

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan tatanan kehidupan pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Selain membawa manfaat bagi kesejahteraan manusia juga berpengaruh terhadap persaingan global yang semakin ketat, bahkan kemajuan suatu bangsa bertitik tolak pada ukuran teknologi dan media informasi. Perkembangan pesat teknologi informasi, khususnya internet, membawa pengaruh pada dunia pendidikan dimana terjadi pergeseran paradigma. Sumber ilmu pengetahuan tidak lagi berpusat pada pendidikan formal yang konvensional, sumber ilmu pengetahuan terdapat dimana-mana yang diperoleh dengan mudah dan cepat. Paradigma yang dikenal dengan *distributed intelligence*, fungsi guru/dosen/lembaga pendidikan dari sumber pengetahuan menjadi mediator ilmu pengetahuan¹

Proses pendidikan lebih kepada *learning based* sebuah proses pembelajaran yang dilakukan guru bersama murid. Namun peran guru tetaplah sangat penting dalam proses pembentuk kepribadian dan kompetensi anak. Proses tersebut sejalan dengan tujuan utama pendidikan nasional Indonesia adalah agar berkembangnya potensi peserta didik menjadi manusia yang beriman, bertakwa pada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung

¹Veithzal Rivai Zaenal & Fauzi Bahar, *Islamic education Manajemen, Teori dan Praktek* (Jakarta, Raja Grafindo Persana, 2013) hal 133

jawab². Pembahasan pendidikan perlu direncanakan, terarah dan dilakukan dengan ber-kesinambungan, pendidikan harus mampu menjamin pemerataan kesempatan pendidikan, peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai kehidupan lokal, nasional dan global.

Berbagai upaya telah dilakukan semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan pendidikan tersebut. Lembaga pendidikan yang mendidik peserta didik dengan berbagai metode yang berkembang, dilengkapi berbagai fasilitas modern menjadi tumpuan harapan pencapaian tujuan pendidikan tersebut. Dari sistem pengelolaan pendidikan oleh lembaga pendidikan yang ada saat ini akan lahir anak didik berkualitas yang tentunya kelak menjadi calon pemimpin masa depan. Implementasi pencapaian tujuan tersebut adalah tanggung jawab semua lembaga yang memfungsikan sebagai lembaga pendidikan, formal dan non formal, dalam lingkup wilayah Kemendiknas, Kemenag maupun departemen lain yang terkait.

Lembaga pendidikan diperhadapkan pada tantangan global sebagai konsekuensi globalisasi. Hal tersebut membawa implikasi dalam dunia pendidikan yaitu adanya deregulasi yang membuka peluang lembaga pendidikan dari luar membuka sekolahnya di Indonesia. Fenomena lain adalah di era kontemporer, dunia pendidikan dikejutkan dengan adanya manajemen berbasis industri³. Di dunia pendidikan mutu dijalankan seperti dalam dunia industri, dimana mutu

²Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Bab II Pasal 3, *Undang-Undang RI No.20 tahun 2003 Tentang SISDIKNAS dan Peraturan Pemerintah Tahun 2013 Tentang Standar Nasional Pendidikan Serta Wajib Belajar*, (Bandung: Citra Umbara, Cet.I, 2014), hal.6

³Erward Sallis, *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, (Yogyakarta ERCisoD 2011) Hal 5

menjadi standar utama pengelolaan pendidikan. Mengantisipasi perubahan-perubahan yang begitu cepat serta tantangan yang semakin besar dan kompleks, tiada jalan lain bagi pemerintah dalam fungsinya sebagai penyelenggara pembangunan di bidang pendidikan dan lembaga-lembaga pendidikan untuk mengupayakan segala cara untuk meningkatkan daya saing pendidikan.

Kemampuan daya saing sebuah lembaga pendidikan akan menjadi kekuatan bertahan dan berkembang terhadap ekspansi sekolah asing yang difasilitasi oleh beberapa perjanjian bilateral Indonesia dengan dunia internasional. Dalam kondisi demikian sekolah-sekolah yang telah ada, negeri maupun swasta, tidak memiliki jalan lain selain mampu meningkatkan kualitas menjadi yang terbaik. Tak terkecuali dalam hal ini adalah pada sekolah yang dikelola oleh lembaga keagamaan dan berbasis pendidikan keagamaan.

Walaupun beberapa madrasah yang tujuan pendiriannya untuk menjembatani antara sistem pendidikan pesantren yang dianggap tradisional dengan sistem pendidikan moderen. Namun dalam perkembangannya di masyarakat terjadi dikotomi pemahaman terhadap sistem pendidikan, masih tetap memahami bahwa Islam dengan ilmu umum adalah satu kutub yang berbeda.

Masyarakat mempersepsikan, bahwa madrasah adalah pendidikan yang hanya memperdalam ilmu 'akhirat' dan mengesampingkan akan penguasaan ilmu umum dan ilmu yang berkembang di masyarakat modern. Pada akhirnya lebih dari pada itu, dimana madrasah dipersepsikan sebagai lembaga pendidikan yang pendidikan kolot dan tradisional.

Dikotomi tersebut menimbulkan kesan (*image*) masyarakat terhadap madrasah, yang sering diidentikkan dengan lembaga pendidikan *second class*, tidak maju, kumuh, dan citra negatif lain masih sering menempel di madrasah. Image tersebut menyebabkan rendahnya animo masyarakat terhadap madrasah dan pendidikan lain yang berbasis keagamaan.

Rendahannya animo masyarakat menengah atau (*upper middle class*) keatas untuk mensekolahkan anaknya ke madrasah, dilihat dari perspektif fungsional, sebuah teori yang berpandangan bahwa masyarakat merupakan kesatuan sistem yang saling bergantung dan berhubungan. Mengindikasikan dua hal yang saling berkorelasi: pertama, terkait dengan problem internal kelembagaan, dan kedua, terkait dengan *parental choice of education*.

Di sisi lain, kaitannya dengan *parental choice of education*, A. Malik Fadjar menyatakan bahwa dalam masyarakat akhir-akhir ini terjadi adanya pergeseran pandangan terhadap pendidikan seiring dengan tuntutan masyarakat (*social demand*) yang berkembang dalam skala yang lebih makro. Menurutnya, kini, masyarakat melihat pendidikan tidak lagi dipandang hanya sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan terhadap perolehan pengetahuan dan ketrampilan dalam konteks waktu sekarang. Lebih dari itu, pendidikan dipandang sebagai bentuk investasi, baik modal maupun manusia (*human and capital investmen*) untuk membantu meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan sekaligus mempunyai

kemampuan produktif di masa depan yang diukur dari tingkat penghasilan yang diperolehnya.⁴

Pada situasi seperti ini, keberadaan dan *posisioning* pendidikan Islam secara nasional termarginalkan dari sistem pendidikan nasional. Keadaan tersebut berlangsung hingga lahir SKB 3 menteri (Agama, Pendidikan, dan Dalam Negeri) 24 Maret 1975. SKB tersebut berusaha mengembalikan ketertinggalan pendidikan Islam memasuki mainstream pendidikan nasional, meregulasi madrasah secara integral dan komprehensif⁵. Payung hukum tersebut serta beberapa peraturan pemerintah lain adalah era baru mengintegrasikan madrasah ke dalam pendidikan nasional. Sehingga pada kenyataannya mampu mengangkat harkat madrasah sebagai pendidikan yang dapat diunggulkan.

Pada perjalanan selanjutnya, madrasah tidak serta merta secara keseluruhan mampu meningkatkan mutu ditengah perhatian pemerintah yang tetap lebih terfokus pada pengembangan seolah-sekolah umum. Untuk mengangkat mutu madrasah menjadi sekolah yang diunggulkan atau difavoritkan, diperlukan sebuah upaya yang mampu mengoptimalkan keberpihakan pemerintah berdasarkan undang-undang yang diterbitkan.

Madrasah sebagai sebuah organisasi nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan perlu untuk membuat konsep manajemen strategis untuk tetap *survive* ditengah persaingan global dan juga regional. Sebuah upaya yang

⁴A. Malik, Fadjar, *Madrasah dan Tantangan Modernitas*. Cet. I; Bandung : Mizan, 1998 hal.76.

⁵Abdul Kodir, *Sejarah Pendidikan Islam, Dari masa Rasulullah Hingga Reformasi di Indonesia*, (Bandung Pustaka Setia 2015 hal. 222-223

berorientasi pada penerapan manajemen layanan mutu, dan manajemen strategi pemasaran terhadap produk layanan pendidikan yang diunggulkan.

Setiap lembaga pendidikan memiliki keunggulan masing-masing yang menjadi nilai lebih yang diciptakan oleh sebuah tujuan pendirian sekolah. Demikian halnya penyelenggaraan pendidikan yang dikelola oleh lembaga-lembaga keagamaan adalah lembaga pendidikan yang konsen membangun individu-individu siswa yang memiliki karakter lebih dari sekedar intelektualitas dan keterampilan yang dihasilkan oleh sekolah-sekolah yang ada umumnya.

Karakteristik pembentukan akhlak dan mental spritual, pengetahuan Islam serta nilai lebih lain, seharusnya masyarakat dapat menempatkan madrasah sebagai pilihan utama. Realitasnya, keinginan itu tersebut tidaklah muda diwujudkan, walaupun menjadi pilihan utama kerap kali karena masyarakat tertentu memiliki anak yang memerlukan bimbingan khusus dari segi pendidikan mental dan pendidikan khusus keagamaan yang dipersepsikan hanya bisa dididik di madrasah. Persepsi tersebut tercipta juga karena keterbatasan dalam pengelolaan dan fasilitas, sistem pembelajaran, dan sistem marketing yang belum profesional mengelolanya.

Di dunia pendidikan, terdapat beberapa madrasah yang telah berdiri puluhan tahun, pada awal didirikan dengan sumber daya seadanya, dengan niat untuk memberikan ilmu kepada anak didik, dan cenderung hanya mengikuti arus kultur yang berjalan seadanya. Dengan perencanaan dan manajemen kurang terarah, menurut Sulistiorini, hal inilah yang menyebabkan madrasah menjadi

lemah.⁶ Beberapa hal pun nampak bahwa madrasah adalah pendidikan serba terbatas dan murah. Penyelenggaraannya masih serba tradisional, seperti fasilitas belajar, sistem dan metode pembelajaran, kualitas SDM pendidik serta pelayanan pendidikan lainnya. Sehingga peminat yang masuk mayoritas dari kalangan orang tua menengah kebawah dari aspek ekonomi pendidikan dan status sosial.⁷

Madrasah Tsanawiyah Raadhiyatan Mardhiyyah Putra (MTs RM Putra) Yayasan Pndok Pesantren Hidayatullah (YPPH) Balikpapan turut terkena imbas dari persepsi tersebut. Secara umum masyarakat mempersepsikan MTs RM Putra sebagai sekolah bagi anak-anak kalangan menengah kebawah, bengkel masyarakat. Bahkan dipersepsikan sebagai pendidikan anak yatim piatu dan terlantar atau panti asuhan.

Sangat wajar tercipta persepsi tersebut, sebab salah satu program khusus yang dijalankan selama ini di MTs RM Putra adalah pendidikan beasiswa bagi anak yatim piatu dan terlantar. Dengan *infut* siswa dari golongan ekonomi menengah kebawah berakibat terhadap keterbatasan sumber-sumber keuangan untuk pembiayaan layanan madrasah. Sehingga terjadi pula keterbatasan dalam beberapa aspek, salah satu diantaranya adalah layanan pembelajaran, pengembangan mutu, kesejahteraan guru, serta fasilitas belajar yang penting lainnya.

⁶Sulistiorini, *Manajemen Pendidikan Islam, Konsep Strategi Dan Aplikasi*. (Yogyakarta, Sukses Offset, 2009) hal.3

⁷Wawancara terbatas dengan Muhammad Arfan AU SS, M.Pd.I Kepala MTs RM Putraa, Tgl. 11 Agustus 2015

Hanya saja sumber daya manusia (SDM) yang diamanhi di sekolah tersebut, seperti pengelola, guru dan pegawai yang secara keorganisasian memiliki kecintaan, rasa memiliki, dan komitmen cukup tinggi terhadap YPPH sebagai *owner* MTs RM Putra. Kenyataannya terkadang ironi, karena mereka kurang memiliki komitmen dan profesionalisme kerja kurang, kurang menunjukkan progres yang dapat meningkatkan mutu di sekolah tersebut. Rendahnya kualitas dan kualifikasi SDM yang dimilikinya membawa pengaruh terhadap rendahnya pula kualitas layanan pembelajaran dan pembinaan siswa.

Sebenarnya madrasah ini memiliki banyak prestasi diberbagai bidang seperti olah raga dan seni, lingkungan sekolah, jurnalistik dan *life skill* lainnya di tingkat kota, propinsi, maupun nasional, khususnya di lingkup Kementrian Agama. Namun pencapaian prestasi tersebut bukanlah jaminan semakin meningkatnya animo masyarakat, khususnya masyarakat menengah keatas untuk berbondong-bondong mendaftar diri ke sekolah tersebut. Karena prestasi semacam tersebut di atas bukanlah sesuatu yang paling menarik dan dibutuhkan, yang secara otomatis menghasilkan image sebagai sekolah unggulan dan diminati oleh masyarakat.

Begitupun dengan kebesaran nama lembaga yang menaunginya, yakni YPPH Balikpapan, sebagai ormas besar dengan jaringan yang menyusantara, dengan menempati lahan yang luas, 200 h.a. Di areal tersebut dengan lingkungan sejuk dan asri, sepatutnya sangat kondusif untuk kegiatan belajar yang dapat menjadi daya tarik besar untuk pendidikan berkualitas. Tetapi realitanya tidaklah demikian. Potensi besar yang dimiliki oleh madrasah ini tidak dimanfaatkan dan

terkelola secara maksimal, sehingga tidak dapat menjadi nilai jual yang tinggi dan berpengaruh banyak terhadap animo ke sekolah tersebut.

Berdasarkan hal itu, oleh beberapa pihak, seperti pengelola YPPH, pengelola MTs RM Putra dan beberapa aktifis pendidikan Pesantren Hidayatullah, serta Baitul Mal Hidayatullah (BMH) Cabang Balikpapan terpanggi rasa tanggung jawabnya terhadap keberlangsungan pendidikan di MTs RM Putra. Unsur-unsur tersebut menyadari bahwa sekolah ini memerlukan bantuan untuk mampu keluar dari permasalahannya. Perlunya sebuah langkah strategis dan jitu untuk keluar dari permasalahan tersebut.

Untuk itu, unsur-unsur tersebut secara intens berdiskusi dan merumuskan suatu pemikiran bagaimana meningkatkan mutu madrasah ini dari madrasah yang tak memiliki nilai lebih menjadi madrasah unggulan dan diminati. Selanjutnya pemikiran tersebut dikaji, tentang hal apa saja yang paling menarik untuk dijadikan nilai jual atau *take line* bernilai spektakuler, unik dan dibutuhkan oleh masyarakat saat ini dan kedepannya.

Dalam hal ini diperlukan pemikiran besar, perencanaan matang dan integral, langkah jitu dan strategik untuk menghasilkan sesuatu yang dapat dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Malik Fajar bahwa: pengembangan madrasah bukanlah pekerjaan sederhana karena memerlukan perencanaan terpadu dan menyeluruh serta perlu juga didukung suatu riset dan evaluasi sebagai *enperial inquiry* yang dapat dijadikan landasan pengembangan secara bijak⁸

⁸A.Malik Fajar, *Madrasah dan tantangan modernisasi* (Bandung, Mizan, 1990) hal.10-10

Ditemukanlah sebuah gagasan pemikiran yang dipandang oleh masyarakat dan bangsa selalu *up to date* untuk saat ini dan akan datang. yakni diperlukannya generasi yang siap memimpin bangsa dan negara ini, minimal menjadi pemimpin di masyarakat. Kelahiran calon pemimpin dari generasi muda secara efektif dapat diproses diantaranya melalui lembaga pendidikan formal seperti sekolah atau madrasah. Untuk itu ditetapkanlah suatu *take line* yakni Sekolah Pemimpin, *Take line* ini juga adalah sebuah program yang sangat cocok dengan keberadaan madrasah ini dibawah lembaga Hidayatullah, lembaga yang selama ini menitik beratkan alumninya menjadi da'i dan pemimpin masyarakat yang tersebar diseluruh penjuru tanah air. *Take line* ini juga dijadikan sebagai *brand* yang bisa 'dijual' kepada masyarakat pengguna pendidikan. Brand ini sangat memiliki elektabilitas sebagaimana layaknya sebuah brand.

Sekolah Pemimpin adalah *take line* yang elektabilitasnya diyakini bisa menarik minat kepercayaan masyarakat terhadap MTs RM Putra. Walaupun *Brand* Sekolah Pemimpin adalah sesuatu hal yang baru, namun diyakini mampu dijadikan ikon daya tarik yang berfungsi ganda, disamping dapat mengkonsentrasikan potensi madrasah pada peningkatan mutu, juga diharapkan mampu membentuk persepsi dan citra positif masyarakat terhadap madrasah tersebut. Pemilihan Sekolah Pemimpin sebagai *brand* pada MTs RM Putra adalah sebuah gagasan besar yang harus dikelola dengan baik sehingga mampu memberikan spirit bagi seluruh pengelola madrasah dalam mengangkat citra madrasah ini menjadi sekolah yang difavoritkan sampai ditingkat nasional. *Brand*

tersebut juga diharapkan akan mampu memberikan pelayanan maksimal kepada kastomer secara eksternal (siswa dan orang tua) dan internal (guru dan karyawan).

Penetapan Sekolah Pemimpin sebagai *brand* diharapkan akan mampu mengangkat citra atau *image* kearah positif terhadap madrasah tersebut. Image positif tersebut sedapat mungkin dapat dikelola dengan baik untuk menjamin terpeliharanya mutu yang dicapai. Penjaminan mutu dan keterpeliharaan citra akan bisa terwujud dengan mengadakan pengembangan pada manajemen sekolah yang bisa berdampak pada terciptanya citra positif atau *brand imege* di Sekolah Pemimpin MTs RM Putra.

Berdasarkan beberapa uraian tersebut maka penulis mengangkat judul pada tesis ini yakni "MANAJEMEN *BRAND IMAGE* SEKOLAH PEMIMPIN MTs RAADHIYATAN MARDHIYYAH PUTRA".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, eksistensi MTs RM Putra sebagai madrasah yang tidak begitu diunggulkan karena image madrasah adalah sekolah yang dianggap kualitasnya dibawah sekolah negeri, dan sekolah swasta unggulan. Untuk mengangkat citra madrasah diperlukan strategi yang bernilai lebih dan mampu menarik minat masyarakat, yaitu dengan brand Sekolah Pemimpin. *Brand* tersebut diharapkan mampu meningkatkan mutu layanan pada proses sekolah dalam sebuah system manajemen yang dirumuskan dan dijalankan dengan baik. Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pemilihan konsep *brand image* sekolah pemimpin MTs RM Putra sehingga menjadi image menarik bagi masyarakat?.
- b. Bagaimana pengelolaan dan kordinasi kerja *brand* ‘Sekolah Pemimpin’ MTs RM Putra sehingga menjadi madrasah diminati?
- c. Bagaimana evaluasi manajemen *brand* ‘Sekolah Pemimpin’ yang diterapkan sehingga mampu meningkatkan minat belajar di ‘Sekolah Pemimpin’ MTs RM Putra?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mendeskripsikan pemilihan konsep *brand image* Sekolah Pemimpin MTs RM Putra sehingga menjadi image menarik bagi masyarakat.
- b. Untuk mendeskripsikan pengelolaan dan kordinasi kerja *brand* ‘Sekolah Pemimpin’ MTs RM Putra sehingga menjadi madrasah diminati.
- c. Untuk mendeskripsikan evaluasi manajemen *brand* ‘Sekolah Pemimpin’ yang diterapkan sehingga mampu meningkatkan minat belajar di ‘Sekolah Pemimpin’ MTs RM Putra.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yang akan meneliti manajemen *brand imge* sekolah pemimpin MTs Radhiyatan Mardhiyyah Putra. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menemukan prinsip-prinsip manajemen persekolahan:

- a. Memperkaya manajemen Pendidikan Islam sebagai sebuah disiplin ilmu.
- b. Memperkaya dan mengembangkan khazanah ilmu pendidikan, khususnya bidang ilmu manajemen pendidikan Islam.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat pula secara praktis yaitu;

- a. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi MTs Raadhiyatan Mardhiyyah Putra dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang, khususnya mengenai strategi pencitraan sekolah yang efektif.
- b. Sebagai masukan bagi para orang tua santri, masyarakat, pemerintah daerah dan instansi terkait dalam rangka menjadikan madrasah sebagai basis utama dalam melahirkan calon pemimpin yang berkarakter dan mandiri

E. Defenisi Operasional

Untuk memperjelas maksud judul dan ruang lingkup penelitian ini, ditegaskan secara operasional sebagai berikut;

1. Manajemen adalah serangkaian kegiatan yang diarahkan langsung untuk menggunakan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.

2. *Brand image* (citra merek) adalah persepsi tentang sebuah merek seperti ditunjukkan oleh asosiasi merek yang dimiliki dalam ingatan konsumen. Juga merupakan seperangkat asosiasi yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar.
3. Sekolah Pemimpin adalah sebuah *brand* program strategi di Madrasah Tsanawiyah Raadhiyatan Mardhiyyah Putra yang selanjutnya disingkat MTs RM Putra.

F Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini;

1. **Taufiq Mubaydin (2011), *Tesis, Upaya Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam, Program Pasca Sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.***

Pencitraan merupakan hal yang baru dalam dunia lembaga pendidikan Islam. Hal ini sebagai upaya lembaga pendidikan Islam ikut memperankan diri dalam pembangunan nasional. Membangun citra adalah keluar dari keterpurukan dan ketermarginalan menjadi lembaga yang kompeten dalam penyediaan kebutuhan kegiatan pembelajaran.

Penelitian ini mengambil sample di SD Plus Al-Kautrar Malang dengan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi. Sedangkan sub pokok masalah adalah: 1) upaya membangun *benchmark* SD Plus Al-Kautrar; 2) Upaya membangun dan

mempertahankan citra lembaga pendidikan SD Plus Al-Kautrar; 3) Dampak pencitraan terhadap lembaga pendidikan SD Plus Al-Kautrar. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa; 1) pencitraan yang dilakukan oleh SD Plus Al-Kautrar adalah pencitraan lembaga dengan perbaikan-perbaiki seperti pembelajaran, fasilitas dan Komunikasi dan pelayanan; 2) menjaga konsistensi dengan prinsip tiga nilai sumber pencitraan (kejujuran, kedisiplinan dan pluralism); 3) pencitraan memberi dampak terhadap lembaga, dan terhadap guru, siswa dan orang tua.

2. Alif Nur Lailah (2015), *Tesis, Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Madrasah Aliyah Negeri Kandat, Program Pasca Sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.*

MAN Kandat di Kediri Jawa Timur, sebelumnya adalah MA Al-Fajar yang dinaungi YPI Al-Fajar setelah diproses lima tahun menjadi negeri. melalui proses panjang yang diperankan kepala sekolah akhirnya mampu mengangkat citra madrasah. Sub penelitiannya adalah strategi kepala madrasah MAN Al-Falah dan mengangkat citra, meningkatkan MAN, dan dampak dari strategi membangun citra yang dilakukan kepala MAN Kandat. Teknis penelitian adalah kualitatif dengan bentuk wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian, adalah strategi yang dilakukan kepala MAN Kandat dalam membangun citra tiga tahap: 1) mempelajari kelebihan dan kelemahan; 2) memperbaiki pelayanan internal; dan 3) mempromosikan citra positif. Strategi meningkatkan citra dua langkah: 1) kedalam, memperkuat madrasah; dan 2) keluar memperkenalkan ke masyarakat. Dampak yang muncul dari pencitraan; 1) madrasah berkualitas wujud kebutuhan pendidikan dari masyarakat; 2)

meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat; 3) MAN Kandar pusat kegiatan agama; dan 4) meningkatkan kepercayaan, jumlah siswa bertambah.

3. Sri Lestari (2011), Tesis, Strategi Pemasaran Sekolah Di Sma Batik 1 Surakarta. Program Studi Program Pasca Sarjana, Magister Manajemen Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini difokuskan pada : 1) faktor-faktor internal dan eksternal dengan konsep bauran pemasaran; 2) bagaimana strategi pemasaran sekolah berdasarkan model analisis Matrik SWOT. Tujuan penelitian ini adalah ; 1) Tujuan umum: mendeskripsikan strategi pemasaran sekolah di SMA Batik 1 Surakarta; 2) Tujuan Khusus : a) mendeskripsikan faktor-faktor interval dan eksternal dengan konsep bauran pemasaran jasa 7P di SMA Batik 1 Surakarta ; b) mendeskripsikan strategi pemasaran sekolah di SMA Batik 1 Surakarta berdasarkan model analisis Matrik SWOT.

Penelitian ini berjenis kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif. Proses analisis meliputi tiga kegiatan yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian berdasarkan Matrik SWOT didukung data LITBANG maka strategi pemasaran sekolah di SMA Batik 1 Surakarta yang paling efektif adalah promosi dengan persentasi oleh alumni SMP.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini dibagi dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan, memaparkan latar belakang masalah, focus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II. Kajian Pustaka, memaparkan tentang konsep manajemen *brand image* sekolah pemimpin, strategi membangun *brand image* sekolah pemimpin konsep membangun *brand image* sekolah pemimpin, konsep membangun *brand image* sekolah pemimpin, dan evaluasi *brand image*

Bab III. Metode Penelitian, mengemukakan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, dan sumber data, teknik dan alat pengumpulan data, teknik analisis data

Bab IV. Paparan Data dan Pembahasan, memaparkan data tentang gambaran umum lokasi penelitian, dan manajemen *Brand Image* Sekolah Pemimpin mts RM Putra. Pemilihan, pelaksanaan dan evaluasi Manajemen Brand Sekolah Pemimpin.

Bab V. Pembahasan tentang Manajemen Perencanaan *Brand* Sekolah Pemimpin, Manajemen dan koordinasi kerja Sekolah Pemimpin, Manajemen marketing Sekolah Pemimpin berbasis perencanaan kerja, Evaluasi kerja manajemen brand image Sekolah Pemimpin

Bab VI. Penutup, berisi simpulan dan saran.