tujuan pekerjaan (diperbuat, dikerjakan) (Kebudayaan, 2017: 813) untuk mencapai sesuatu. Dalam pengertian ini upaya yang diartikan oleh peneliti yaitu usaha suatu lembaga atau non-lembaga dalam mewujudkan peserta didik yang diharapkan sesuai dengan tujuan lembaga.

Upaya bisa disebut juga usaha yang digunakan untuk mencapai tujuan. (Depdiknas, 2012) maka dapat dipahami bahwa upaya merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang, untuk mendapat sesuatu yang diinginkan dengan mengerahkan segala kemampuan serta potensi diri yang dilakukan secara sistematis, terencana, terarah dan berkesinambungan.

Kepala Sekolah mempunyai peranan pimpinan yang sangat berpengaruh di lingkungan sekolah yang menjadi tanggung jawabnya. Tugas kepala sekolah selaku pemimpin ialah membantu para guru mengembangkan potensi mereka secara maksimal dan menciptakan suasana hidup sekolah yang sehat yang mendorong guru-guru, pegawai, tata usaha, murid-murid dan orang tua murid untuk mempersatukan kehendak, pikiran dan tindakan dalam kegiatan-kegiatan kerjasama yang efektif bagi terciptanya tujuan-tujuan sekolah. (Purwanto, 2008: 73-74)

Kepala sekolah yang mendapat kepercayaan memimpin sekolah, perlu menyukai dan mencintai pekerjaan yang terkait dengan tugas dan tanggung jawab yang dipercayakan kepadanya. Kepala sekolah perlu menyusun program yang mempunyai daya tarik berkaitan dengan mutu sekolah. (Sagala, 2007: 93)

Standar kompetensi Kepala Sekolah, yaitu:

Kompetensi kepribadian, meliputi: (1) Berakhlak mulia, mengembangkan budaya dan tradisi akhlak mulia dan menjadi teladan akhlak mulia bagi komunitas di sekolah. (2) Memiliki integritas kepribadian sebagai pemimpin. (3) Memiliki keinginan yang kuat dalam pengembangan diri sebagai kepala sekolah. (4) Bersikap terbuka dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi. (5) Mengendalikan diri dalam menghadapi masalah dalam pekerjaan sebagai kepala sekolah. (6) Memiliki bakat dan minat jabatan sebagai pemimpin pendidikan.

Kompetensi manajerial, meliputi: (1) Mampu menyusun perencanaan sekolah untuk berbagai tingkatan perencanaan. (2) Mengembangkan organisasi sekolah sesuai dengan kebutuhan. (3) Memimpin sekolah dalam rangka pendayagunaan sumber daya manusia secara optimal. (4) Mengelola perubahan dan pengembangan sekolah menuju organisasi pembelajar yang efektif. (5) Menciptakan budaya dan iklim sekolah yang kondusif dan inovatif bagi pembelajaran peserta didik. (6) Mengelola guru dan staf dalam rangka pendayagunaan sumber daya manusia secara optimal. (7) Mengelola sarana dan prasarana sekolah dalam rangka pendayagunaan secara optimal. (8) Mengelola hubungan sekolah dan masyarakat dalam rangka pencarian dukungan ide, sumber belajar dan pembiayaan sekolah. (9) Mengelola peserta didik dalam rangka penerimaan peserta didik baru, penempatan siswa dan pengembangan kapasitas peserta didik. (10) Mengelola pengembangan kurikulum dan kegiatan belajar mengajar sesuai dengan arah dan tujuan pendidikan nasional. (11) Mengelola keuangan sekolah sesuai dengan prinsip pengelolaan yang akuntabel, transparan dan efisien. (12) Mengelola ketatausahaan sekolah dalam mendukung kegiatan-kegiatan sekolah. (13) Mengelola unit layanan khusus sekolah dalam mendukung kegiatan pembelajaran dan kegiatan kesiswaan di sekolah. (14) Mengelola sistem informasi sekolah dalam mendukung penyusunan program dan pengambilan keputusan. (17) Memanfaatkan kemajuan teknologi informasi bagi peningkatan pembelajaran dan manajemen sekolah. (18) Melakukan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan sekolah dengan prosedur yang tepat, serta merencanakan tindak lanjutnya.

Kompetensi kewirausahaan, meliputi: (1) Menciptakan inovasi yang berguna bagi pengembangan sekolah. (2) Bekerja keras untuk mencapai keberhasilan sekolah sebagai organisasi pembelajaran yang efektif. (3) Memiliki motivasi yang kuat untuk sukses dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai kepala sekolah. (4) Pantang menyerah dan selalu mencari solusi terbaik dalam menghadapi kendala yang dihadapi sekolah. (5) Memiliki naluri kewirausahaan dan mengelola kegiatan produksi atau jasa sekolah sebagai sumber belajar peserta didik.

Kompetensi supervisi, meliputi: (1) Merencanakan program supervise akademik dalam rangka peningkatan profesionalisme guru. (2) Melaksanakan supervise akademik terhadap guru dengan menggunakan pendekatan dan teknik supervisi yang tepat. (3) Menindaklanjuti hasil supervisi akademik terhadap guru dalam rangka peningkatan profesionalisme guru.

Kompetensi sosial, meliputi: (1) Bekerja sama dengan pihak lain untuk kepentingan sekolah. (2) Berpartisipasi dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. (3) Memiliki kepekaan sosial terhadap orang atau kelompok lain. (Hidayat dan Machali, 2010: 117-118).

Karena kepemimpinan adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain, maka kedudukan pengawas dalam organisasi memberinya wewenang yang diperkuat dengan rasa hormat dan kepercayaan oleh bawahan pada pengawasnya. (Yusuf, 2009: 195-196).

Apabila dilihat dari konsep pemasaran, merupakan suatu falsafah pada manajemen dibidang pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan pemasaran secara terpadu dan diarahkan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi sebagai upaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Maka dapat diartikan bahwa konsep pemasaran merupakan orientasi perusahaan yang berorientasi pada tugas pokok perusahaan sebagai penentu akan kebutuhan dan keinginan pasar, kemudian selanjutnya memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut sehingga tercapainya kepuasan langganan serta melebihi dari kepuasan yang telah diberikan dari para pesaing.

Konsep pemasaran berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen dan didukung dengan kegiatan pemasaran terpadu, yang dilakukan untuk keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh karenanya ada empat unsur pokok yang terdapat dalam konsep pemasaran, yaitu: orientasi pada konsumen (kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan), kegiatan pemasaran yang terpadu, kepuasan langganan atau konsumen, dan tujuan jangka panjang perusahaan.

Menurut Assauri dalam Onny Fitriana dan Novelia (2017: 5) bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui suatu proses pertukaran. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong dalam Onny Fitriana dan Novelia (2017: 6), pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Abdullah dan Tantri dalam Onny Fitriana dan Novelia (2017: 6) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang sehingga dapat memuaskan keinginan atau jasa baik kepada para konsumen pada saat ini maupun konsumen potensial. Adapun menurut Oentoro dalam Onny Fitriana dan Novelia (2017: 6), berpendapat bahwa pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga, agar dapat memuaskan kebutuhan para konsumen pada tingkat keuntungan tertentu. Sedangkan Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah proses di masyarakat yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan atau butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai kepada orang lain.

Berdasarkan deskripsi konseptual pemasaran oleh para pakar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sintesis pemasaran merupakan usaha terpadu yang menggabungkan rencana strategis baik

berupa produk, place, price dan promosi yang ditujukan untuk kepuasan konsumen akan kebutuhan dan keinginannya, agar diperoleh keuntungan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Menurut Budi Rahayu (2017: 1) bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan sesuatu dan saling mempertukarkan produk atau jasa serta nilai antara seseorang dengan orang lain. Peranan pemasaran tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, akan tetapi bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan secara berkesinambungan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan adanya transaksi jual beli yang berulang.

Tujuan dari pemasaran menurut Budi Rahayu (2017: 1) adalah menarik pelanggan atau konsumen baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan atau konsumen, dengan menjanjikan kualitas superior, penetapan harga yang menarik, pendistribusian produk yang mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Konsep pemasaran berdasarkan pada kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa, gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; pemasar dan calon pembeli.

Aktivitas pemasaran harus berjalan didasari dengan falsafah pemasaran yang efisien, efektif, dan bertanggungjawab. Dan hal tersebut telah dipikirkan secara matang terhadap dampak produk yang dipasarkan pada konsumen serta lingkungannya. Menurut Budi Rahayu (2017: 15) terdapat lima konsep yang dapat dipilih oleh suatu badan usaha pada kegiatan pemasaran yakni:

Konsep Produksi, Falsafah bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia diberbagai tempat, mudah dicari, dengan harga yang terjangkau memaksa produsen agar berusaha keras untuk memperbaiki produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini adalah falsafah paling tua digunakan dalam penjualan. Konsep ini masih berlaku dan bermanfaat pada dua situasi, yaitu: 1) bila permintaan akan produk lebih besar dari penawarannya; 2) terjadi bila biaya produk terlalu tinggi dan perbaikan produktifitas diperlukan untuk menurunkannya. Akan tetapi, perusahaan yang bekerja dengan falsafah ini menghadapi resiko tinggi dengan fokus terlalu sempit pada operasinya sendiri. Bila perusahaan berusaha menurunkan harga, yang pasti dilupakan adalah kualitas, padahal yang diinginkan konsumen adalah harga rendah dengan barang yang menarik.

Konsep Produk, Falsafah bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produsen harus mencurahkan energi untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menerus menyempurnakannya. Dalam konsep ini, perusahaan mengasumsikan bahwa pembeli menghargai produk yang dibuat dengan baik, dan mereka dapat menilai kualitas dan kinerja suatu produk. Namun seringkali perusahaan terjebak dalam keyakinannya sendiri bahwa produk yang dihasilkan merupakan “produk terbaik” sehingga mengabaikan respon pasar/konsumen terhadap produk tersebut.

Konsep Penjualan, Falsafah bahwa konsumen tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah yang cukup kecuali organisasi mengadakan usaha penjualan dan promosi berskala besar. Konsep ini biasanya dilakukan pada barang yang tidak dicari, yaitu barang yang mungkin tidak terpikirkan untuk dibeli oleh konsumen, contoh: ensiklopedia, tanah makam, dan yang lainnya. Dapat juga diterapkan pada barang yang baru ditawarkan ke pasar, seperti asuransi kesehatan, investasi, dan yang lainnya. Produsen yang menerapkan konsep penjualan ini harus mahir dalam melacak calon

pelanggan dan menjual manfaat produk kepada konsumen. Tujuannya adalah menjual yang perusahaan buat, bukan produk apa yang dibutuhkan masyarakat konsumen.

Konsep Pemasaran, Falsafah manajemen pemasaran ini berkeyakinan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan didambakan itu lebih efektif dan efisien daripada pesaing. Kemungkinan konsep ini membingungkan bila dibandingkan dengan konsep penjualan. Perbandingan antara konsep penjualan dengan konsep pemasaran, antara lain: yaitu pemasaran yang ditujukan kepada orang-orang di luar perusahaan dan kegiatan internal merupakan kegiatan mengenai keberhasilan dalam menerima, melatih dan memotivasi karyawan yang memiliki kemampuan dan ingin melayani pelanggan dengan baik.

Terdapat berbagai alasan mengapa konsep pemasaran mulai diberlakukan menurut Budi Rahayu (2017: 17) yaitu:

1. Penjualan mulai turun
2. Pertumbuhan produk melambat
3. Pola pembelian yang berubah
4. Persaingan yang meningkat
5. Biaya penjualan meningkat: perusahaan mendapati pengeluaran mereka untuk iklan, promosi penjualan terasa lepas kendali sehingga manajemen memutuskan untuk melakukan audit pemasaran untuk menyempurnakan konsep mana yang akan digunakan.

Konsep pemasaran berwawasan sosial, bahwa organisasi harus menentukan kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar serta menyerahkan kepuasan yang didambakan itu secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan cara yang bersifat memelihara atau memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Konsep ini mengajak pemasar membangun pertimbangan sosial dan etika dalam praktek pemasaran mereka. Hal ini agar dapat menyeimbangkan dan menyelaraskan tiga faktor utama yaitu: laba perusahaan, pemuas keinginan konsumen dan kepentingan publik.

Menurut penulis berdasarkan beberapa teori di atas tentang strategi dan pemasaran dapat diimplementasikan pada lembaga pendidikan dan masih relevan. Terutama pada sekolah swasta atau pendidikan berbasis masyarakat.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Visi SDIT Gema Insan Mandiri**

Kurikulum disusun oleh satuan pendidikan untuk memungkinkan penyesuaian program pendidikan dengan kebutuhan dan potensi yang ada di sekolah. Sekolah sebagai unit penyelenggara pendidikan juga harus memperhatikan perkembangan dan tantangan masa depan. Perkembangan dan tantangan itu diantaranya: (1) perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, (2) globalisasi yang sangat cepat, (3) era informasi, (4) pengaruh globalisasi terhadap perubahan perilaku dan moral manusia, (5) berubahnya kesadaran masyarakat dan orang tua terhadap pendidikan, dan (6) era perdagangan bebas.

Tantangan sekaligus peluang itu direspon oleh SDIT Gema Insan Mandiri, sehingga visi, misi dan tujuan sekolah sekolah diharapkan sesuai dengan arah perkembangan tersebut, maka visi SDIT Gema Insan Mandiri adalah:

”Menjadi Sekolah Islam unggulan di Jakarta Utara pada tahun 2024 dengan berlandaskan Al-Qur’an dan Hadits untuk mencetak generasi Insan yang Beriman, Berilmu dan Berakhlak menuju ketaqwaan kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala”

#### **B. Misi SDIT Gema Insan Mandiri**

Mengacu pada visi sekolah di atas, maka misi yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut

:

1. Melaksanakan dan mengembangkan penerapan pendidikan Islam yang terpadu serta kompeten dalam ilmu pengetahuan dengan mengacu pada Tiga Pilar dasar pendidikan GAMA School (Beriman, Berilmu & Berakhlak)
2. Melaksanakan kegiatan sekolah yang amanah, berkualitas, nyaman dan menyenangkan bagi siswa dan orang tua.
3. Menghasilkan lulusan terbaik dengan akhlak yang baik.
4. Menjadi sekolah Islam pilihan utama untuk orang tua murid.
5. Memanfaatkan teknologi menjadi komunikasi Islami yang terarah, efektif dan efisien.

#### **C. Tujuan SDIT Gema Insan Mandiri**

Berdasarkan Visi dan Misi, SDIT Gema Insan Mandiri menetapkan tujuan:

”Membentuk generasi Rabbani mandiri yang selalu berpegang teguh kepada Al-Qur’an dan Sunnah dengan mengembangkan konsep dasar pendidikan yang mengacu pada keimanan, ilmu dan akhlak guna menghasilkan insan yang cerdas dan bertakwa”

#### **D. Profile Sekolah**

Nama Sekolah	: SDIT Gema Insan Mandiri
NSS/NPSN	: 69988491
Tahun Pendirian	: 2019
Alamat Sekolah	: Jl. Samudra No. 6 & 8 Desa Rawabadak Selatan Kecamatan Koja Kabupaten Jakarta Utara Provinsi DKI Jakarta
Jumlah Guru	: 18
Jumlah Peserta Didik	: 279
Status Sekolah	: Swasta
Akreditasi	: Belum terakreditasi
Status Tanah	: Milik Yayasan
Luas Tanah	: 805 m <sup>2</sup>
Luas Bangunan	: 1.016 m <sup>2</sup>

#### **E. Analisi SWOT**

##### **1. Kekuatan (*Strengths*)**

- a. Memiliki Gedung yang permanen dan sebagiannya semi permanen
- b. Memiliki IMB dan izin operasional sekolah

- c. Memiliki lapangan dan lahan terbuka yang memadai
- d. Memiliki kursi dan meja belajar yang ramah anak
- e. Memiliki 10 unit perangkat komputer penunjang KBM
- f. Memiliki Kepala Sekolah yang definitive
- g. Memiliki Guru Tetap Yayasan (GTY) 18 orang dan tenaga kependidikan (Tata Usaha & Operator) dua orang.
- h. Memiliki petugas keamanan sebanyak tiga orang (bekerja 24 jam secara bergilir)
- i. Memiliki petugas kebersihan sebanyak dua orang
- j. Memiliki kantin sehat yang dikelola langsung oleh sekolah
- k. Kualifikasi Pendidikan Tenaga pengajar Pascasarjana 3 orang, S1 15 Orang
- l. Ruang belajar yang nyaman dan asri
- m. Seluruh ruangan dilengkapi CCTV, AC, LCD Projector dan Speaker
- n. Setiap Siswa memiliki Loker dan Rak Sepatu masing-masing
- o. Kamar mandi yang mencukupi (terpisah antara laki-laki dan perempuan)
- p. Memiliki jaringan internet (LAN) di setiap ruangan dan Wifi di lingkungan sekolah
- q. Memiliki System Informasi Manajemen (SIM) berbasis digital
- r. Memiliki aturan penjemputan siswa yang baik guna menjamin keamanan siswa (setiap wali murid memiliki kartu penjemputan siswa).

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Sebagian gedung masih dalam tahap proses pembangunan
- b. Belum memiliki ruang Perpustakaan
- c. Belum memiliki fasilitas tempat ibadah
- d. Belum memiliki labolatorium IPA

## 3. Peluang (*Opportunities*)

- a. Keberadaan sekolah sangat diterima oleh masyarakat di sekitar dan masyarakat yang membutuhkan sekolah berbasis Islam
- b. Pengembangan program lanjutan untuk jenjang pendidikan SMP dan SMA
- c. Letak geografis Sekolah yang mudah dijangkau oleh semua peserta didik
- d. Memiliki kerja sama dengan beberapa TK/RA

## 4. Kendala (*Threat*)

- a. Pembiayaan dan pelaksanaan pembangunan yang belum selesai
- b. Pelatihan dan pengembangan SDM yang masih terbatas
- c. Keterbatasan ruang belajar untuk menerima siswa baru dikarenakan animo masyarakat untuk menyekolahkan putra putrinya di SDIT Gema sangat tinggi

## Rekomendasi

Berdasarkan Analisi SWOT di atas direkomendasikan melalui Stake Holder yang terkait kiranya SDIT Gema Insan Mandiri perlu:

1. Mengajukan Kepada Pemerintah dan Yayasan Untuk segera menyelesaikan bangunan gedung yang masih dalam proses



## 2. Meningkatkan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SDIT Gema Insan Mandiri merupakan hal yang terpenting karena menyangkut jumlah pemasukan dana operasional sekolah dan pengembangan sekolah. Oleh karenanya sangatlah perlu bagi kepala sekolah memiliki strategi dalam meningkatkan animo masyarakat sekitar untuk mau menyekolahkan anaknya di SDIT Gema Insan Mandiri, seiring meningkatkan mutu pendidikan dan layanan prima bagi masyarakat sekolah. Ada beberapa strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam menarik minat orang tua calon siswa diantaranya:

1. bebas uang pendaftaran
2. tidak menaikan uang pangkal,
3. pembayaran SPP plat hingga kelas VI
4. keringan biaya pendidikan untuk anak guru dan tendik.

Berdasarkan data dua tahun terakhir menunjukan bahwa animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke SDIT Gema Insan Mandiri sangat banyak dan melebihi kuota atau daya tampung sekolah pada tiap tahunnya. Pada PPDB tahun 2020 daya tampung 96 Siswa akan tetapi jumlah pendaftar sebanyak 143 calon siswa, padahal keadaan ekonomi masyarakat sekitar dalam keadaan terpuruk karena adanya pandemi Covid 19. Demikian pula pada PPDB tahun 2021 daya tampung 96 siswa, akan tetapi jumlah pendaftar sebanyak 170 siswa.

**TABEL I**  
Data Pendaftaran Peserta Pada Kegiatan PPDB

No.	Tahun	Pendaftar	Diterima
1	2020	143	96
2	2021	170	96

## KESIMPULAN

Upaya yang dilakukan oleh Kepala Sekolah Dasar Islam Terpadu Gema Insan Mandiri dalam penerimaan peserta didik baru cukup berhasil dan dapat dilihat dari banyaknya pendaftar pada dua tahun terakhir, walaupun dalam keadaan masyarakat kesusahan pada masalah ekonomi. Pendaftar melebihi daya tampung dan banyaknya jumlah calon siswa yang tidak diterima.

Di antara upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah adalah: bebas uang pendaftaran, tidak menaikan uang pangkal, pembayaran SPP plat hingga kelas VI, keringan biaya pendidikan untuk anak guru dan tenaga pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Draft, R. L. (2008). *The Leadership Experience (4 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Erma, W. M. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: KPD.
- Fattah, N. (2015). *Manajemen Strategik Berbasis Nilai*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Fitriana, Onny Sitorus, & Utami, Novelia. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta, UHAMKA.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (16 ed.)*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi (3 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang PRESSindo.
- Rahayu. Budi Tanama Putri (2017). *Manajemen Pemasaran*, Denpasar: Universitas Udayana.
- Rivai, A., & Prawironegoro, D. (2015). *Manajemen Strategis : Kajian Keputusan Manajerial Bisnis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, EKonomi, Sosial dan Politik*. Jakarta: Mitrawacanamedia.
- Rahayu. Budi Tanama Putri (2017). *Manajemen Pemasaran*, Denpasar: Universitas Udayana.
- Sukirno, S. (2013). *Pengantar Bisnis Edisi Pertama (1 ed.)*. Jakarta: Kencana. Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.