

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Salah satu faktor dikatakannya suatu negara atau bangsa itu maju yaitu dari kualitas pendidikan masyarakatnya. Maka menjadi tantangan bagi dunia pendidikan untuk dapat mengolah sistem pendidikannya sesuai dengan perkembangan zaman sehingga dapat bersaing di era 4.0 ini, karena semakin tinggi kualitas pendidikannya maka semakin tinggi pula kualitas masyarakat di suatu negara tersebut. Oleh sebab itu, sejak dini anak-anak bangsa perlu mendapat perhatian besar agar dapat tumbuh sesuai dengan tuntutan zaman sesuai dengan potensi yang dimilikinya. Adanya manajemen di dunia pendidikan diharapkan dapat membantu anak menjadi kompeten untuk dapat mengolah bakat yang dimilikinya agar bisa memajukan budaya bangsa dan mampu bersaing di era yang akan semakin maju.

Tingginya persaingan saat ini pada bidang pendidikan, setiap lembaga diharuskan untuk bisa mengimbangi perkembangan, setiap lembaga harus dapat mengenalkan identitas sekolah pada masyarakat luas untuk meningkatkan citra dan reputasi sekolah dengan salah satunya melaksanakan suatu promosi lembaga atau sekolah. Bentuk promosi merupakan strategi yang masih banyak diterapkan pada setiap lembaga.

Setiap lembaga saat ini saling berkompetisi untuk menarik perhatian masyarakat, lembaga harus dapat mempertahankan dan meningkatkan citra positif sehingga dapat membentuk reputasi sekolah yang baik. Promosi salah satu cara atau alternatif yang baik untuk digunakan dalam mengenalkan identitas sekolah untuk meningkatkan citra dan reputasi sekolah.¹

Pandangan di atas membawa peneliti pentingnya memahami konsep bahwa anak merupakan harapan generasi di masa yang akan datang yang tidak lain sebagai manusia atau makhluk yang berakal yang dituntut untuk memiliki akhlak yang baik harapan besarnya seperti yang di jelaskan oleh Sholichin berharap bisa mengupayakan adanya pembentukan dan pembinaan akhlak agar dapat menghiasi dirinya dan menaikkan derajatnya dalam pembentukan dan pembinaan akhlak tersebut terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya faktor keturunan faktor lingkungan dan faktor Hidayah, dari faktor lingkungan itu sendiri masih terdapat faktor-faktor lingkungan sekolah dan faktor lingkungan masyarakat pada konsep faktor yang mempengaruhi lingkungan sekolah Sekolah formal di sini peneliti Memahami pentingnya sebuah manajemen sekolah secara umum dalam membentuk dan membina peserta didiknya sebagai manusia yang memiliki beberapa potensi yang berbeda-beda sehingga anak atau peserta

¹ Asep Saeful Bahri, *Manajemen Humas Sekolah* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), 21.

didik tersebut bisa memiliki kemampuan bakat dan minat yang dapat dikembangkan di sekolah.²

Mempertegas pemahaman peneliti tentang anak didik atau peserta didik sebagai manusia, peneliti mengingat adanya sebuah konsep manajemen SDM yang di dalamnya meninjau tentang orang sebagai subjek atau objek dalam ilmu manajemen, menarik bagi kita membicarakan secara filosofis biologi tentang manusia sebagai makhluk dan unik dibandingkan dengan makhluk lain di dunia ini karena memiliki keinginan individu keinginan kelompok atau keinginan dalam kelompok-kelompok dalam bentuk yang lebih besar yaitu organisasi melakukan interaksi serta kerjasama kerjasama yang menguraikan berbagai fenomena yang menarik untuk dikaji dan dipelajari dalam memahami sumber daya manusia, yaitu anak didik atau peserta didik saat ini. sehingga dalam pandangan Abdul Aziz, sebuah pendidikan dituntut mampu melakukan manajemen khususnya manajemen peserta didik secara khusus untuk bisa mengembangkan dan meningkatkan potensi-potensi yang dimilikinya baik bakat minat serta keahliannya.³

Kajian menyeluruh di atas membawa peneliti untuk membicarakan tentang urgensi dan konsep manajemen peserta didik yang mana betul sudah menegaskan bahwa margin pada lembaga pendidikan sangat penting disebabkan bahwa dalam sebuah pendidikan yang menjadi input, proses,

² Moh Muchlis Solichin, *Akhlak Dan Tasawuf* (Jember: Pena Salsabila. 2017), 32-44.

³ Abdul Aziz, *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jember; Pena Salsabila. 2015), 1.

dan output pendidikan itu sendiri adalah peserta didik.⁴ Pandangan ini juga di tegaskan oleh Abdul Aziz, bahwa manajemen peserta didik merupakan sebuah usaha mengatur peserta didik mulai dari masuk sekolah sampai mereka lulus sekolah.⁵ Pandangan didukung oleh Ujang andi yusuf yang menegaskan bahwa konsep peserta didik dalam konteks pendidikan Islam bahwa dipandang sebagai manusia baik itu masih kecil remaja dewasa bahkan di saat masih dalam kandungan pun sudah mulai masuk ke dalam pembinaan Karena manusia pada hakekatnya tidak ada yang dapat mengungguli Allah SWT.⁶

Event menjadi salah satu cara yang efektif dalam menyampaikan informasi baik yang bersifat akademik maupun nonakademik. *Event* dapat berupa kegiatan yang terencana yang melibatkan lingkungan masyarakat dan diselenggarakan pada waktu tertentu untuk suatu tujuan tertentu.⁷

Maka dapat kita pahami secara umum tentang sebuah *event* merupakan suatu bentuk peristiwa dan bukan kejadian, karena secara sengaja diadakan atau diselenggarakan untuk suatu tujuan tertentu. *Event* erat hubungannya dengan kegiatan manusia sebagai makhluk sosial serta interaksi sosial dalam komunikasi transaksi. Ragam *event* amat banyak bergantung dari ide yang melandasi terlaksananya hal itu.

⁴ Badruddin, *Manajemen Peserta Didik* (Jakarta: Pt. Indeks. 2014), 16-19

⁵ Abdul Aziz, *Pengantar Manajemen Dan Substansi Administrasi Pendidikan* (Jember: Pustaka Radja. 2017), 161

⁶ Ujang Andi Yusuf, "Manajemen Peserta Didik Dalam Perspektif Pendidikan Islam," *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. 201

⁷ Ahmad Ali Mutezar Dan Umniy Salamah, "Pengembangan Sistem Manajemen Event Pameran Karya Mahasiswa Menggunakan Metode Extreme Programming," *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, Vol. 5. No. 4, (2021)., 809.

Kegiatan *event* sangat memerlukan sistem manajemen yang baik karena melibatkan berbagai pihak dengan latar belakang yang berbeda, serta membutuhkan sarana dan prasarana yang baik dalam menyelenggarakannya karena membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Dimana *event* yang diselenggarakan di lingkungan pendidikan sangat erat hubungannya dengan peningkatan bakat dan minat peserta didik. Hal ini dikarenakan manfaat *event* di dunia pendidikan sangat membantu anak-anak untuk menambah pengetahuan, wawasan, peningkatan *soft skill* dan *hard skill*, serta mengembangkan bakat anak, baik yang diselenggarakan sendiri maupun hanya ikut berpartisipasi saja didalamnya. Jadi, manajemen sangat perlu diperhatikan dalam menyelenggarakan *event* di dunia pendidikan karena tidak hanya menghasilkan sebuah industri namun juga sebagai sarana untuk mengolah bakat anak yang aktif baik di bidang akademik maupun non akademik.

Dalam sebuah lembaga pendidikan tidak terlepas dari usaha dan upaya untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan potensi-potensi yang dimiliki oleh masing-masing siswa melalui kegiatan-kegiatan *event* dalam pengelolaan bakat yang ada pada peserta didik, bakat sebagai kemampuan bawaan sebagai potensi yang dimiliki seseorang yang masih perlu diasah atau dilatih dan dikembangkan agar dapat terwujud.⁸ Jadi bakat merupakan kemampuan yang sudah ada sejak lahir yang itu ditentukan oleh interaksinya dengan lingkungan untuk dapat memfungsikan potensi

⁸ Dita Merawati Dan Rino, "Penerapan Data Mining Penentu Minat Dan Bakat Siswa Smk Dengan Metode C4.5," *Jurnal Algor*, Vol. 1, No. 1, (2019),. 29.

tersebut. dimana potensi ini sangatlah beragam baik itu kemampuan di bidang akademik ataupun non akademik, seperti olahraga, seni, atau yang berhubungan dengan pengetahuan akademis dan lain sebagainya.

Bakat memerlukan latihan dan pendidikan agar potensi itu dapat terwujud secara optimal, semua itu membutuhkan usaha yang keras untuk memunculkan potensi tersebut. oleh sebab itu, dalam usaha pengembangan bakat anak yang aktif memerlukan dukungan dan kesempatan yang sama pada seluruh anak dari pihak sekolah atau di dunia pendidikan untuk dapat mengembangkan segala kompetensi yang dimilikinya, baik yang diselenggarakan oleh sekolah atau yang diselenggarakan di luar sekolah.

Dalam konteks pendidikan di sekolah, usaha-usaha untuk dapat mengolah bakat anak dapat melalui kegiatan proses belajar mengajar, baik secara intrakurikuler, kokurikuler, maupun ekstrakurikuler, atau dengan mengikut sertakan anak-anak yang mempunyai bakat di berbagai *event-event* kejuaraan atau *event* pengembangan olah bakat anak aktif seperti seminar, *talkshow*, atau sebagainya.⁹

Salah satu wadah untuk mengolah bakat anak bangsa yaitu melalui penyelenggaraan *event* tahunan yang di selenggarakan pihak sekolah atau berbagai instansi pendidikan untuk dapat mengolah bakat anak bangsa menjadi bibit-bibit unggul. Maka perlu adanya perencanaan yang strategis dan penilaian yang baik dalam penyelenggaraan tersebut melalui kegiatan manajemen *event* yang baik. Apabila kegiatan olah bakat anak ini dikemas

⁹ Isrida Yul Arifiana, Istifarah Dinda, Dan Khusnul K, "Pelatihan Pengenalan Minat Dan Bakat Siswa Smp Negeri 1 Labang Bangkalan Madura," *Jurnal Abdikarya; Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, Vol. 3, No. 2, (April 2019)., 188.

dengan baik dengan perencanaan yang sudah matang serta strategi yang jitu dalam penyelenggaraannya, maka akan menjadi kegiatan yang menghasilkan income yang bagus bagi pihak penyelenggara dan juga mendapat banyak manfaat untuk bisa menemukan bibit-bibit unggul anak bangsa dengan mengolah bakat anak bangsa tersebut sehingga bisa menjadi aset negara.

Event yang diselenggarakan di lingkungan pendidikan berupa seminar, *workshop*, *talshow*, lomba dan pameran yang di dalamnya membutuhkan manajemen yang bagus dalam penyelenggaraan semua kegiatan tersebut. dimana dalam proses manajemen *event* hal pertama yang dilakukan yaitu riset. penelitian ini berguna untuk menganalisis situasi atau masalah yang ada. dimana riset ini dibutuhkan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi para peserta yang mengikuti *event* tersebut.¹⁰ oleh karena itu, untuk mengolah bakat anak yang aktif membutuhkan manajemen *event* untuk dapat menunjukkan potensi yang miliknya sehingga berbuah prestasi ketika sudah diolah dengan baik melalui kegiatan-kegiatan *event* atau kegiatan pengolahan bakat lainnya. Karena prestasi merupakan perwujudan dari bakat dan kemampuan.

Salah satu *event* yang lebih banyak diminati untuk mengolah bakat anak yang aktif yaitu *event* olahraga. Hal ini disebabkan *event-event* kejuaraan yang berhubungan dengan olahraga sangat menarik minat semua lapisan masyarakat sebagai penyaluran bakat atau sebagai mata

¹⁰ Chinti Melva Cahaya L. Tobing, Susie Perbawasari, Dan Lukiati Komala Erdinaya, "Manajemen Special Event Ajb Bumi Putra 1912 Bandung Melalui Customer Gtathering," *Provesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, Vol. 2, No. 1, (Agustus 2017), 15.

pencapaian. Yang hal ini disebabkan karena memperhitungkan waktu seperti waktu libur sekolah, lama kegiatan, dan tempat kegiatan.

Maka mengolah bakat anak yang aktif dibidang olahraga membutuhkan pengemasan yang menarik, sehingga menjadi tontonan yang menarik untuk masyarakat serta menjadi ajang untuk mengasah kemampuan para anak bangsa yang mempunyai bakat dibidang olahraga. Maka perlu adanya sistem manajemen *event* olahraga yang dapat menarik semua pihak agar pendanaan serta pelaksanaannya dapat terlaksana dengan optimal. Hal ini akan berdampak pada suksesnya olah bakat anak bangsa yang berupa prestasi, sukses pelaksanaan *event*, dan suksesnya *income* serta pengavaluasian kegiatan *event*.

Jadi, melalui manajemen *event* yang dirancang dengan baik dapat menjadi wadah untuk anak bangsa mengolah bakat serta minatnya dalam mengembangkan kemampuannya tersebut. terutama dalam mengolah bakatnya dibidang olahraga yang itu bisa menampung bakat anak-anak yang hiperaktif baik sebagai hobi atau sebagai mata pencaharian.

Dengan promosi, sebuah lembaga pendidikan dapat memperkenalkan dan menambah keyakinan masyarakat akan informasi yang ditawarkan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan Islam harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, karena dengan adanya produk

yang berkualitas, layanan yang memuaskan dan didukung dengan promosi yang maksimal, maka hasil yang diharapkan akan tercapai.¹¹

Any Noor memperjelas dalam konsep target pasar dalam manajemen *event* dipahami bahwa target pasar dari sebuah *event* adalah orang atau kelompok tertentu yang dibidik untuk datang ke sebuah *event*, walaupun tidak hadir, mereka dapat melihat *event* yang diselenggarakan melalui media.¹² maka strategi promosi pendidikan, idealnya di lakukan semaksimal mungkin, semenarik apapun bentuk rupanya atau sebesar apapun manfaatnya, jika tidak ada orang yang mengetahui tentang keberadaannya, maka sangat di mungkinkan produk tersebut tidak dibeli konsumen. Produk yang sudah bagus dengan harga yang sudah baik pula tidak dapat dikenal oleh konsumen apabila tidak ada kegiatan promosi setelah masyarakat atau peserta didik mengetahui adanya lembaga pendidikan dari kegiatan promosi, tidak menutup kemungkinan banyak peserta didik yang mau mendaftar di lembaga pendidikan tersebut.

Pemasaran jasa merupakan cara untuk mencari konsumen agar tertarik dengan lembaga pendidikan tertentu.¹³ Dari berbagai event yang dilaksanakan di sebuah lembaga, merupakan harapan besar dari semua pihak, baik pihak internal maupun eksternal, dengan maksud bagi pengelola lembaga pendidikan maupun bagi masyarakat pengguna khususnya wali

¹¹ Akhmad Zaenul Ibad Dan Dan Oni Marlina Susianti, "Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus Mi Al Fatah Cikadu Kec Watukumpul)," *Jurnal Pendidikan Rokania* Vol. V (No. 3/2020) 377 - 388

¹² Any Noor, *Manajemen Event* (Bandung: Alfabeta. 2017), 236

¹³ Frizkania Lutfi Annisa Fira Dkk, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus." *Jamp: Jurnal Adminitrasi Dan Manajemen Pendidikan*. Volume 3 Nomor 3 September 2020, 249-261

peserta didik, dan hal ini merupakan upaya memasarkan lembaga pendidikan kepada masyarakat, agar masyarakat terpenuhi kebutuhan dan harapan dan keinginannya dari hasil yang dicapai sebuah pendidikan, sebab Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampain produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.¹⁴

Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga menarik sejumlah calon siswa. Untuk itu, sekolah dituntut untuk melakukan strategi dalam hal pemasaran sekolah guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas siswa yang ada.¹⁵

Berdasarkan kajian terdahulu melalui beberapa fakta di lapangan peneliti menemukan beberapa informasi informasi tentang *event* dalam upaya mengembangkan bakat anak didik seperti adanya beberapa *event* kompetisi tingkat sekolah menengah atas, seperti yang dilakukan atau dilaksanakan oleh MA Miftahul Qulub polagan dengan melaksanakan atau

¹⁴ Miftachul Ulum, "Konsep Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Pandangan Syariah." *Madinah: Jurnal Studi Islam, Volume 5 Nomor 1 Juni 2018*. 31

¹⁵ M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik." *Intizam : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Volume 1, Nomor 2, April 2018*. 79

kompetisi tingkat Madrasah Tsanawiyah dengan beberapa macam agenda perlombaan perlombaan atau kompetisi antar siswa antar lembaga.¹⁶

Event perlombaan atau kompetisi yang kerap dilaksanakan seperti adanya lomba-lomba di bidang keagamaan, di bidang ilmu pengetahuan serta di bidang bakat yang lainnya yang mampu mendorong siswa atau peserta didik bisa mengembangkan diri baik kemampuan dan keahliannya sesuai dengan Bakat masing-masing, informasi yang diterima oleh peneliti sebagai contoh lomba-lomba tersebut seperti lomba Tartil dan Pidato tingkat Mts sekabupaten.

Pemasaran dipandang sebagai suatu proses sosial dan managerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Proses pemasaran sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, dan managerial. Akibat dari pengaruh tersebut, individu mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.¹⁷

Berdasarkan kajian teoritis dan praktis dengan dasar fakta di lapangan yang di dapat dari hasil observasi sehingga peneliti memiliki pandangan bahwa pentingnya adanya sebuah penelitian tentang “Manajemen *Event* Olah Bakat Siswa Aktif (Obastif) Tingkat Madrasah Tsanawiyah

¹⁶ Riski Suadi, Kepala Tu Ma Miftahul Qulub Polagan, *Wawancara Langsung* (05 Juni 2021)

¹⁷ Afidatun Khasanah, “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden,” *Jurnal El-Tarbawi Volume Viii, No.2, 2015*. 162

Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan”.

B. Fokus Penelitian

Dari penelitian diatas, maka dapat dirancang suatu fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Rancangan *Event* Olah Bakat Siswa Aktif (Obastif) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan?
2. Bagaimana Pelaksanaan *Event* Olah Bakat Siswa Aktif (Obastif) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan?
3. Bagaimana Hasil Promosi melalui *Event* Olah Bakat Siswa Aktif (Obastif) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini tentunya mengacu pada fokus penelitian diatas, yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan rancangan *event* olah bakat siswa aktif (obastif) tingkat madrasah tsanawiyah sebagai strategi promosi di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan *event* olah bakat siswa aktif (obastif) tingkat madrasah tsanawiyah sebagai strategi promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan.

3. Untuk mengidentifikasi hasil promosi dari kegiatan *event* olah bakat siswa aktif (Obastif) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai dua kegunaan yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis.

1. Secara Teoritis

- a. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberi tambahan keilmuan dan pengetahuan dalam dunia pendidikan pada umumnya dan khususnya mengenai masalah pengembangan bakat peserta didik melalui Event di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan.
- b. Dapat menambah wawasan penulis dalam bidang manajemen event.

2. Secara Praktis

Kegunaan penelitian ini ditujukan pada Institut Agama Islam Negeri Madura, bagi lembaga yang diteliti, dan bagi peneliti. Kegunaan penelitian yaitu:

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini sebagai tambahan wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang selama ini masih belum sempurna, serta ingin mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dalam penelitian bakat Peserta didik melalui manajemen event. Selain itu untuk melatih peneliti dalam melihat permasalahan di lembaga pendidikan.

b. Bagi Lembaga MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan khususnya bagi kepala madrasah, waka kesiswaan, para guru/ panitia pelaksana dan, pengurus osis yang bersifat membangun segala konsep-konsep yang ada, sehingga dapat memberikan sumbangsih bagi kemajuan pendidikan dan dapat mengembangkan minat dan bakat peserta didik melalui manajemen event di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan.

E. Definisi Istilah

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dalam memahami judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan definisi-definisi istilah terlebih dahulu berdasarkan judul peneliti tersebut sebagai berikut:

1. Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan.

2. Event Olah Bakat

Merupakan sebuah kegiatan yang bersifat kompetisi atau kegiatan perlombaan khususnya dalam bidang bakat bagi peserta didik.

3. Strategi Promosi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan melalui kegiatan penyampaian informasi dan mempengaruhi masyarakat umum untuk menerima produk yang dimilikinya.

Jadi, manajemen event olah bakat sebagai strategi promosi adalah suatu proses pengaturan dan pemanfaatan sumber daya manusia dalam kegiatan yang bersifat kompetisi sebagai alat penyampai informasi untuk suatu tujuan tertentu.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berisikan tentang “Manajemen *Event* Olah Bakat Siswa Aktif (Obastif) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan”. Untuk menghindari adanya kesamaan penelitian terdahulu, maka peneliti memaparkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan Nita Sumarningtyas dengan Merancang Sistem Strategi Promosi Sekolah Dengan Metode K-MeansClustering Di SMKN 1 Ngasem Kediri,

Langkah – langkah dalam merancangan aplikasi sistem promosi sekolah antara lain 1) Analisis sistem untuk sistem strategi promosi sekolah dengan metode *k-means clustering* di SMKNegeri 1 Ngasem Kediri. 2) Merancang database untuk penyimpanan data. 3) Mendesain tampilan pada sistem promosi sekolah. 4) Melakukan

coding aplikasi berbasis dekstop. 5) Melakukan pengujian terhadap sistem. 6) Merevisi kekurangan dari sistem yang dibuat. 7) Menguji kembali sistem yang direvisi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pada cluster pertama didominasi oleh siswa dari jurusan teknik komputer dan jaringan yang mempunyai nilai akademik rata-rata 170,887 dan berada di daerah sekitar kecamatan Plemahan, Tarokan, Badas. Cluster kedua didominasi jurusan Teknik Komputer jaringan dan jasa boga dengan nilai akademik rata-rata 169,697 yang berasal dari kecamatan Gampengrejo, Pagu, Banyakan, Kandangan. Cluster ketiga didominasi oleh siswa jurusan Teknik Kendaraan Ringan dan Teknik Gambar bangunan dengan nilai akademik rata-rata 158,509 yang berasal dari kecamatan sekitar Gurah, Kayen kidul, Plosoklaten, Pesantren.¹⁸

2. Penelitian Akhmad Zaenul Ibad1 dan Oni Marlina Susianti, tentang Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus Mi Al Fatah Cikadu Kec Watukumpul), Dosen MPI STIT Pematang dan Dosen PGMI STIT Tunas Bangsa, Banjarnegara

Penelitian ini dilatar belakangi atas banyaknya persaingan dalam dunia pendidikan dalam rangka memperoleh peserta didik baru pada lembaga pendidikan, sehingga promosi bagi lembaga pendidikan Islam sangatlah penting. Untuk itu dibutuhkan suatu strategi promosi yang cermat tentang cara-cara pendayagunaan sumber daya yang ada

¹⁸ Nita Sumarningtyas, “*Merancang sistem Strategi Promosi Sekolah Dengan Metode K-Mean Clustering Di Smkn 1 Ngasem Kediri*” (Kediri, Universitas Nusantara, 2015)

untuk meningkatkan efektifitas dan efisien dalam mencapai sasaran tertentu.

Kajian ini menunjukkan bahwa: strategi promosi yang dilakukan dalam rangka memperoleh peserta didik baru sudah cukup baik yaitu dengan menerapkan periklanan (*advertising*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Strategi Produk (*Product*), Promosi penjualan (*salespromotion*), namun yang perlu di tambahkan adalah pemanfaatan teknologi yang ada belum di maksimalkan yaitu dengan melakukan promosi di media sosial mengingat masyarakat yang semakin banyak sebagai pengguna media sosial serta belum adanya Web sekolah sebagai media untuk referensi masyarakat apabila ingin mengetahui lebih jauh tentang keberadaan sekolah sehingga calon konsumen bisa mengakses dari jarak jauh mengingat sekarang banyak yang memanfaatkan media online dalam menambah informasi bagimasyarakat.¹⁹

Dari telaah terdahulu, peneliti menjelaskan perbedaan dan persamaan skripsi terdahulu yaitu skripsi oleh Nita Sumarningtyas dengan Merancang Sistem Strategi Promosi Sekolah Dengan Metode K-Means Clustering Di SMKN 1 Ngasem Kediri. Sedangkan Penelitian Akhmad Zaenul Ibad1 dan Oni Marlina Susianti, tentang Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru(Studi Kasus MI Al Fatah Cikadu Kec Watukumpul), Dosen MPI STIT Pematang dan

¹⁹ Akhmad Zaenul Ibad Dan Oni Marlina Susanti, "Strategi Penerimaan Peserta Didik Baru(Studi Kasus Mi Al Fatah Cikadu Kwc Watukumpul)." *Jurnal Pendidikan Rokania*, Vol. 5, No. 3, (2020), 384

Dosen PGMI STIT Tunas Bangsa, Banjarnegara, Sedangkan judul dari peneliti yaitu “Manajemen *Event* Olah Bakat Siswa Aktif (Obastif) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan”.

