

**Strategi Membangun *Brand Image* dalam
Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di
MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Tugas dan Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Dalam Ilmu Manajemen
Pendidikan Islam



Oleh:

Elinda Izzatun Nada

1803036032

MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS ILMU TARBIYAN DAN KEGURUAN

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elinda Izzatun Nada
NIM : 1803036032
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program
Studi : S.1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
LEMBAGA PENDIDIKAN DI MTS TARBIYATUL BANIN WINONG PATI**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya.

Semarang, 19 Desember 2022

Pembuat Pernyataan,



ELINDA IZZATUN NADA

NIM: 1803036032

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Semarang, 19 Desember 2022

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Walisongo

di Semarang

Assalamu 'alaikum wr.Wb

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksinaskah dengan :

Judul : STRATEGI MEMBANGUN BRAND IMAGE DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN DI MTS
TARBIYATUL BANIN WINONG PATI

Nama : Elinda Izzatun Nada

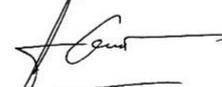
Nim : 1803036032

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Pembimbing,



Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

NIP. 19691114199403 1 003

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387
www.walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati**
Nama : Elinda Izzatun Nada
NIM : 1803036032
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam sidang *munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 30 Desember 2022

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. Fahrurrozi, M.Ag.
NIP. 197708162005011003
Penguji I

Sekretaris Sidang

Agus Khunaiqi, M.Ag.
NIP. 197602262005011004
Penguji II

Prof. Dr. H. Mustaqim, M.Pd
NIP. 195904241983031005



Dr. Mukhamad Rikza, S.Pd.I, M.S.I
NIP. 198003202007101001

Pembimbing,

Dr. Fahrurrozi, M.Ag.
NIP. 197708162005011003

ABSTRAK

Judul : Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

Penulis : Elinda Izzatun Nada

NIM : 1803036032

Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan merupakan upaya yang dilakukan dapat bertahan dalam persaingan antar lembaga pendidikan. MTs Tarbiyatul Banin Winong pati merupakan Madrasah Tsanawiyah yang menjalankan strategi membangun brand image. Fokus pemersalahn penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin? 2) Bagaimana implikasi strategi membangun brand image di MTs Tarbiyatul Banin? Penelitian ini dibahas melalui studi lapangan dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi

Jenis penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dimana data diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan dilakukan peneliti, dan dokumentasi dari sekolah. Hasil data di analisis dan menghasilkan kesimpulan. Dalam uji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian menjukkah, 1) strategi membangun brand image menggunakan strategi akomodatif, diferensiasi, pencapaian, perluasan, ketangguhan, kolaborasi, fungsional, dan enterprise, 2) implikasi strategi dilihat dari posisi pasar yang kokoh, hubungan baik dengan lingkungan serta kinerja tanpa henti.

Kata Kunci : *Strategi, Brand Image, Daya Saing Sekolah*

TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpanan penulisan kata sanding [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	‘
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Mad:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = اؤ

ai = آي

iy = ائي

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis harutkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tak lupa penulis ucapkan kepada junjungan Nabi kita, Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi teladan bagi umatnya

Skripsi ini berjudul “Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati”, yang disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S-1) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, serta berbagai pihak yang telah membantu, membimbing, serta memberikan dukungan. Maka dari itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. KH. Ahmad Ismail, M.Ag., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang
3. Dr. Fatkuroji, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
4. Agus Khunaefi, M.Ag, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

5. Dr. Fahrurrozi, M.Ag, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penelitian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta civitas akademik di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, terkhusus kepada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam
7. Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I., selaku kepala sekolah MTs Tarbiyatul Banin yang telah memberikan izin serta kelancaran dalam proses penelitian, serta untuk para guru, staf, walimurid yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi data dalam penelitian ini.
8. Orang tua tercinta Bapak Zaenal Arifin dan Ibu Zumrotus Sholihah yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan semangat tanpa henti, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini
9. Kakak saya Aivy Dianatin Nufus dan Adik saya Ista'mil Alsina Tina yang selalu mendukung, mendo'akan dan memberikan semangat
10. Teman-teman seperjuangan saya terkhusus kelas MPI A yang selalu membantu saya selama hidup di Semarang
11. Sahabat-sahabat seperjuangan Laili Fauziyatus Sikha, Fatma Hani, Intami Laode, Noor Lailatul Arofah yang menemani dan memberikan semangat selama proses pembuatan skripsi ini

12. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kemudahan dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini

Peneliti berdoa semoga semua kebaikan dari semua pihak mendapatkan pahala yang lebih dari Allah SWT. Pada akhirnya, Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti sendiri serta bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 16 Desember 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Elinda Izzatun Nada', written in a cursive style.

Elinda Izzatun Nada

1803036032

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	I
NOTA DINAS.....	II
PENGESAHAN	III
ABSTRAK	IV
TRANSLITERASI.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	IX
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan.....	11
A. Kajian Teori	11
1. Konsep Strategi	11
2. Konsep Brand Image	14
3. Konsep Daya Saing	26
4. Strategi Brand Image Lembaga Pendidikan	35
B. Kajian Pustaka	39

C. Kerangka Berfikir.....	42
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN.....	45
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	46
C. Sumber Data	47
D. Fokus Penelitian	48
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Keabsahan Data	53
G. Analisis Data	54
BAB IV.....	57
DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	57
A. Deskripsi Data	57
1. Deskripsi Data Umum.....	57
2. Deskripsi Data Khusus	61
B. Analisis Data	96
C. Keterbatasan Penelitian	99
BAB V.....	101
PENUTUP	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	103
C. Penutup.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN 1.....	110
LAMPIRAN 2.....	124

LAMPIRAN 3	125
LAMPIRAN 4	126
LAMPIRAN 5	127
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	131

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pendidikan berkontribusi penting dalam kehidupan berbangsa serta bernegara sebagai upaya untuk menghasilkan sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas. Pendidikan akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Hal ini dikarenakan kesejahteraan hidup masyarakat dari suatu Negara dipengaruhi oleh pendidikan yang berkualitas. Kualitas pendidikan di Indonesia masih terbilang jauh dari peringkat terbaik, yang mana menurut data penelitian dari *World Population Review* pada tahun 2021 Indonesia menempati peringkat ke 54 naik satu tingkat dari peringkat ke-55 pada tahun 2020 dari 78 negara yang masuk dalam pemeringkatan tingkat pendidikan dunia.¹Rendahnya kualitas pendidikan di Indonesia mengakibatkan Indonesia kalah bersaing dengan Negara lain. Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional tahun 2000, dalam Mulyasa mengatakan bahwa salah satu faktor melemahnya sistem pendidikan nasional di Indonesia adalah kurangnya perhatian pada output²

¹ <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/education-rankings-by-country>, diakses pada 24/08/2022

² Mulyasa E, *Standar Kompetensi dan Sertifikasi Guru*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 23

Sebuah lembaga pendidikan jika dilihat dengan kacamata corporate diibaratkan sebagai produsen yang memberikan hasil berupa jasa pendidikan dan yang akan membeli adalah konsumen yaitu pelajar. Ketika produsen menjual produknya dengan baik serta laku dipasaran maka kualitas lembaga pendidikan tersebut memberikan kepuasan pada konsumen, begitu juga sebaliknya jika tidak laku dipasaran maka dapat dikatakan kalah dengan lembaga pendidikan lain. Jasa pendidikan merupakan produk yang tidak berwujud sehingga agar produknya laku, maka konsumen mengamati tanda-tanda yang dapat dilihat atau dirasakan agar dapat memberikan nilai kualitasnya. Kualitas yang dimaksud dalam hal ini adalah guru, karyawan, sarana prasarana sekolah, peralatan pendidikan, prestasi serta harga yang setara dengan kualitas yang harus mereka bayarkan. Kualitas lembaga pendidikan yang baik akan mempengaruhi output atau lulusan yang berkualitas.

Dalam era persaingan lembaga pendidikan yang sangat ketat, setiap lembaga pendidikan dipaksa untuk berhadapan dengan lembaga pendidikan lainnya. Pada umumnya semua lembaga pendidikan ingin menampilkan yang terbaik untuk menarik perhatian pasar.³ Untuk memenangkan persaingan

³ Irawati dan MHD Sybhan, *Kepemimpinan Pendidikan Untuk Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Aliyah Kampar Timur, Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, Volume 3 Nomor 1, 2017, hlm. 2

antar lembaga pendidikan, para pengelola pendidikan harus mempunyai semangat untuk selalu berada di depan perubahan dengan jaminan bahwa mereka akan lebih dulu sampai ke garis finish, karena persaingan adalah adu cepat untuk sampai ke garis finish⁴ persaingan dengan menunjukkan pola yang baik tentunya dengan memperkuat Sumber Daya Manusia (SDM), memperkuat bidang fasilitas seperti gedung dan sarana lainnya, serta memperkuat bidang pendanaan. Dengan demikian persaingan akan bergerak sangat kompleks dan beragam, termasuk bidang mutu, layanan, fasilitas dan lain sebagainya.

Adanya persaingan yang sangat tinggi antar lembaga pendidikan, menuntut lembaga pendidikan saat ini untuk meningkatkan kualitas diri, dengan seperti meningkatkan prestasi siswa baik dari segi akademik maupun non-akademik, meningkatkan prestasi guru, meningkatkan mutu pembelajaran, meningkatkan sarana prasarana serta peningkatan pada aspek-aspek lainnya. Dengan dilakukannya peningkatan kualitas diri lembaga pendidikan maka bisa meningkatkan *brand image* (citra merek) lembaga pendidikan tersebut, dengan begitu lembaga pendidikan tersebut dapat lebih tangguh dalam menghadapi persaingan dan dapat memberikan dorongan untuk meningkatkan minat calon siswa baru pada lembaga pendidikan tersebut.

⁴ Dedi Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 184

Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan saat ini, menjadikan persaingan dalam dunia pendidikan menjadi lebih ketat.⁵ Sekolah-sekolah saat ini bersaing untuk mendapatkan murid sebanyak-banyak dengan menawarkan kualitas pendidikan terbaik yang ada di sekolah.⁶ Sekolah yang memiliki kualitas yang baik dapat menarik murid sebanyak-banyaknya dan juga meningkatkan *image* lembaga pendidikan tersebut dimata masyarakat.

Lembaga pendidikan yang mempunyai persepsi kualitas (*perceived quality*) yang baik dimata masyarakat akan menciptakan *brand image* (*citra merek*) yang kuat akan lembaga tersebut. Menurut Keller dalam Prengki Susanto, “*brand image as perceptions about a brand as reflected by the brand association held in consumer memory*”.⁷ Sedangkan menurut Freddy Rangkuti berbagai hal yang diingat oleh konsumen dapat disusun sehingga asosiasi dapat menciptakan *brand image* (*citra merek*). Citra yang positif terdiri dari berbagai asosiasi yang berhubungan dengan kekuatan,

⁵ Much. Djunaidi, Ahmad Kholid Aghofari, Dwi Aprilianti Rahayu, *Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajar dengan Quality Function Deployment*. Surakarta: Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Volume 5 Nomor 2, 2006.

⁶ Dedi Mulyasana, *Op. Cit*, hlm. 185

⁷ Prengki Susanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang*, Tingkap Vol. VIII No. 1, 2012, hl.69

kebaikan, serta keunikan dari merek di dalam memori manusia.⁸

Kepercayaan publik terhadap suatu lembaga pendidikan sangatlah tinggi, maka dengan memiliki citra merek yang positif dapat meningkatkan minat publik tersebut terhadap suatu lembaga pendidikan. Citra merek (*brand image*) positif dapat menjadi salah satu komponen dari suatu lembaga pendidikan untuk dapat bersaing secara global. Membangun citra yang positif pada lembaga pendidikan sangat penting agar lembaga pendidikan tersebut semakin dikenal dan diketahui secara luas oleh masyarakat, dengan membangun citra yang positif pada lembaga pendidikan maka akan melahirkan pandangan yang baik dari masyarakat bahwa lembaga pendidikan tersebut adalah lembaga yang unggul.

Berdasarkan data online Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, pendidikan di kota Pati menempati peringkat ke-19 dari 35 kota yang berada di Jawa Tengah.⁹ Sedangkan data online daftar satuan pendidikan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (KEMENDIKBUD) di Kecamatan Winong terdapat 6 Sekolah Menengah Pertama (SMP)/ sederajat yang telah berdiri yaitu terdiri 2 Sekolah Menengah Pertama (SMP), 1 Madrasah Tsanawiyah Negeri, dan 3 Madrasah Tsanawiyah

⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 244

⁹ <https://jateng.bps.go.id/indicator/> diakses pada 25/08/2022 pukul 13:28

Swasta. Sedangkan di kelurahan Pekalongan terdapat 2 sekolah yaitu MTs Tarbiyatul Banin dan juga MTsN 1 Pati.¹⁰ Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa sekolah swasta maupun negeri yang telah berdiri di Kecamatan Winong membuat setiap sekolah berlomba dan bersaing untuk mendapatkan peserta didik. Dengan persaingan tersebut maka sekolah yang mampu bersaing akan mendapatkan semakin banyak siswa.

Peneliti tertarik untuk meneliti di lembaga pendidikan MTs Tarbiyatul Banin Pati yang mampu bersaing dengan lembaga umum lain. Harapan masyarakat pada dunia pendidikan semakin tinggi seiring dengan perkembangan zaman. Kebanyakan masyarakat menyebutkan sekolah favorit adalah sekolah yang memiliki kualitas yang baik dan memiliki siswa yang banyak. Namun untuk mendapatkan siswa yang banyak dan berkualitas tinggi tidaklah mudah prosesnya, karena memerlukan waktu yang lama serta proses yang berliku.

MTs Tarbiyatul Banin Pati mendapatkan kepercayaan orang tua siswa untuk memasukkan anaknya ke sekolah ini. Kepercayaan tersebut tidak tercipta dengan mudah tetapi melalui proses yang panjang, kepercayaan timbul karena orang tua siswa percaya bahwa MTs Tarbiyatul Banin Pati mampu mendidik anaknya untuk menjadi lebih baik. *Brand* yang bagus pada sebuah lembaga pendidikan akan membentuk secara

¹⁰ <https://data.kemdikbud.go.id/> diakses pada 25/08/2022 pukul 13.07

otomatis sebuah *image* yang bagus di masyarakat. Image yang bagus tersebutlah yang mampu membuat masyarakat percaya bahwa MTs Tarbiyatul Banin Pati dapat mendidik dengan baik. Sistem pembelajaran di MTs Tarbiyatul Banin Pati tidak hanya bermuatan pengetahuan umum akan tetapi juga bermuatan ilmu-ilmu agama yang memiliki unsur pesantren, terbukti dengan adanya mata pelajaran muatan local yang condong ke pesantren seperti kitab kuning, selain itu terdapat pesantren-pesantren yang dikelola oleh yayasan maupun dari pondok pesantren milik guru-guru MTs Tarbiyatul Banin Pati.

MTs Tarbiyatul Banin Pati mempunyai segudang prestasi, baik prestasi akademik maupun non akademik. Akhlak siswa yang baik diiringi dengan prestasi yang beragam akan menghasilkan lulusan yang berkualitas terbukti dengan banyaknya lulusan yang masuk ke Sekolah Menengah Atas favorit. Hal tersebut tentunya membuat MTs Tarbiyatul Banin mempunyai daya saing yang tinggi, karenanya minat masyarakat semakin meningkat, terbukti dengan adanya peningkatan siswa baru yang masuk. Pada tahun 2019 siswa yang mendaftar sebanyak 216 siswa. Selanjutnya pada tahun 2020 siswa baru yang mendaftar meningkat sebanyak 256 siswa akan tetapi hanya diambil 230 siswa. Pada tahun 2021 meningkat sebanyak 291 siswa yang mendaftar tetapi yang diterima sebanyak 238 siswa, dan pada tahun 2022 siswa yang mendaftar sebanyak 295. Seiring dengan peningkatan jumlah

siswa diikuti juga dengan peningkatan prestasi. Kontribusi MTs Tarbiyatul Banin Pati dalam perlombaan atau event tidak hanya terlihat di lingkungan sekolah saja, tetapi juga terlihat pada kejuaraan perlombaan dari berbagai tingkat. Tercatat pada tahun 2021 MTs Tarbiyatul Banin mencatat prestasi melalui berbagai perlombaan sebanyak 316 perlombaan yang dijuarai. Untuk tingkat kabupaten/kota 2 kali. Pada tingkat provinsi sebanyak 23 kali. Tingkat nasional sebanyak 289 kali, serta tingkat internasional 2 kali.¹¹

Berdasarkan uraian singkat di atas peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi membangun brand image di MTs Tarbiyatul Banin hingga mencapai posisi sekarang ini dengan mengadakan penelitian yang berjudul “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Pati”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Pati?
2. Bagaimana implikasi brand image terhadap daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Pati?

¹¹ Dokumentasi MTs Tarbiyatul Banin Pati tahun 2022

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati
2. Mengetahui Implikasi Brand Image di MTs Tabiyatul Banin Winong Pati

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoretis
 - a. Untuk memperluas wawasan tentang perkembangan ilmu manajemen pendidikan yang berkaitan dengan ilmu pemasaran
 - b. Untuk bahan penelitian terkait strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan
 - c. Untuk dijadikan rujukan bagi penelitian yang lebih lanjut, baik secara teori maupun praktik dalam bidang pendidikan

2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan gambaran tentang strategi sekolah dalam membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Pati Winong Pati
 - b. Memberikan pendapat atau alasan tentang pentingnya membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul BaniN Winong Pati

BAB II

Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan

A. Kajian Teori

1. Konsep Strategi

a. Definisi Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “strategia” yang merujuk pada dua kata yaitu *strategos*: melihat, dan *agis*: memimpin. Strategi menentukan lingkup serta arah suatu pengembangan organisasi dan bagaimana cara untuk mencapai strategi yang kompetitif. Strategi bisa diartikan sebagai sebuah tindakan penyesuaian untuk mendapatkan reaksi terhadap situasi tertentu yang dianggap penting, serta tindakan tersebut dilakukan secara sadar dengan pertimbangan yang jelas dan wajar. Strategi dirumuskan secara terperinci sehingga apa yang sedang dan akan dilakukan mendatang dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Menurut Prahalad dalam Umur (2001) strategi mempunyai arti secara khusus yaitu “tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan”.¹² Adapun definisi lain dari

¹² Sunarsasi and Nanang Rudi Hartono Hartono, *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)*, *Jurnal Translitera*, 9 (2020), 22–31.

strategi menurut John W. Mullins dan Orville C. Walker, Jr, dalam bukunya yang berjudul “Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach”, mereka mendefinisikan strategi sebagai pola dasar tujuan masa kini dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya, dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, serta faktor lingkungan lainnya. Dengan artian spesifik pada kata strategi yaitu: 1) apa (tujuan yang ingin dicapai) 2) dimana (dimana industry dan pasar produk yang menjadi fokus) 3) bagaimana (bagaimana sumber daya dan aktivitas mana yang dialokasikan ke setiap pasar produk untuk memenuhi peluang dan ancaman lingkungan dan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.¹³

Dapat disimpulkan berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas bahwa strategi merupakan sebuah rencana yang disusun secara terperinci mengenai suatu hal yang akan dilaksanakan mendatang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana tersebut meliputi tujuan jangka panjang serta tindakan yang akan dilakukan untuk mempertahankan serta meningkatkan hasil yang terbaik dan memenangkan persaingan dimasa mendatang.

b. Unsur-Unsur Strategi

Teori strategis sebagaimana dikemukakan oleh Edward Sallis yang merujuk pada definisi strategi yang disebutkannya adalah

¹³ Orville C. Walker, dkk, *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*, (McGraw-Hill Companies, New York, 2006) hlm. 7

developing long-term institutional strategies. Dalam teori tersebut dibagun tiga asumsi¹⁴:

Pertama, cost-leadership strategy yaitu menjadikan organisasi sebagai lembaga yang mempunyai biaya rendah dalam persaingan pasar melalui pemanfaatan teknologi, skala ekonomi, kontrol terhadap penggunaan biaya, dan sebagainya. Manfaat dari strategi ini adalah lembaga dapat menjadi sumber untuk identifikasi lingkungan bagi persepsi kualitas oleh pelanggan.

Kedua, differentiation yang mana strategi ini memposisikan lembaga menjadi sesuatu yang unik dibandingkan dengan pesaing lainnya. Bagi lembaga pendidikan strategi ini dapat meningkatkan jumlah siswa karena dalam mengembangkan lembaga pendidikan kualitas menjadi amat penting didepankan sehingga sekolah menjadi pilihan utama siswa.

Ketiga, focus strategy yaitu strategi yang memusatkan diri khususnya pada kawasan geografi, kelompok pelanggan, atau segmen pasar, yang menjadi target lembaga adalah merencanakan program yang dibutuhkan oleh pelanggan dari melihat kebutuhan pesaing. Tujuan akhir dari strategi ini adalah untuk memperkuat kemampuan bersaing lembaga sehingga menjadikan suatu lembaga memiliki keunggulan bersaing (competitive advantage).

¹⁴ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002) hlm. 369

2. Konsep Brand Image

a. Definisi *Brand Image*

Brand image terdiri dari dua kata yaitu *brand* dan *image*. Menurut Kotler and Keller (2006) mendefinisikan brand sebagai “*Brand as a “a name, term, symbol, or design, or combination of them, intended of identify the goods or services of one seller or group of seller and differentiate them from competitors” A brand is thus a product or service that adds dimensions that differentiate it in some way from other product or service designed to satisfy the same need.*”¹⁵ Dalam urutan identifikasi dan kepemilikan yang sama, American Marketing Association (AMA) mendefinisikan merek sebagai: “*A name, term, sign, symbol, or design, or combination of these, intended to identify the goods or services of one seller or group of sellers and to differentiate them from competitors.*”¹⁶ Jadi dapat dijelaskan bahwa brand adalah sebuah nama, istilah, tanda, symbol atau desain, kombinasi yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual untuk membedakan produknya dengan para pesain lain. Pengertian tersebut setara dengan UU No.15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1 tentang merek, merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi

¹⁵ Sesra Budio, *Strategi Manajemen Sekolah, Jurnal Menata*, 2 (2019), hlm.78

¹⁶ Daniela Yasenova Baeva, *STRONG BRANDS: How Brand Strategy and Brand Communication Contribute to Build Brand Equity*, (De Coimbra Press, Coimbra, 2016) hlm. 15

dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa merek (*brand*) adalah sebuah nama, symbol, istilah, design dari sebuah produk atau jasa yang menjadikan pembeda antara produk atau jasa yang lain. Sebuah *brand* yang memiliki pengaruh yang sangat kuat, serta memiliki karakteristik yang kuat dan citra yang positif dari sebuah merek akan dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Sedangkan definisi image (citra) menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu memiliki arti rupa, gambar, gambaran. Menurut Bernays (1972) menyatakan bahwa image (citra) merupakan kesatuan mental atau interpretasi sensual (pengindraan), sebuah persepsi tentang seseorang atau sesuatu hal yang dikonstruksi secara deduktif didasarkan pada bukti yang tersedia secara nyata atau imajinasi, dikondisikan oleh adanya kesan, kepercayaan, gagasan, serta emosi.¹⁷ Sementara Pramudyo (2012) menjelaskan bahwa citra mempunyai peran dalam memasarkan suatu produk karena berpotensi mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen tentang suatu produk atau jasa yang ditawarkan serta pada akhirnya mempengaruhi kepuasan konsumen.¹⁸

¹⁷ Anwar Arifin Andipate, *Paradigma Baru Public Relations: teori, Strategi, Dan Riset*, (Depok: Rajawali Pers, 2020), hlm. 151-152

¹⁸ Hatane Samuel and Julian Wibisono, *Brand Image, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya*, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13, 2019, hlm. 28.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa image (citra) merupakan sebuah pandangan atau gambaran, rasa, kesan, perasaan atau presepsi seseorang terhadap suatu produk atau jasa, organisasi, lembaga, atau suatu objek lainnya.

Dengan definisi tersendiri dari kata *brand* dan *image*, jika kata tersebut digabung menjadi satu kata yaitu *brand image* maka menghasilkan sebuah pengertian yang lebih speksifik atau lebih terperinci. Menurut Kotler (2016) mendefinisikan *brand image* sebagai suatu keyakinan, kesan, dan ide yang dimiliki oleh konsumen akan suatu merek dari objek tertentu. Citra merek juga merupakan suatu presepsi yang berkaitan dengan pikiran manusia tentang sutau objek atau merek tertentu. *Brand image can be defined as a perception about brand as reflected by the brand association held in consumer memory*, yang artinya *brand image* merupakan suatu presepsi tentang duatu merek yang terbentuk dari dalam benak konsumen.¹⁹

Sementara itu, Setiadi (2003) mendefinisikan *brand image* sebagai representasi dari keseluruhan presepsi terhadap suatu merek dan terbentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut, citra pada suatu merek berhubungan

¹⁹ Chalil, Dahlawy Rifyal, dkk, *BRAND, ISLAMIC BRANDING, &REBRANDING: Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. (Depok: Rajawali Pers, 2020) hlm 88

dengan sikap yang berupa keyakinan dan prasangka terhadap suatu merek.²⁰

Sedangkan menurut Ming Lee (2011) mendefinisikan brand image sebagai “*brand image comprises a consumer’s knowledge and beliefs about the brand’s diverse products and its non-product attribute.*”²¹ Maksud dari penjelas tersebut adalah brand image terdiri dari sekumpulan pengetahuan serta keyakinan dari konsumen mengenai merek produk yang beragam beserta dengan ke-ciri khas-an dari produk tersebut.

Dapat disimpulkan dari beberapa pengertian dari para ahli diatas bahwa *brand image* adalah suatu pandangan atau prespektif, penilaian yang tidak secara actual melainkan secara abstrak yang tertanam di dalam pikiran seseorang terhadap suatu merek atau produk yang terbentuk dari kesan dan pengalaman masa lalu dari seseorang secara individual maupun kelompok terhadap suatu merek atau produk tertentu.

Dalam budaya barat, *brand image* dapat menjadi seperti manusia yang memiliki karakteristik yang unik, sedangkan dalam budaya kolektivitas Asia, *brand image* dipresentasikan sebagai suatu kuliatas dan kepercayaan terhadap suatu perusahaan atau

²⁰ D Bunga Andriani M, *Faktor Pembentuk Brand Loyalty : Peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust, Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2 (2018), hlm 157.

²¹ Hsiang-Ming Lee, Ching-Chi Lee, dkk, “*Brand image strategy affects brand equity after M&A*”, *European Journal of Marketing*, Vol. 45, 2011, hlm 1093

organisasi.²² *Brand image* dapat didefinisikan sebagai suatu kepercayaan konsumen terhadap merek barang atau jasa yang memepkuat suatu komitmen merek dan meningkatkan suatu gambaran yang baik, positif dan sesuai dengan selera konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan.

Brand image terbentuk dari kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, sebab pelanggan yang puas akan kembali membeli atau menggunakan produk tersebut, serta akan menambah calon pembeli lainnya.²³ Pada lembaga pendidikan citra terbentuk dari bagaimana lembaga tersebut melaksanakan keggiatan operasionalnya yang mempunyai landasan pada segi layanan. Citra tersebutuk berdasarkan pandangan dan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu, sehingga membangun sikap mental.²⁴ Seorang alumni atau masyarakat sekitar dari suatu lembaga pendidikan yang merasa puas dengan pelayanan atau memandang baik pelayanan yang ada dalam lembaga pendidikan tersebut dapat menyarankan lembaga

²² Agustinus Dwi Kristianto and Triyono Arief Wahyudi, *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga pada Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*, (*Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2.2, 2019), hlm 117–26.

²³ Faishal Fanany and Hening Widi Oetomo, *Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan*, (*Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, volume 4.1, 2015), hlm 4.

²⁴ Fahrurrozi, *Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus pada Sekolah Dasar Islam Hidayatullah dan Madrasah Ibtida'iyah Terpadu Nurul Islam Kota Semarang*, (*Jurnal Pemikiran, Riser, dan Pengembangan Pendidikan Islam*, vol. 7, no. 2, 2012), hlm 213

pendidikan tersebut kepada masyarakat lain untuk mendaftarkan putra-putrinya ke sekolah tersebut, maka dari itu suatu lembaga pendidikan harus menciptakan image yang baik dan positif di masyarakat dengan begitu masyarakat dapat menimbangakan untuk mendaftarkan putra putrinya ke sekolah tersebut atau tidak.

b. Faktor Pembentuk *Brand Image*

Menurut Schiffman dan Kanuk mengemukakan beberapa factor pembentuk *brand image* antara lain:

- 1) Kualitas atau mutu yang ditawarkan produsen kepada *brand* tertentu, yakni berkaitan dengan kualitas suatu produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen
- 2) Mempunyai kegunaan dan manfaat, yakni fungsi dari suatu produk atau jasa yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
- 3) Pelayanan, yakni melayani dengan baik dan ramah kepada konsumen atau pengguna layanan pendidikan.
- 4) Resiko, yakni untung dan rugi yang dialami oleh konsumen setelah menggunakan atau memilih lembaga pendidikan.
- 5) Harga, berkaitan dengan tinggi rendahnya biaya pendidikan yang akan dikeluarkan oleh konsumen selama menempuh pendidikan.²⁵

²⁵ L.G. Schiffman & L.L. Kanuk, *Consumer Behavior*, 7th Edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1997, hlm. 185.

Kelima faktor tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya, karena dalam membentuk suatu *brand image* dibutuhkan pihak-pihak yang mendukung, kelima factor tersebut yang akan menjadi pertimbangan konsumen nanti ketika akan memilih suatu produk, jasa ataupun lembaga pendidikan.

Adapun pendapat lain dari Alma (2013) yang menjelaskan fakto-faktor yang menimbulkan suatu image pada lembaga pendidikan sebagai berikut:

1) Tenaga Pendidik

Tenaga pendidikan sangat mempengaruhi suatu layanan yang baik pada lembaga pendidikan, maka dengan itu suatu lembaga pendidikan harus memiliki tenaga pendidik yang kompeten dan professional dalam bidangnya.

2) Perpustakaan

Perpustakaan merupakan unsur penting dalam pengembangan ilmu serta pengembangan lembaga pendidikan.

3) Teknologi Pendidikan

Alat bantu berupa teknologi pendidikan sangat penting bagi pengembangan proses belajar mengajar pada lembaga pendidikan.

4) Biro Konsultan

Di dalam lembaga pendidikan memerlukan biro konsultan untuk menangani berbagai hal yang bersangkutan dengan masyarakat. Sehingga dengan adanya biro konsultan menjadi penghubung antara lembaga pendidikan dengan masyarakat.

5) Kegiatan Olahraga

Kegiatan olahraga pada lembaga pendidikan dapat menjadi salah satu cara menarik minat siswa bersekolah di lembaga pendidikan tersebut dengan memberikan beasiswa kepada anak-anak yang berbakat pada bidang olahraga.

6) Kegiatan Kesenian dan Ekstrakurikuler

Melalui kegiatan kesenian, lembaga pendidikan dapat memperoleh keuntungan promosi yang luar biasa ketika mereka melakukan pementasan diacara-acara yang resmi, begitu juga pada ekstrakurikuler pada lembaga pendidikan dapat ikutserta pada perlombaan-perlombaan diberbagai tingkat.

7) Kegiatan Keagamaan

Adanya bangunan fisik keagamaan serta kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilaksanakan di dalam lembaga pendidikan.

8) Kunjungan orang tua

Dengan adanya kunjungan orang tua ke lembaga pendidikan, orang tua dapat menyaksikan secara langsung proses pembelajaran, sarana prasarana, tenaga pendidik dan kependidikan serta dapat berinteraksi dengan warga sekolah secara langsung.

9) Bantuan Pendidikan

Bantuan pendidikan berupa bantuan untuk melanjutkan pendidikan kejenjang berikutnya. Dengan adanya fasilitas bantuan tersebut, tentunya akan mempermudah para alumni dalam mencapai cita-citanya.

10) Penerbitan

Penerbitan berupa jurnal, bulletin, majalah, humor, atau sketsa dapat dipakai sebagai sarana belajar menulis bagi siswa-siwa yang berbakat.

11) Alumni

Dengan adanya persatuan alumni, alumni dapat saling mengadakan tukar informasi mengenai lembaga pendidikan, serta menggunakannya sebagai jalur peningkatan nama baik lembaga pendidikan.²⁶

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat dijelaskan bahwa dalam membentuk sebuah citra merek harus memperhatikan beberapa factor-faktor pembentuk yang dapat mempengaruhi

²⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 377-382.

sebuah citra merek yang mana ketika membuat suatu produk atau jasa dapat menjelaskan apa keunggulan dari produk atau jasa tersebut dengan baik dan apa ciri khas atau keunikan berbeda dari produk tersebut dibandingkan produk lainnya, selain itu juga suatu produk atau jasa dapat menyampaikan informasi yang dapat membangun imajinasi atau gambaran yang kuat terhadap produk atau jasa dalam ingatan konsumen.

c. Jenis-Jenis Citra

Citra lembaga pendidikan merupakan kesan atau persepsi seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya terhadap gambaran fakta atau kenyataan suatu lembaga pendidikan, sehingga peran humas harus menjadikan orang lain untuk mampu memahami informasi yang disampaikan demi menjaga citra atau reputasi lembaga pendidikan. Berkaitan dengan citra lembaga pendidikan, terdapat beberapa jenis citra sebagaimana berikut ini:

1) Citra Bayangan (*mirror image*)

Citra bayangan merupakan yang melekat pada anggota-anggota organisasi atau lembaga pendidikan tentang pandangan pihak luar terhadap organisasi atau lembaga pendidikan. Dalam hal ini orang-orang dalam organisasi atau lembaga pendidikan akan membayangkan hal-hal yang hebat tentang organisasi tau lembaga pendidikannya, dikarenakan tidak memadainya informasi, pengetahuan, maupun pemahaman yang dimiliki oleh

mereka mengenai pendapat atau pandangan dari pihak-pihak luar.

2) Citra yang berlaku (*current image*)

Citra yang berlaku adalah citra atau pandangan yang terbentuk dari pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi atau lembaga. Citra yang berlaku tidak selamanya sesuai dengan kenyataan dikarenakan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dari pihak luar.

3) Citra Majemuk (*Multiple Image*)

Citra majemuk adalah berbagai image atau pandangan yang dirasakan oleh masyarakat terhadap suatu merek, misalnya konsumen suatu madrasah merasa puas terhadap sebgaiain layanan yang ada dimadrasah, akan tetapi terdapat rasa kurang puas pada sector layanan lain yang ada di madrasah tersebut sehingga kekurangan tersebut perlu diperbaiki.²⁷

Citra dapat dibentuk dengan sengaja oleh lembaga pendidika sesuai dengan apa yang diinginkan, akan tetapi penilaian akhir dari suatu citra lembaga pendidikan adalah sesuai dengan pengalaman yang didapatkan oleh para pengguna layanan lembaga pendidikan tersebut.

²⁷ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 212.

d. Citra Merek (*Brand Image*) dalam Prespektif Islam

Merek dalam pandangan Islam adalah nama baik atau identitas baik yang dimiliki oleh seseorang atau suatu perusahaan dan dalam membangun merek menjadi nama yang baik serta dapat dipercaya oleh konsumen harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tidak boleh bertentangan dengan ketentuan prinsip Islam, seperti contohnya citra yang baik yang dimiliki Nabi Muhammad SAW yang dijuluki gelar Al-Amin artinya seseorang yang dipercaya. Untuk itu suatu perusahaan atau organisasi harus membangun citra merek yang baik sehingga tercipta persepsi terpercaya dari konsumen. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan patokan untuk menarik konsumen dalam membeli produk atau jasanya. Ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang citra merek adalah Q.S Asy-Syua'ara ayat 181-183, sebagai berikut:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
الْمُسْتَقِيمِ (182) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ (183)

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan (Q.S Asy-Syua'ara: 181-183)

Dari ayat al-Qur'an diatas dijelaskan bahwa etika menjaga kepercayaan konsumen pada suatu merek adalah sikap jujur atau tidak melakukan manipulasi yang menyebabkan kerugian dan

ketidakpuasan dari konsumen. Karena jika melakukan hal tersebut akan menyebabkan kehilangan kepercayaan dari konsumen sehingga mereka enggan untuk membeli produk atau jasa yang dimiliki suatu perusahaan atau organisasi.

Citra merek harus memiliki sikap jujur dalam melakukan *branding*. Dengan terciptanya nama baik akan menunjukkan identitas dan kualitas yang positif. Oleh karena itu, kejujuran akan kondisi suatu barang atau jasa tersebut, harus sesuai dengan keadaan dan perlu dijelaskan mengenai kelemahan dan kelebihan yang dimilikinya. Dengan kata lain suatu perusahaan harus bisa bertanggungjawab terhadap merek produk atau jasa yang dimilikinya.

3. Konsep Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya saing terdiri dari dua kata yaitu daya dan saing. Daya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak.²⁸ Sedangkan kata saing memiliki arti berlomba, dahulu mendahului.²⁹ Didalam bahasa inggris daya saing memiliki arti *competitiveness*. Menurut Porter (2004) mendefinisikan “*Competition is at the core of the success or failure of firms. Competition determines the appropriateness of a firm’s activities that can contribute to its performance, such as*

²⁸ Tim penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta, 2008, hlm. 325

²⁹ *Ibid.*, hlm.1234

innovations, a cohesive culture, or good implementation.”³⁰

Maksudnya adalah persaingan merupakan inti dari keberhasilan ataupun kegagalan dari suatu perusahaan. Persaingan menentukan kesuaian perusahaan terhadap budaya ataupun kinerja yang baik. Sumihardjo (2002) menjelaskan “kata daya dalam kalimat daya saing memiliki makna mencapai lebih dari yang lain, atau berbeda dari yang lain dari segi mutu, ataupun memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing berarti kekuatan untuk berusaha menjadi lebih unggul dari yang lain dalam hal tertentu baik yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun institusi.”³¹

Sedangkan menurut Zuhail (2010) mendefinisikan daya saing sebagai gambaran bagaimana sebuah organisasi dan SDM-nya mengendalikan kekuatan kompetensi yang dimilikinya dengan terpadu sehingga memperoleh keuntungan, sementara Thoha (2014) menjelaskan bahwa daya saing merupakan sebuah cara dengan melibatkan seluruh aspek dalam organisasi untuk memperoleh keuntungan serta memenangkan kompetisi.³²

Daya saing merupakan kemampuan berkompetisi untuk meningkatkan kualitas seseorang ataupun sebuah lembaga yang melakukannya. Dalam daya saing ada beberapa hal yang menjadi

³⁰ Michael E. Porter, *COMPETITIVE ADVANTAGE: Creating and Sustaining Superior Performance*, (The Free Press, New York, 2004), hlm. 1

³¹ Tumar Sumihardjo, *Daya Saing Daerah Konsep dan Pengukurannya di Indonesia*, (Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta, 2022), hlm.8

³² I Putu Ayub Darmawan and Sutriyono Sutriyono, ‘Strategi Bersaing untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah Tinggi Teologia di Ungaran’, *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3.2 (2016), hlm. 164

focus utama yaitu: keterampilan, kekuatan, pengetahuan, dan sebagainya melalui strategi untuk meningkatkan kualitas dengan mencapai suatu tolak ukur tertentu, selera serta kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur, dan dengan hal tersebut dapat menarik minat serta perhatian pasar atau masyarakat.³³

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2017 tentang Standar Proses, menyatakan bahwa: daya saing merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat, atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud tersebut diperjelas Sumihardjo, yang mengemukakan bahwa daya saing tersebut meliputi:³⁴

- 1) Kemampuan memperkokoh posisi pasar, yaitu suatu strategi untuk menempatkan (memposisikan) produk dalam benak konsumen. Tujuan dari positioning adalah agar produk tersebut sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
- 2) Kemampuan menghubungkan dengan lingkungan, yaitu lingkungan disekitar organisasi yang baik akan berimbas pada produktivitas organisasi. Mempunyai hubungan yang baik dengan konsumen pastinya akan menciptakan jalur

³³ Maya Wiyatiningsih, *Peningkatan Mutu Untuk Meningkatkan Daya Saing Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Swasta Miftahul Huda Sukolilo Jabung Kabupaten Malang*, (Malang: Tesis UIN Maulana Malik Ibrahim, 2017), hlm. 17

³⁴ Tumar Sumihardjo, *Daya Saing Daerah Konsep Dan Pengukurannya Di Indonesia*, (Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta, 2022), hlm. 11

komunikasi yang baik. Sehingga, nantinya organisasi bisa berjalan dengan lancar dan tujuan organisasi pun akan tercapai.

- 3) Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, yaitu meningkatkan dan atau mengembangkan kinerja staf organisasi atau lembaga tanpa henti agar dapat bersaing dan tidak tertinggal dengan organisasi ataupun lembaga lainnya.

Kemampuan-kemampuan tersebut dapat diterapkan pada sebuah produk, jasa, organisasi maupun suatu lembaga. Dengan adanya ketiga kemampuan tersebut sebuah organisasi maupun lembaga tertentu dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dengan organisasi maupun lembaga lainnya.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa daya saing merupakan sebuah cara, kekuatan, ataupun kemampuan untuk menjadikan suatu hal tertentu menjadi lebih baik, lebih unggul, lebih bermakna daripada hal lainnya, dengan cara memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada disekitar. Sedangkan dalam sebuah lembaga pendidikan, daya saing merupakan kemampuan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan untuk menarik konsumen yaitu para peserta didik, sehingga produk atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan tersebut laku dan diminati oleh masyarakat serta para pihak yang mempunyai kepentingan dalam bidang pendidikan.

Persaingan dalam dunia pendidikan semakin ketat, bisa dilihat dari banyaknya jumlah lembaga pendidikan yang dari tahun ke tahun semakin meningkat, hal tersebut yang menimbulkan adanya sebuah persaingan. Persaingan yang terjadi antar lembaga pendidikan memberikan peluang bagi suatu lembaga pendidikan untuk terus mengembangkan diri atau meningkatkan kualitas yang ada pada lembaga pendidikan tersebut. Dalam saya saing lembaga pendidikan diperlukan adanya sebuah keterampilan, kekuatan serta pengetahuan untuk melkuakan sebuah persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya. Dengan begitu lembaga pendidikan dapat menarik minat calon peserta didik baru, taupun orang tua siswa untuk bersekolah dan menyekolahkan anak mereka pada lembaga pendidikan tersebut.

b. Daya Saing dalam Prespektif Islam

Daya saing dalam Islam dijelaskan melalui penerapan prinsip *fastabiul khairat* yakni berlomba-lomba dalam kebaikan, hal ini sebagaimana yang diperintahkan Allah SWT dalam surah al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ إِنَّ مَآ
تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ
قَدِيرٌ ﴿البقرة : ١٤٨﴾

Dan bagi setiap umat mempunyai kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (Q.S Al-Baqarah: 148)

Fastabiqul khairat tidak hanya menjadi kekuatan penggerak (*driving force*) akan tetapi juga menjadi kekuatan magnetic (*magnetic force*). Artinya perbuatan baik bukan hanya sekedar menggerakkan orang tetapi juga menjadi kekuatan magnet yang dapat menyedot perhatian orang banyak.³⁵

Daya saing pendidikan tidak dimaksudkan untuk menghancurkan atau mematikan lembaga-lembaga pendidikan sebagaimana militer menghancurkan lawanya dalam peperangan atau tidak juga seperti para pebisnis yang menggunakan strategi bersaing untuk melumpuhkan pesaingnya agar mereka mendapatkan keuntungan yang besar. Peningkatan daya saing pendidikan dimaksudkan agar sekolah atau lembaga pendidikan dapat mempersiapkan masa depan peserta didiknya agar nantinya mereka adapat hidup di zaman yang berbeda dengan zaman ketika mereka menuntun ilmu.

³⁵ Dedy Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: Remaja Rsdakarya, 2015), hlm. 230.

Dapat dijelaskan bahwa daya saing merupakan kemampuan atau kekuatan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan untuk berusaha menjadi yang lebih unggul dalam hal tertentu guna untuk menghadapi persaingan. Tujuan dari sanya daya saing adalah untuk dapat mempersiapkan masa depan siswa-siswinya agar dapat hidup di zaman yang berbeda dengan zaman ketika mereka menuntut ilmu.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing

Ham dan Haydun menyebutkan terdapat tiga factor yang memiliki pengaruh terhadap daya saing lembaga pendidikan yaitu:

1) Service quality (Kualitas layanan)

Kualitas layanan yang baik dalam lembaga pendidikan dapat membuat pelanggan merasa bahwa kendala yang dialami pelanggan dapat terpecahkan dengan adanya layanan yang baik dalam lembaga pendidikan tersebut. Dengan adanya layanan yang baik dan responsif menjadikan lembaga tersebut dipandang baik oleh pelanggan.

2) Customer satisfaction (kepuasan Pelanggan)

Kepuasan pelanggan berkaitan juga dengan kualitas pelayanan karena ketika suatu lembaga pendidikan melakukan pelayanan yang baik dan responsif maka kepuasan pelanggan akan terjamin

3) Behavior intentions (Kesadaran Diri)

Kesadaran diri dalam hal ini dapat dimaksudkan bahwa suatu lembaga pendidikan harus melihat apakah layanan yang diberikan kepada pelanggan sudah menjadi pelanggan tersebut puas ataukah belum. Dengan kesadaran diri ini lembaga pendidikan dapat meningkatkan mutu dan kualitas layanan merupakan kesadaran diri yang mampu meningkatkan daya saing lembaga pendidikan tersebut.³⁶

Jika ketiga factor tersebut diaplikasikan kedalam dunia pendidikan, maka fasilitas yang tersedia di sekolah, mutu pendidikan, profesionalisme tenaga pendidik dan kependidikan serta kepala sekolah, perhatian kepada pelanggan pendidikan dapat memengaruhi kepuasan pelayanan. Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh lembaga pendidikan dengan begitu pelanggan akan merasa nyaman, dihargai, dan mendapat perhatian lebih. Hal yang perlu diperhatikan ketika membangun daya saing adalah kemampuan sekolah menganalisis lingkungan internal serta eksternal lembaga pendidikan sehingga mampu membuat rancangan strategis untuk menanggapi tujuan yang diinginkan.

d. Sekolah Unggul Berdaya Saing

Lembaga pendidikan unggul adalah lembaga pendidikan yang terlahir dari suatu keinginan untuk memiliki sekolah yang

³⁶ Bukhori Alma, Op. Cit, 99

berprestasi baik di tingkat nasional maupun dunia dalam penguasaan ilmu penerahuan dengan ditunjang oleh akhlakul karimah.³⁷ Madrasah yang unggul perlu beberapa aspek penunjang, seperti input yang unggul, guru yang profesional, sarana yang memadai, kurikulum inovatif, ruang kelas yang representatif sehingga dapat tercipta pembelajaran yang efektif yang akan menghasilkan output yang unggul serta berkualitas.

Dalam mewujudkan sekolah yang unggul, dikembakan pula kelas unggulan, yaitu kelas yang diisi oleh sejumlah siswa yang memiliki prestasi menonjol. Pengelompokan ini dimaksudkan agar dapat membina siswa dalam mengembangkan kecerdasan, kemampuan, keterampilan seoptimal mungkin, sehingga memiliki pengetahuan, keterampilan dan yang yang terbaik.³⁸

Sekolah yang unggul memiliki ciri-ciri yang mencakup beberapa indicator sebagai berikut:

- 1) Prestasi akademik dan non akademik
- 2) Sarana dan prasarana serta layanan yang lengkap
- 3) Sistem pembelajaran lebih baik
- 4) Waktu pembelajaran lebih panjang
- 5) Melakukan seleksi ketat ketika pendaftaran

³⁷ Departemen Agama RI, *Desain Pengembangan Madrasah, Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam*, Jakarta, 2004, hlm. 41.

³⁸ Ibrahim Bafadal, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar: dari Sentralisasi Menuju Desentralisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 28

6) Mendapatkan animo yang besar dari masyarakat.³⁹

Sekolah yang berdaya saing belum berarti menjadi sekolah unggulan, akan tetapi sekolah yang unggul akan memiliki daya saing. Karena daya saing yang dimiliki sekolah tidak muncul begitu saja, melainkan daya saing akan muncul ketika sekolah mempunyai kekuatan yang dapat dijadikan sarana untuk bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

4. Strategi Brand Image Lembaga Pendidikan

Di dalam merumuskan suatu strategi yang tepat, membutuhkan langkah-langkah yang tepat serta juga dapat dipertanggungjawabkan. Berikut susunan langkah-langkah strategi bersaing⁴⁰:

- a. Membangun secara jelas *brand personality* agar sesuai karakteristik konsumen. *Brand personality* dibangun dengan memperhatikan karakteristik konsumen yang ada, sehingga nantinya akan menarik perhatian konsumen di pasaran baik secara fisik maupun emosional. Pembentukan brand personality pada sebuah brand akan mendorong konsumen untuk memberikan tanggapan dengan perasaan dan emosi terhadap brand tersebut, sehingga adanya ikatan emosi dapat membuat konsumen merasa lebih dekat dengan merek produk

³⁹ Madyo Ekosusilo, *Sekolah Unggul Berbasis Nilai*, (Sukoharjo: Bantara Press, 2003), hlm. 45

⁴⁰ Erna ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 167-168

tersebut. Terdapat lima dimensi *brand personality* yang merupakan suatu kerangka untuk menggambarkan serta mengukur kepribadian merek, yaitu⁴¹ :

- 1) Ketulusan (*sincerity*) dimensi ini menunjukkan sifat manusia yang tulus, jika diaplikasikan pada merek, dimensi ini mencerminkan bagaimana merek benar-benar menunjukkan konsistensi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.
 - 2) Kegembiraan (*excitement*), pada pengaplikasian dimensi ini terhadap merek yaitu bagaimana merek memberikan kesenangan pada pemakainnya.
 - 3) Kecakapan (*competence*), dimensi ini menunjukkan bahwa sebuah merek mempunyai kemampuan untuk menunjukkan keberadaannya atau eksistensinya di pasar.
 - 4) Kecanggihan (*sopshistication*), dimensi ini mengacu pada bagaimana suatu merek memberikan nilai bagi pemakainnya.
 - 5) Ketangguhan (*ruggedness*), dimensi ini menunjjukan bagaimana suatu merek mampu bertahan di tengah persaingan dengan merek lainnya.
- b. Madrasah mengupayakan agar tercipta presepsi positif di masyarakat bahwa merek yang ditawarkan sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini oleh konsumen dalam keputusan

⁴¹ Chalil, Op. Cit, hlm. 83

pembeliannya melalui komunikasi. Penawaran suatu merek dikakukan secara komunikatif agar merek tersebut menciptakan presepsi positif pada benak konsumen. Dalam menciptakan suatu persepsi pada masyarakat dapat dilakukan melalui beberapa strategi, Keith Butterick mengemukakan terdapat empat macam strategi, yaitu⁴²:

1) Strategi Korporasi

Strategi ini berkaitan dengan keseluruhan tujuan serta ruang lingkup suatu organisasi dan bagaimana organisasi akan menambahkan nilai pada bagian-bagian dari unit pada organisasi untuk melihat arah pertumbuhan pada setiap bagian dari unit. Strategi korporasi membahas tentang pilihan rencana strategis, pengalokasian sumber daya yang ada pada organisasi. Strategi korporasi bagi lembaga pendidikan dimana kegiatan saling berkaitan dan memberikan kekuatan pada kegiatan lain dengan melakukan koordinasi antar personalia.

2) Strategi fungsional

Strategi fungsional merupakan strategi yang berorientasi pada operasional. Focus utama pada strategi fungsional adalah mengalokasikan secara

⁴² Keith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik* (PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2012), hlm. 153

efektif dan mengkoordinasikan sumber daya serta kegiatan-kegiatan yang ada pada organisasi.

3) Strategi Enterprise

Strategi ini berkaitan dengan respon masyarakat, pada strategi ini relasi antar organisasi dan masyarakat sangat diperhatikan. Interaksi antara organisasi dengan masyarakat dilakukan agar dapat memperlihatkan bahwa organisasi bersungguh-sungguh dalam bekerja dan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

Brand yang kuat serta mapan menjadikan sebuah strategi untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Persaingan dalam dunia pendidikan merupakan suatu hal yang biasa terjadi. Sebab dengan adanya persaingan, akan menjadikan sekolah-sekolah bersemangat untuk menunjukkan segala keunggulannya. Untuk menghadapi persaingan tersebut, maka dibutuhkan suatu strategi terbaik untuk memenangkannya.

Pemilihan atau perumusan strategi tidak serta merta dapat dilakukan secara sepihak, hal utama yang harus diperhatikan dalam memilih strategi adalah analisis lingkungan internal serta eksternal, sebab pemilihan strategi tanpa adanya analisis lingkungan akan mengalami kegagalan. Dibutuhkan ketepatan dalam menenpatkan unsur-unsur penting dalam strategi sehingga tujuan yang akan dicapai dapat terwujud.

Mulyasa menyebutkan bahwa strategi yang berorientasi pada persaingan merupakan persiapan yang dilakukan dengan cara melakukan persaingan terbuka. Strategi ini dilakukan ketika semua komponen yang ada pada sekolah sudah dianggap kuat. Tetapi bila komponen yang ada tidak cukup kuat, maka penerapan strategi menjadi buruk untuk sekolah.⁴³

B. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengadopsi dari beberapa penelitian terdahulu yang pernah ada sebelumnya di mana pada penelitian terdahulu juga membahas tema yang hampir sama yaitu tentang membangun citra atau brand image. Beberapa penelitian tersebut yaitu:

1. Atika Kheirini Selsy, (2018) dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di KB TK Lintang Harapan”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah. Adapun hasil dari penelitian ini adalah KB TK Lintang Harapan memiliki beberapa strategi dalam melakukan pemasaran sekolah yaitu: 1) menentukan pasar sasaran sekolah, 2) strategi penentuan posisi pasar persaingan, 3) strategi bauran pemasaran, berupa penawaran beberapa produk unggulan sekolah.⁴⁴ Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan

⁴³ Dedy Mulyasa, Op. Cit, hlm. 235

⁴⁴ Atika Kheirini Selsy, ‘*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Kb Tk Lintang Harapan*’ (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

peneliti lakukan, dimana peneliti saat ini berfokus pada strategi membangun brand dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

2. Yulia Rukmana (2016) dengan judul “Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)”. Penelitian ini membahas beberapa permasalahan meliputi: 1) langkah-langkah strategi sekolah membangun brand image dalam meningkatkan daya saing sekolah. Adapun hasilnya yaitu 1) akreditasi kelembagaan, 2) ISO: menggunakan PDCA secara berkesinambungan, 3) tingkah laku siswa, 4) prestasi, 5) kualitas lulusan, 6) kegiatan unggulan sekolah, 7) hubungan alumni. Permasalahan yang kedua yaitu: 2) dampak pembentukan brand image dalam meningkatkan daya saing sekolah, adpu hasilnya yaitu: a) kualitas layanan guru dan karyawan lebih baik, b) minat masuk masyarakat meningkat, c) siswa memiliki akhlak yang baik, d) kepercayaan masyarakat yang tinggi, e) tawaran beasiswa ke luar negeri, f) banyak lembaga pendidikan yang melakukan studi banding.⁴⁵ Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada objek penelitian yang akan dilakukan di Madrasah Tsanawiyah.

⁴⁵ Yulia Rukmana, ‘*Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)*’ (Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016).

3. Iqdha Khanifah (2018) dengan judul “Strategi Brand Image Pondok Pesantren Langitan Widang Tuban”. Penelitian ini membahas bagaimana brand image di pondok pesantren langitan widang Tuban serta apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam mempertahankan brand image. Adapun hasilnya yaitu bahwa pondok pesantren langitan widang Tuban memiliki beberapa brand image dengan dibuktikan bahwa masyarakat luas telah mengenal dan mengetahui mutu dari pondok pesantren langitan widang Tuban ini, serta faktor pendukung dan penghambat dari mempertahankan brand image di pondok pesantren langitan widang Tuban ini yaitu mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat, sedangkan faktor penghambatnya yaitu adanya perkembangan zaman yang semakin modern saat ini banyak sekolah islam terpadu, banyak madrasah, pesantren dan juga dari perspektif orang tua siswa tentang perbandingan antara pondok pesantren dahulu serta modern.⁴⁶ Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, dimana peneliti saat ini berfokus pada strategi membangun brand dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

⁴⁶ Iqdha Khanifah, ‘*Strategi Brand Image Pondok Pesantren Langitan Widang Tuban*’ (Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018).

C. Kerangka Berfikir

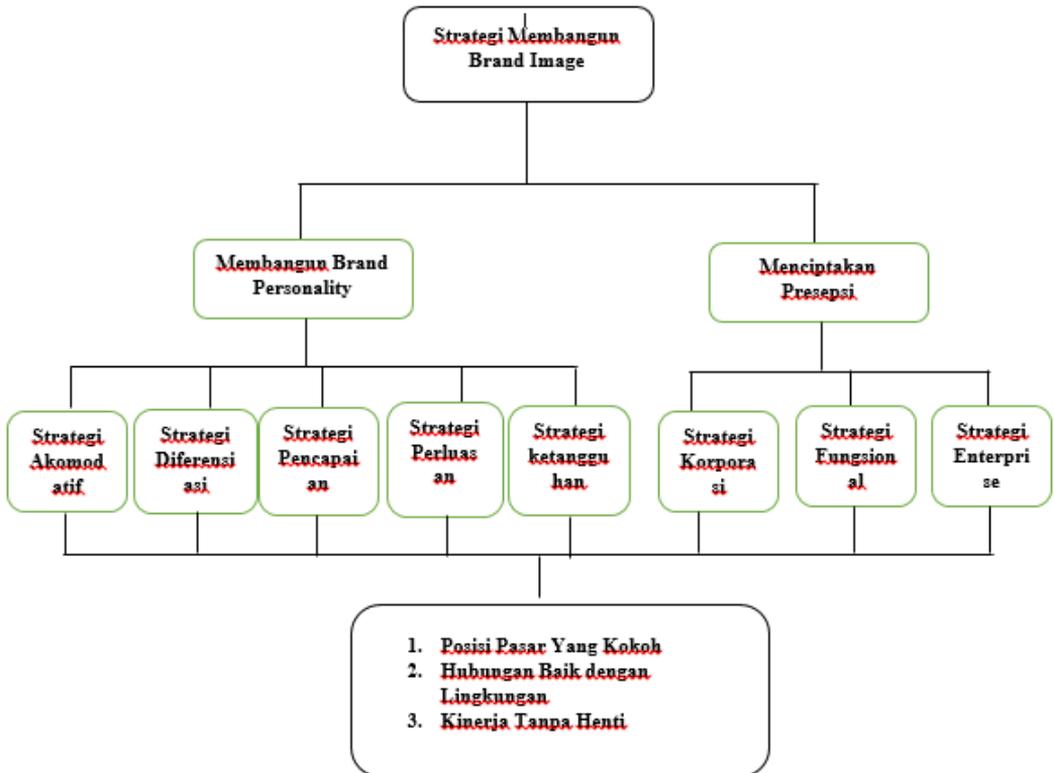
Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi lembaga pendidikan dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing, kerangka inilah yang nantinya akan menjadi kerangka utama pada penelitian ini. Dalam penelitian ini membahas bagaimana strategi dari suatu lembaga pendidikan dalam membangun citra pada sekolah, karena citra positif menjadi salah satu faktor penunjang persaingan lembaga pendidikan saat ini. Perlu diketahui bahwa lembaga pendidikan yang memiliki citra positif di kalangan masyarakat akan menjadi lembaga pendidikan yang paling diminati oleh masyarakat tersebut.

Dalam membangun citra yang positif pada lembaga pendidikan tidaklah mudah, perlu adanya strategi yang tepat. Perumusan strategi yang tepat dalam lembaga pendidikan untuk memenangkan persaingan dengan lembaga pendidikan. Dalam merumuskan strategi yang tepat dibutuhkan langkah-langkah perumusan strategi yang tepat serta juga dapat dipertanggungjawabkan, langkah-langkah tersebut adalah 1) membangun secara jelas *brand personality* madrasah, 2) madrasah mengupayakan agar tercipta persepsi yang sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini konsumen. Dengan menerapkan langkah-langkah yang tepat serta dapat dipertanggungjawabkan maka akan tercipta suatu strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan lembaga pendidikan.

Berdasarkan kerangka teori yang telah disampaikan, peneliti mengasumsikan bahwa perumusan strategi *brand image* yang tepat akan menghasilkan suatu citra yang akan tertanam dalam benak masyarakat

serta akan membuat sekolah menjadi sekolah unggul yang berdaya saing. Adanya kerangka berfikir ini diharapkan dapat membantu peneliti ketika melakukan survey lapangan ke tempat penelitian sesuai dengan kerangka berfikir ini. Kerangka berfikir menjadi acuan untuk bagaimana hasil yang diinginkan kedepannya dalam melakukan kegiatan penelitian secara langsung.

BAGAN KERANGKA BERFIKIR



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian lapangan yang dilakukan dalam kancah yang sebenarnya.⁴⁷ Menurut Hadari Nawawi penelitian lapangan (field research) adalah penelitian yang dilakukan dilingkungan masyarakat tertentu, baik di lembaga-lembaga ataupun organisasi kemasyarakatan maupu lembaga pemerintahan.⁴⁸ Jenis penelitian ini digunakan oleh peneliti dengan maksud untuk memperoleh informasi mengenai Strategi Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong.

Adapun pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan gambaran mengenai suatu situasi atau kejadian-kejadian, factual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki dengan mencari informasi factual, justifikasi keadaan, membuat evaluasi sehingga diperoleh gambaran yang jelas.⁴⁹ Peneletian deskriptis ini berusaha ubntuk mendeskripsikan serta menginterprestasikan apa yang ada (mengenai kondisi atau

⁴⁷ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Maju, 1996), hlm. 32.

⁴⁸ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998, Cet. Ke- VIII), hlm. 31

⁴⁹ Marzuki, *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial, Ekonisia*, (Yogyakarta: Kampus Fakultas Ekonomi, UII, 2005, Cet.Ke.I)

hubungan yang ada, proses yang sedang berlangsung, akibat serta efektifitas yang berlangsung).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Tempat yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah di MTs Tarbiyatul Banin Pati yang terletak di jalan Pucakwangi-Winong Km 01, Desa Pekalongan, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati. Peneliti melakukan penelitian di tempat ini dikarenakan MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati merupakan madrasah swasta yang memiliki suatu ciri khas yaitu madrasah kepesantrenan serta minat masyarakat dalam menyekolahkan anaknya di MTs Tarbiyatul Banin ini bisa dibilang banyak. Untuk itu peneliti tertarik dalam melakukan penelitian di MTs Tarbiyatul Banin mengenai Strategi membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

2. Waktu

Waktu penelitian ini dilakukan dalam dua tahap. Tahap yang pertama adalah pengambilan data melalui wawancara dengan Kepala Madrasah dan Waka Humas, pengumpulan data, dan dokumen-dokumen foto serta data pendukung lainnya. Tahap kedua adalah pengambilan data melalui wawancara dengan wali murid dan masyarakat umum. Tahap pertama dilaksanakan pada tanggal 28-29 Oktober 2022. Sedangkan tahap kedua dilaksanakan pada tanggal 16-17 November 2022.

C. Sumber Data

Pada penelitian ini sumber data digolongkan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenalkan alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari⁵⁰ data yang diperoleh adalah dari hasil wawancara dengan Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku Kepala Madrasah, Alfu Hikmah, S.Ag selaku waka humas, wali murid dan masyarakat sekitar yang diinterpretasikan dalam analisa penafsiran oleh peneliti di MTs Tarbiyatu Banin Pati.
2. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.⁵¹ Sumber data sekunder membantu peneliti untuk memperkuat informasi yang telah diperoleh, data ini berupa dokumen-dokumen sekolah yang berupa sejarah, visi, misi, letak geografis, serta data yang berkaitan dengan strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Pati.

⁵⁰ Saefudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001) hlm. 91

⁵¹ Ibid

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan hal yang akan diteliti pada kegiatan penelitian ini untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas, maka dalam sebuah penelitian harus ada focus penelitian yang dijadikan kajian dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti lebih menekankan pada strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya daing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati. Hal ini dikarenakan saat ini terdapat lebih dari 3 sekolah atau madrasah berada di wilayah kecamatan Winong, oleh karena itu dibutuhkan strategi khusus dalam membangun *brand image* agar madrasah dapat bersaing dengan sekolah atau madrasah lainnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data.⁵² Pengambilan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode peneltian. Adapun metode-metode yang digubnakan pada penelitian ini meliputi:

1. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena social dengan gejala

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm. 308

psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁵³ Metode observasi ini bermaksud untuk mengumpulkan fakta dengan mengumpulkan pernyataan-pernyataan yang berupa deskripsi, penggambaran dan kenyataan yang menjadi perhatian.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis observasi non partisipasi dikarenakan dalam penelitian ini peneliti tidak ikut serta langsung dalam proses kegiatan membangun brand image. Dengan observasi ini peneliti juga bisa mendapatkan informasi yang tidak diungkapkan dalam wawancara

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dari metode observasi di MTs Tarbiyatul Banin pada tanggal 5-12 November 2022 yaitu mengamati kegiatan unggulan siswa, observasi lokasi sekolah, mengamati kelayakan sarana dan prasarana sekolah.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara (*interview*) yaitu proses memperoleh informasi untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antrara pewawancara dengan responden, dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).⁵⁴ Metode ini digunakan untuk menggali data utama terkait focus penelitian. Data utama yang dimaksud dalam pnelitian ini adalah mengenai strategi membangun brand

⁵³ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm. 63

⁵⁴ M. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 234

image lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati. Adapun pihak yang akan diwawancara adalah kepala madrasah, waka humas, wali murid dan masyarakat umum. Sebelum melakukan wawancara penulis telah menyusun pertanyaan-pertanyaan.

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan Bapak Yusuf Hayim S.Ag, M.S.I sebagai Kepala Madrasah, Ibu Alfu Hikmah S.Ag sebagai Waka Humas Madrasah, Ibu Eni, Ibu Likah, Ibu Eeng sebagai wali murid, Ibu Alfi, Bapak Arifin, Ibu Sayu sebagai masyarakat umum. Berikut data wawancara sebagai berikut:

- a. Wawancara kepada Kepala Madrasah MTs Tarbiyatul Banin Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I. pada tanggal 28 Oktober 2022 tentang:
 - 1) Pelayanan aspirasi, kritik dan saran yang diterima di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati
 - 2) Program unggulan
 - 3) Ciri khas sekolah
 - 4) Prestasi sekolah
 - 5) Cara sekolah mensosialisasikan berbagai kegiatan yang diselenggarakan
 - 6) Kualitas lulusan
 - 7) Sikap dalam menanggapi persaingan lembaga pendidikan
 - 8) Kerjasama antar sekolah

- 9) Kerjasama dengan organisasi
 - 10) Kinerja dan kompetensi guru
 - 11) Hubungan sekolah dengan masyarakat sekitar
- b. Wawancara kepada Waka Humas Mts Tarbiyatul Banin Ibu Alfu Hikmah S.Ag, pada tanggal 29 Oktober 2022, tentan:
- 1) Pelayanan aspirasi, kritik dan saran dari masyarakat yang diterima MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati
 - 2) Program unggulan
 - 3) Ciri khas sekolah
 - 4) Prestasi sekolah
 - 5) Cara sekolah dalam mensosialisasikan berbagai kegiatan yang diselenggarakan
 - 6) Kualitas lulusan
 - 7) Sikap dalam menghadapi persaingan lembaga pendidikan
 - 8) Kerjasama antar sekolah
 - 9) Kerjasama dengan organisasi
 - 10) Kinerja dan kompetensi guru
 - 11) Hubungan sekolah dengan masyarakat sekitar
- c. Wawancara dengan wali murid MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati. Pada tanggal 16 November 2022, tentang:
- 1) Alasan menyekolahkan di MTs Tarbiyatul Banin
 - 2) Kepuasan terhadap pelayanan guru dan karyawan
 - 3) Kepuasan terhadap penanganan masukan dan keluhan
 - 4) Kepuasan wali murid terhadap fasilitas sekolah

- 5) Lokasi sekolah
 - 6) Pendapat wali murid tentang slogan sekolah “madrasah kepesantrenan”
- d. Wawancara dengan masyarakat umum di sekitar MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati pada tanggal 17 November 2022, tentang:
- 1) Image sekolah di masyarakat
 - 2) Slogan “madrasah kepesantrenan”
 - 3) Pandangan masyarakat terhadap kegiatan sekolah
 - 4) Pandangan masyarakat terhadap lokasi sekolah
3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.⁵⁵ Studi dokumen dalam penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menemukan bukti fisik yang disampaikan informan pada saat di wawancarai, pengumpulan melalui dokumen bisa berupa alat rekam dan rekaman saat wawancara. Dokumen ini bertujuan untuk memperoleh data mengenai strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin.

⁵⁵ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 158

Dokumen yang menunjang dalam penelitian ini seperti foto, rekaman, dokumen tulisan dan lain sebagainya yang berkaitan dengan strategi membangun brand image lembaga pendidikan yang bertujuan untuk mempermudah analisis penelitian ini. Dalam penelitian inidokumen yang didapatkan dari MTs Tarbiyatul Banin adalah sejarah sekolah, profil sekolah, visi dan misi sekolah, daftar pendidikan dan kependidikan, struktur organisasi, prestasi siswa, media social sekolah, data sarana dan prasarana sekolah, foto brosur. Data tersebut didapatkan dari arsip atau data sekolah dan hasil observasi yang peneliti temukan.

F. Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi yang mana teknik ini yaitu membandingkan data yang telah diperoleh dari satu sumber kepada sumber yang lain agar tercapai keabsahan data.⁵⁶ Uji triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sumber data yang lain untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap sumber data.

Uji keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan pendapat

⁵⁶ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Data Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 105

dan pandangan orang, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.⁵⁷ Dalam uji keabsahan data ini menggunakan triangulasi data dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

Triangulasi data pada penelitian ini, peneliti gunakan sebagai pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dalam pelaksanaannya, peneliti akan melakukan pengecekan data berasal dari wawancara dengan kepala sekolah, waka humas, siswa, dan orang tua siswa di MTs Tarbiyatul Banin Pati. Data wawancara tersebut nantinya akan peneliti cek dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan selama masa penelitian. Kemudian metode ini digunakan untuk mengeksplorasi kata-kata secara factual untuk mengetahui strategi brand image apa yang digunakan sekolah untuk meningkatkan daya saing dengan mengacu pada teori yang relevan.

G. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengatur secara sistematis bahan hasil wawancara maupun observasi untuk menjelaskan dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan baru dalam penelitian.⁵⁸ Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, emjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan

⁵⁷ Ibid, hlm. 330-331

⁵⁸ Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), hlm. 121-122

membuat kesimpulan. Adapun teknik analisis data yang dilakukan yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses memilih dan memfokuskan perhatian dalam melakukan penyederhanaan dan transformasi data kasar yang tercipta dari catatan tertulis di lapangan. Proses dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung sampai tersusun rapih sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan dapat memudahkan peneliti dalam menulisi data selanjutnya.

Data yang penting dalam penelitian ini adalah strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati. Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing tersebut sangat penting karena data tersebut dibutuhkan oleh peneliti.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah proses pengumpulan data atau informasi secara tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Pada penelitian kualitatif penyajian data biasanya dalam bentuk narasi singkat, selain itu bisa juga berupa matriks, grafik, networks, dan chart. Penyajian data dalam penelitian ini

dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari data yang telah didapatkan, kemudian disusun secara sistematis dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana namun selektif.

Dalam hal ini, penyajian data yang dimaksud untuk memilih kebutuhan dari peneliti mengenai strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati.

3. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Setelah dilakukan reduksi data dan penyajian data selanjutnya peneliti melakukan penarikan kesimpulan. Data yang telah direduksi dan disajikan kemudian diverifikasi untuk mendapatkan bukti-bukti yang kuat untuk menentukan data akhir dari seluruh tahapan analisis sehingga mendapatkan kesimpulan yang valid dan kredibel. Dari kesimpulan tersebut yang akan menjawab tentang strategi brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di Mts Tarbiyatul Banin Winong Pati.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Data Umum

a. Sejarah Berdirinya MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

Jam'iyah Nahdlatul Ulama dibentuk pada tanggal 31 Januari 1926 di Surabaya, tokoh pendirinya yang masyhur dikalangan pesantren adalah K.H Abdul Wahab Habullah- Jombah dan Rois Suriyah pada saat itu adalah K.H Hasyim Asy'ari menjadikan pengaruh perkembangan yang sangat pesat di berbagai pondok pesantren saat itu sampai ke penjuru Nusantara. Salah satu yang dapat dilihat hingga saat ini antara lain di daerah Kabupaten Pati. Pada saat itu terdapat seorang kyai atau seorang ulama yang tinggal di Winong tepatnya di desa Pekalongan. Beliau pernah menimba ilmu bersama K.H Abdul Wahab Hasbullah di Kota Mekkah dan bermukim haji dalam kurun waktu 7 tahun, beliau adalah K.H Islamil Bin Zaenal Abidin. Ketika pulang ke Tanah Air bersama dengan kerabatnya, beliau mendirikan sebuah langgar pondok yang sederhana untuk mngeaji dan wadah bagi warga disana secara privat dalam mendalami Syariat Islam yang benar. Perkembangan Pondok Pesantren yang terkenal pesat perkembangannya di Kabupaten Pati saat itu adalah pondok pesantren yang berada di desa Kajen Kecamatan Margoyoso Pati, karena mendapat pengaruh yang besar dari K.H Ahmad Mutamakkin dan terkenal sebagai seorang

Waliyullah serta dikembangkan oleh beberapa generasi penerus beliau yang tentunya memiliki ilmu yang tidak sedikit.

Kemudian pada tahun 1943 K.H Jauhar bin H. Umar melakukan negosiasi kepada pemerintah Jepang yang saat itu menjajah Indonesia dengan cara memberanikan diri menghadap Bupati Pati pada saat itu, yaitu Sche Cho Kang dan Bupati Rembang Sche Cho Kang untuk meminta agar madrasah Matholi'ul Falah yang berada di desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati yang telah ditutup kegiatan operasionalnya dapat dibuka kembali dengan mempertimbangkan berbagai alasan logis. Akhirnya pemerintah Jepang lewat perwakilan Bupati Pati saat itu mengizinkan untuk kembali dibuka melalui beberapa perjanjian dan syarat-syarat tertentu yaitu: 1) Harus tunduk pada pemerintah Jepang, 2) Sanggup mengikuti upacara Jepang, 3) Tidak boleh bergerak di bidang politik, 4) Bersedia mengenakan seragam militer Jepang dan melepaskan diri dari ikatan kepengurusan pondok pesantren yang ada di Kajen.

Dengan perjuangan berjalan kaki dari kota Pati menuju desa Pekalongan, Winong, K.H Jauhar memberikan kabar tersebut kepada K.H Ismail. Kemudian setelah mendapatkan kabar tersebut dilaksanakanlah musyawarah dengan berbagai pihak termasuk para tokoh yang ada di desa pekalongan dan dengan mempertimbangkan kelangsungan pendidikan khususnya pendidikan yang ada di Madrasag akhirnya syarat-syarat tersebut diterima dan perjanjian pun disetujui. Madrasah pun kembali dibuka dan diizinkan untuk

melaksanakan operasionalnya lagi dalam bidang pendidikan. Dari kegiatan tersebut madrasah yang semula diberi nama Matholi'ul Falah Pekalongan diganti nama menjadi Madrasah Tarbiyatul Banin yang memiliki arti pendidikan bagi anak-anak yang belum mengenal politik.

b. Profil Madrasah

Lembaga Pendidikan Madrasah Tarbiyatul Banin Winong Pati merupakan lembaga pendidikan swasta yang terdiri dari 4 jenjang pendidikan yang berada dalam satu lingkungan, meliputi: RA Tarbiyatul Banin, MI Tarbiyatul Banin, MTs Tarbiyatul Banin, MA Tarbiyatul Banin. Adapun lokasi MTs Tarbiyatul Banin terletak di jalan Winong-Pucakwangi KM. 01 Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati, Provinsi Jawa Tengah dengan kode pos 59181.

Keadaan di dalam lingkup Madrasah tarbiyatul Banin memiliki karakteristik sebagai madrasah yang menjunjung tinggi nilai-nilai Agama Islam. Hal tersebut berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwa materi pembelajaran di MTs Tarbiyatul Banin terdapat muatan local kepesantrenan, sikap serta sifat setiap siswa sesuai dengan syariat agama Islam. Selain itu keadaan siswa di MTs Tarbiyatul Banin mempunyai latar belakang yang berbeda-beda, seperti memiliki latar belakang pendidikan yang berasal dari MI Tarbiyatul Banin ataupun dari SD disekitar desa Pekalongan. Keadaan masyarakat disekitar Madrasah Tarbiyatul Banin memiliki keadaan lingkungan yang baik, karena berada dekat dengan pusat-

pusat pendidikan. selain itu, desa Pekalongan sendiri merupakan desa yang memiliki julukan desa pendidikan karena terdapat lebih dari 3 lembaga sekolah atau madrasah yang ada di desa Pekalongan.

c. Visi, Misi MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

Berdasarkan tujuan pendidikan tingkat satuan pendidikan yang mengacu pada tujuan pendidikan nasional, pendidikan dasar memiliki tujuan meletakkan dasar kecerdasan pengetahuan, kepribadian akhlak mulia dan berketerampilan untuk dapat hidup mandiri serta meningkatkan pendidikan lebih lanjut, maka MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati memiliki visi, misi dan tujuan, yaitu:

Visi MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

“Terwujudnya lulusan yang terdepan dalam ilmu dan terpuji dalam laku”

Misi MTa Tarbiyatul Banin Winong Pati

- 1) Menyelenggarakan proses belajar mengajar yang efektif secara modern dan salaf
- 2) Meningkatkan penghayatan dan pengalaman ajaran / syariat agama Islam ala ahli sunnah wal jama'ah sebagai dasar kebijakan berfikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari
- 3) Membina, menanamkan dan penghayatan serta pengalaman sikap perilaku akhlakul karimah
- 4) Membekali dan menyiapkan siswa memiliki keterampilan untuk siap terjun dalam masyarakat sesuai dengan tingkatan usia siswa

- 5) Menyelenggarakan kegiatan ekstrakurikuler sesuai dengan bakat dan minat masing-masing.

d. Sarana Prasarana

Sarana prasarana atau fasilitas yang terdapat di sekolah atau madrasah baik yang bersifat fisik maupun non fisik sangat dibutuhkan dalam proses pembelajaran. Sarana prasarana tersebut tidak dapat berdiri sendiri, melainkan satu sama lain harus saling menunjang. Dalam meningkatkan kualitas pendidikan dibutuhkan berbagai fasilitas yang mendukung, seperti bangunan dan gedung, ataupun sarana dan prasarana pendidikan yang lain, sehingga pendidikan dapat berlangsung dengan efektif.

Berikut sarana prasarana pendukung serta penunjang pelaksanaan kegiatan pembelajaran yang terdapat di MTs Tarbiyatul Banin antara lain, Bangunan Gedung, Ruang Koperasi, 21 ruang kelas, 10 kamar mandi peserta didik dan guru, 1 ruang kepala madrasah, 1 ruang guru, 1 ruang BK, 1 ruang TU, Laboratorium Komputer, Unit Kesehatan Siswa (UKS), Ruang serba guna, Mushola, auditorium, halaman sekolah, tempat parkir dan pagar sekolah.

2. Deskripsi Data Khusus

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab 1 bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati dan untuk mengetahui implikasi dari

strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati. Pada bab 2 penulis menganalisis tentang pokok pembahasan yaitu tentang teori strategi membangun brand image. Pembahasan temuan penelitian yang telah dilakukan berdasarkan focus penelitian dan teori yang terkait dengan strategi membangun brand image yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati yaitu:

a. Strategi Membangun Brand Image Yang Dilakukan Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

Berdasarkan hasil observasi serta wawancara yang telah dilakukan peneliti dalam penelitian di MTs Tarbiyatul Banin Winong di Kabupaten Pati, untuk membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan terdapat beberapa strategi yang disiapkan oleh kepala sekolah dan waka humas.

Brand image adalah suatu pandangan atau prespektif, penilaian yang terbentuk dan tertanam didalam pikiran seseorang terhadap suatu merek atau produk yang terbentuk dari kesan dan pengalaman masa lalu dari seseorang baik secara individual maupun kelompok terhadap suatu merek ataupun produk tertentu.

Strategi membangun brand image adalah cara yang dilakukan dan dirumuskan oleh suatu lembaga atau perusahaan jasa ataupun produk untuk menanamkan kesan atau gambaran baik terhadap

suatu jasa atau produk kepada masyarakat, agar masyarakat dapat tertarik dengan produk atau jasa yang telah ditawarkan.

Strategi membangun brand image yang dilakukan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati berjalan dari tahun 2020 sampai dengan saat ini yang dirumuskan oleh Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku kepala madrasah periode 2020-Sekarang, serta dibantu oleh Ibu Alfu Hikmah, S.Ag selaku waka humas MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati.

Berikut adalah hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan peneliti tentang strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong:

1) Strategi Akomodatif

Strategi Akomodatif yang dilakukan oleh MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati adalah dalam bentuk menerima aspirasi serta kritik dan saran yang datang dari masyarakat. Aspirasi adalah bentuk keinginan yang disampaikan masyarakat kepada suatu lembaga atau organisasi dengan harapan akan adanya perubahan yang lebih baik terhadap lembaga atau organisasi tersebut. Dalam menanggapi aspirasi dari masyarakat MTs Tarbiyatul Banin merespon dengan sangat baik, hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku Kepala Madrasah, yaitu:

“Aspirasi dalam artian untuk pengembangan madrasah ya, Alhamdulillah kita termasuk madrasah yang mengikuri manajemen berbasis masyarakat, sehingga masyarakat

harus terlibat dalam segala keputusan. Jadi aspirasi yang datang nantinya akan dirapatkan dan akan diputuskan bersama dan hasilnya akan disosialisasikan kepada baik masyarakat sekitar ataupun wali murid”⁵⁹

Berdasarkan uraian yang disampaikan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku Kepala Madrasah diperkuat oleh Ibu Alfu Hikmah, S.Ag selaku Waka Humas yaitu:

“Ya memang biasanya ada beberapa aspirasi yang masuk baik dari masyarakat ataupun dari wali murid. Aspirasi tersebut kita tamping dan nantinya akan dirapatkan bersama untuk menghasilkan hasil yang lebih baik, setelah itu nanti disampaikan kepada yang terkait.”⁶⁰

Selain aspirasi dari masyarakat terdapat juga kritik dan saran yang datang dari masyarakat. Kritik dan saran yang baik akan membantu suatu lembaga atau organisasi untuk menjadi lebih baik lagi. Begitu pula dengan MTs Tarbiyatul Banin Winong yang menerima dengan baik saran dan masukan yang disampaikan ke madrasah, seperti yang dijelaskan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I, selaku kepala madrasah yaitu:

“Selama ini kita terbuka untuk menerima saran dan masukan baik dari wali murid yang disampaikan melalui media komunikasi grup-grup WA wali murid yang langsung disampaikan kepada wali kelas ataupun masyarakat yang datang langsung ke madrasah untuk menyampaikan saran dan masukan, jadi selama ini kita selalu menindak lanjuti

⁵⁹ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

⁶⁰ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

masukan-masukan yang konstruktif yang baik untuk kemajuan madrasah.”⁶¹

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, selaku Waka Humas, sebagai berikut:

“Saran dan kritik pasti selalu ada, karena masukan-masukan tersebut yang membuat kita menjadi lebih baik lagi. Masukan-masukan yang datang dari berbagai pihak akan selalu ditindak lanjuti dengan baik dan diputuskan bersama-sama demi kemajuan madrasah.”⁶²

Berdasarkan pernyataan dari Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I, serta Ibu Alfu Hikmah S.Ag, mengenai sikap MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati dalam menerima aspirasi serta kritik dan saran yang datang baik dari wali murid ataupun masyarakat, Ibu Eeng menyampaikan pendapatnya sebagai berikut:

“Kalau aspirasi serta masukan-masukan terhadap MTs Tarbiyatul Banin tersampaikan dengan sangat baik, bisa menyampaikannya itu melalui berbagai media, seperti biasanya saya menyampaikannya itu langsung ke wali murid melalui media WA grup wali murid, selain itu juga bisa lewat kotak kritik saran yang ada di depan ruang TU itu.”⁶³

⁶¹ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

⁶² Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

⁶³ Hasil wawancara dengan Ibu Eeng selaku wali murid, pada tanggal 15 Desember 2022

Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama kepala madrasah, waka humas, serta salah satu wali murid memperlihatkan bahwa MTs Tarbiyatul Banin menindak lanjuti serta menerima dengan baik aspirasi dan masukan-masukan yang datang demi kemajuan madrasah.

2) Strategi Diferensiasi

Setiap sekolah memiliki suatu perbedaan dengan sekolah lain baik dari programnya taupun dari kescirikan dari sekolah tersebut. Strategi diferensiasi yang dimaksudkan MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati ini adalah program unggulan serta ke-ciri-khas-an dari madrasah yang menjadi pembeda dengan sekolah atau madrasah lain. Setiap sekolah atau madrasah tentunya memiliki program unggulannya masing-masing. Begitu juga dengan MTs Tarbiyatul Banin yang mempunyai program unggulannya tersendiri yaitu ada tiga, program unggulan *tahfidzul qur'an*, program unggulan sains dan program unggulan kepesantrenan.⁶⁴ Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Madrasah Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I., sebagai berikut:

“Jadi di MTs Tarbiyatul Banin membuka program klasifikasi unggulan bakat dan minat dibidang tahfidzul qur'an baik boarding maupun non-boarding, kedua itu program unggulan bakat dan minat siswa dibidang sains yang dikembangkan dari mereka yang berlatar belakang sekolah-sekolah dasar yang unggul dalam bidang sains. Ketiga ada berbasis keunggulan pada keunggulan local

⁶⁴ Hasil observasi kelas pada tanggal 28 Oktober 2022

kepesantrenan yang mana terdapat muatan local kepesantrenan dan ini dikembangkan menjadi kelas unggulan kepesantrenan.”⁶⁵

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, selaku Waka Humas yaitu sebagai berikut:

“Di MTs Tarbiyatul ini terdapat tiga program unggulan, yang pertama program unggulan tahfidzul Qur’an baik kelas boarding ataupun non-boarding, yang kedua ada program kelas unggulan sains, yang ketiga program kelas unggulan kepesantrenan. Yang mana program kelas unggulan tersebut diisi oleh siswa sesuai dengan bakat dan minat dari siswa di kelas tersebut.”⁶⁶



Gambar 4.1 Kelas Unggulan Tahfidzul Qur’an

Selain memiliki program unggulan Setiap sekolah atau madrasah pastilah mempunyai suatu karakteristik atau

⁶⁵ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

⁶⁶ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

kekhasan tersendiri dari suatu madrasah, begitu juga MTs Tarbiyatul Banin yang memiliki suatu ciri khas tersendiri yang membedakan dengan sekolah lainnya. Hal itu disampaikan oleh Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I, sebagai berikut:

“Yang membedakan MTs Tarbiyatul Banin dengan sekolah lain adalah ke-khasan kita, jadi mungkin di madrasah lain jarang ada yang membuka langsung penjurusan model kelas seperti kita, di MTs Tarbiyatul Banin langsung berwujud menjadi program penjurusan kelas, sehingga ketika siswa-siswi masuk di MTs Tarbiyatul Banin langsung memilih penjurusan kelas sesuai bakat dan minat yang dimilikinya.”⁶⁷

Masih dengan pertanyaan yang sama yang diajukan kepada Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, selaku Waka Humas yaitu dengan jawaban:

“Perbedaan MTs Tarbiyatul Banin dengan sekolah lain itu bisa dilihat dari program kelasnya, di MTs Tarbiyatul Banin ini terdapat kelas local kepesantrenan yang mana kelas tersebut terbentuk karena masukan dari masyarakat, selain itu juga di MTs Tarbiyatul Banin ini juga terdapat muatan local kepesantrenan yang terdiri dari pembelajaran kitab-kitab kuning.”⁶⁸

Berdasarkan dengan pernyataan dari Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I, serta Ibu Alfu Hikmah, S.Ag mengenai program

⁶⁷ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

⁶⁸ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

unggulan serta ciri khas yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin, Ibu Eeng menyampaikan pendapatnya sebagai berikut:

“Serpertinya kalau program unggulan itu ada tiga, program tahfidz, sains, sama kepesantrenan. Untuk ciri khas Menurut saya itu ciri khas yang membedakan dengan madrasah lain itu Mts Tarbiyatul Banin ini lebih menonjol ilmu agamanya, dengan adanya program tahfid dan kelas kepesantrenannya itu.”⁶⁹

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa MTs Tarbiyatul Banin ini memiliki perbedaan dengan sekolah lain yaitu MTs Tarbiyatul Banin mempunyai ke-khasan tersendiri yaitu terdapat program kelas unggulan yang nantinya siswa langsung memilih penjurusan kelas sesuai dengan bakat dan minatnya, selain itu juga MTs Tarbiyatul Banin memiliki program kelas unggulan kepesantrenan dan juga terdapat muatan local kepesantrenan yang berwujud pembelajaran kitab kuning.

3) Strategi Pencapaian

Strategi pencapaian yang dimaksudkan adalah pencapaian-pencapaian yang telah diraih oleh MTs Tarbiyatul Banin seperti prestasi siswa serta guru dan juga kualitas lulusan yang dilahirkan dari MTs Tarbiyatul Banin. Prestasi didapatkan melalui berbagai perlombaan baik perlombaan akademik maupun non-akademik.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Eeng pada tanggal 15 Desember 2022

Dalam bidang akademik prestasi siswa mendapatkan kejuaran diberbagai tingkat baik tingkat kecamatan, kabupaten, nasional bahkan internasional.⁷⁰ Prestasi siswa tersebut didapatkan melalui keikutsertaan dalam olimpiade-olimpiade. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku kepala madrasah sebagai berikut:

“Alhamdulillah kita telah banyak melahirkan prestasi-prestasi, baik ditingkat kabupaten, tingkat nasional, bahkan tingkat internasional pun pernah kita dapatkan. Dan juga kita mendapatkan prestasi dari olimpiade-olimpiade yang diikuti oleh siswa.”⁷¹

Pernyataan ini juga disampaikan Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, selaku Waka Humas MTs Tarbiyatul Banin, sebagai berikut:

“Alhamdulillah MTs Tarbiyatul Banin ini walaupun madrasah swasta tapi prestasinya tidak diragukan baik prestasi dibidang akademik maupun non akademik yang didapatkan melalui perlombaan-perlombaan atau olimpiade-olimpiade, terkahir kemarin mencetak beberapa prestasi dibidang non-akademik dari keikutsertaan dalam perlomba PORSEMA (Pekan Olahraga dan Seni Ma’arif) yang diselenggarakan Ma’arif NU Cab. Pati.”⁷²

Berdasarkan pernyataan yang telah disampaikan oleh kepala sekolah serta waka humas, Ibu Eeng menyampaikan

⁷⁰ Hasil dokumentasi prestasi siswa pada tanggal 28 Oktober 2022

⁷¹ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

⁷² Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

pendapatnya mengenai prestasi yang diraih oleh Mts Tarbiyatul Banin, sebagai berikut:

“Pasti banyak prestasi yang diraih diberbagai tingkat. prestasi dari Mts Tarbiyatul Banin ini tidak diragukan lagi, seperti contohnya putra saya yang Alhamdulillah dididik serta dikutsertakan dalam perlombaan dan meraih juara pada olimpiade sains tingkat kabupaten, selain itu juga masih banyak prestasi lain yang telah diraih siswa-siswi sini.”⁷³

Selain prestasi yang telah diraih siswa-siswi MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati dalam strategi pencapaian ini terdapat kualitas lulusan. Kualitas lulusan sekolah menjadi salah satu yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam menyekolahkan anaknya. MTs Tarbiyatul Banin memiliki kualitas lulusan yang baik dan dapat bersaing. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I, selaku kepala madrasah, sebagai berikut:

“Alhamdulillah untuk output kita semakin lebih baik di 3 tahun terakhir ini, lulusan di MTs Tarbiyatul Banin banyak yang diterima di madrasah-madrasah ataupun sekolah-sekolah favorit, serta terdapat alumni-alumni yang berhasil sampai kedunia pekerjaan ketika lulus baik di ASN, perusahaan, dan bidang lain, jadi dari sisi kelulusan kita Alhamdulillah meningkat kualitasnya.”⁷⁴

Hal ini senada dengan yang dipaparkan oleh Ibu Alfu Himkah, S.Ag, selaku Waka Humas, sebagai berikut:

⁷³ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Eeng pada tanggal 15 Desember 2022

⁷⁴ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

“Alhamdulillah selama ini lulusan dari MTs Tarbiyatul Banin kualitasnya tidak diragukan, banyak yang diterima di sekolah-sekolah favorit di kota Pati, ada juga yang diterima di madrasah-madrasah favorit bahkan diterima di madrasah favorit diluar kota Pati juga ada.”⁷⁵

Berdasarkan pernyataan yang telah disampaikan oleh kepala sekolah serta waka humas, Ibu Eeng menyampaikan pendapatnya mengenai kualitas lulusan dari MTs Tarbiyatul Banin, sebagai berikut:

“Kualitas lulusan dari Mts Tarbiyatul Banin ini Inshaallah tidak diragukan lagi, banyak lulusan yang sukses masuk ke sekolah favorit, karena ada beberapa tetangga saya yang lulus dari Mts Tarbiyatul Banin ini diterima di sekolah favorit di Pati maupun Kudus.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa prestasi siswa serta kualitas lulusan dari MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati tidak diragukan lagi yang membuktikan bahwa sekolah swasta dengan muatan local kepesantrenan yang mengajarkan pendidikan agama dan kitab kuning ternyata mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya.

4) Strategi Perluasan

Dalam mensosialisasikan kegiatan-kegiatan yang berlangsung di sekolah atau madrasah baik kegiatan akademik dan non-akademik dapat membantu masyarakat luas untuk memperoleh informasi tentang suatu sekolah atau madrasah

⁷⁵ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

tersebut. MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati mensosialisasikan kegiatan melalui berbagai media sosial seperti *facebook*, *instagram*, ataupun web resmi madrasah⁷⁶. Hal itu sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku Kepala Madrasah sebagai berikut:

“Dalam mensosialisasikan kegiatan-kegiatan yang berlangsung di madrasah ini menggunakan berbagai media yaitu media sosial berbagai kegiatan siswa seperti PERSAMI (Perkemahan Sabtu Minggu), kegiatan Maulid Nabi, Kegiatan Upacara Hari Santri dan kegiatan-kegiatan lainnya, dan melalui media sosial ini juga kita menunjukkan prestasi-prestasi yang telah diraih siswa, madrasah, serta guru-guru.”⁷⁷



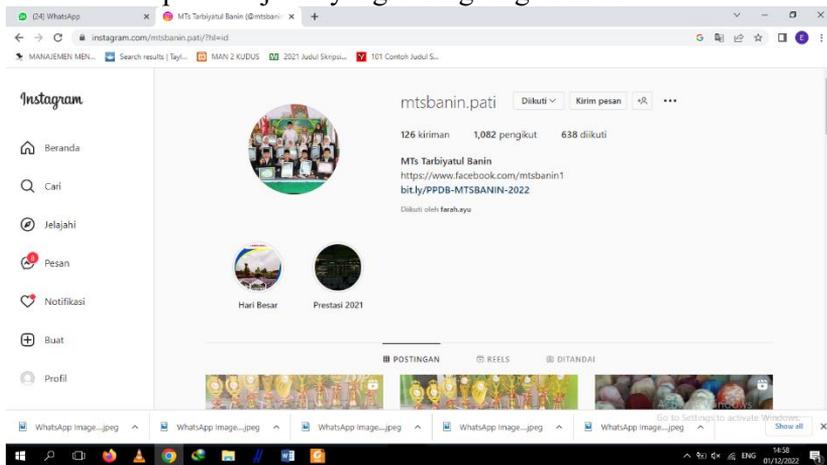
Gambar 4.3 Hari Santri Nasional

⁷⁶ Hasil observasi media sosial pada tanggal 28 Oktober 2022

⁷⁷ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

Pernyataan ini juga disampaikan oleh Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, selaku Waka Humas Mts Tarbiyatul Banin, yaitu sebagai berikut:

“Madrasah kita selalu membagikan berbagai kegiatan-kegiatan sekolah, kita membagikan momen tersebut di laman-laman media sosial resmi MTs Tarbiyatul Banin baik di *facebook* maupun *instagram*. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat mengetahui kegiatan apa saja yang ada di MTs Tarbiyatul Banin ini selain kegiatan pembelajaran yang berlangsung di kelas.”⁷⁸



Gambar 4.4 Media sosial resmi MTs Tarbiyatul Banin

Dalam hal sosialisasi kegiatan sekolah bisa diakses oleh masyarakat luas. Dalam hal ini Ibu Eeng menyampaikan pendapatnya sebagai berikut:

⁷⁸ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

“Biasanya kegiatan-kegiatan sekolah itu saya lihat di postingan facebook nya MTs Tarbiyatul Banin sering muncul di beranda itu.”⁷⁹

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di MTs Tarbiyaul Banin menunjukkan kegiatan-kegiatan yang berlangsung di madrasah ini dibagikan melalui media sosial resmi seperti facebook dan instagram MTs Tarbiyatul Banin.

5) Strategi Ketangguhan

Persaingan dalam dunia pendidikan bukanlah hal yang baru. Setiap madrasah tentunya akan memiliki berbagai pandangan tersendiri untuk menghadapi persaingan antar sekolah. Berikut pernyataan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I dalam menyikapi persaingan antar lembaga pendidikan, yaitu:

“Menurut saya, persaingan antar lembaga pendidikan itu sekarang bukan oada bagaimana sekolah rebutan murid, akan tetapi menurut saya justru persaingan kita saat ini adalah bagaimana meningkatkan kualitas atau mutu pendidikan, kalau madrasah atau sekolah itu bermutu insyaallah masyarakat akan percaya dengan kita.”⁸⁰

Masih dengan pertanyaan yang sama Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, menyampaikan pendapatnya sebagai berikut:

“Dalam dunia pendidikan, persaingan adalah hal yang wajar. Hal itu tergantung pada kita, bagaimana kita menyikapi persaingan tersebut, seperti dengan

⁷⁹ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Eeng pada tanggal 15 Desember 2022

⁸⁰ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

meningkatkan kualitas pendidikan yang ada di sekolah kita. Saya merasa bahwa persaingan itu penting, karena itu dapat menjadi penambah semangat untuk menjadi lebih baik dari sekolah-sekolah yang lain.”⁸¹

Sikap dalam menghadapi persaingan dalam dunia pendidikan tentunya harus selalu dibangun, sebab hal tersebut adalah modal penting bagi suatu madrasah. Meningkatkan kualitas sekolah atau mutu pendidikan dengan terus-menerus disertai semangat yang tinggi untuk selalu berbenah menjadi suatu cara MTs Tarbiyatul Banin dalam menyikap persaingan antar lembaga pendidikan.

6) Strategi Kolaborasi

Strategi kolaborasi ini berbentuk suatu kerjasama yang dilakukan sekolah atau madrasah dengan organisasi atau instansi-instansi, ataupun suatu kerjasama antar lembaga pendidikan. Kerjasama antar lembaga pendidikan bertujuan untuk meningkatkan suatu mutu atau kualitas sekolah dengan mengambil ilmu yang didapat dari sekolah lain dengan kata lain dengan adanya kerjasama antar lembaga pendidikan ini sekolah atau madrasah dapat menambah wawasan serta dapat meningkatkan kompetensi sekolah. dalam hal ini MTs Tarbiyatul Banin menjalin kerjasama dengan beberapa madrasah yang diberi nama “madrasah sahabat” yang bertujuan

⁸¹ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

untuk meningkatkan mutu pada bidang sains.⁸² Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Ibu Alfu Hikmah, S.Ag selaku waka humas sebagai berikut:

“Kita ada kerjasama dengan sekolah dan madrasah-madrasah lain, sepengetahuan saya program dari bentuk kerjasama tersebut itu namanya ‘madrasah sahabat’ program tersebut bentuk kerjasama antar sekolah dan madrasah dalam bidang sains, kalo untuk lebih detailnya mungkin bisa ditanyakan ke pak kepala madrasah.”⁸³

Pernyataan dari waka humas tersebut selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I, selaku kepala madrasah, sebagai berikut:

“Secara khusus kita melakukan kerjasama dengan sekolah dan madrasah lain, kita memiliki program yang namanya “madrasah sahabat” itu dibidang sains yaiyu madrasah-madrasah diluar MTs tarbiyatul Banin yang ingin meningkatkan mutu dibidang sains ini melalui program “madrasah sahabat” MTs Tarbiyatul Bnin dan ini ada 7 sekolah dan madrasah yang bergabung di program ini. Itu bentuk kerjasama yang menurut saya bagus untuk pengembangan peningkatan kualitas sekolah.”⁸⁴

Selain bekerjasama dengan sekolah dan madrasah lain, ada pun kerjasama sekolah atau madrasah dengan organisasi atupun

⁸² Hasil dokumentasi kerjasama antar madrasah pada tanggal 29 Oktober 2022

⁸³ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

⁸⁴ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

instansi-instansi pemerintah. Kerjasama tersebut dilakukan untuk membantu dan membangun serta mengembangkan pendidikan di sekolah. Bentuk kerjasama MTs Tarbiyatul Banin dengan organisasi atau instansi pemerintahan disampaikan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku kepala madrasah, sebagai berikut:

“Kita memiliki kerjasama dengan stakeholder seperti pemerintahan, kaitannya dengan peminjaman fasilitas umum yang terhubung dengan pihak desa, seperti contoh kita memakai lapangan, masjid, balai desa, dan lain sebagainya. Ada pun kerjasama dengan kepolisian dalam menangani masalah keamanan siswa-siswi kita, Selain itu juga kita kerjasama dengan organisasi keagamaan yaitu Nahdlatul Ulama (NU) karena madrasah kita ini didirikan oleh ulama-ulama NU, jadi secara langsung kita juga tergabung dalam LP Ma’arif NU dan menggunakan kurikulumnya”⁸⁵

Selain menjalin kerjasama dengan pemerintahan serta kepolisian, MTs Tarbiyatul Banin Winong pati juga menjalin kerjasama dengan puskesmas desa kaitanya kerjasama dalam program pembinaan UKS dan kegiatan kesehatan lain seperti vaksinasi Covid-19.⁸⁶Sebagaimana Ibu Alfu Hikmah, S.Ag selaku waka humas, menjelaskan sebafei berikut:

“kita ada kerjasama alam bidang kesehatan itu dengan Puskesmas Winong, Alhamdulillah kerjasama ini dengan

⁸⁵ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

⁸⁶ Hasil Dokumentasi kerjasama dengan puskesmas pada tanggal 29 Oktober 2022

melalui program-program pembinaan UKS maupun kaitannya dengan program-program kesehatan lainnya seperti vaksinasi covid-19, vaksinasi DB, serta penyuluhan-penyuluhan mengenai kesehatan-kesehatan siswa-siswi kita.”⁸⁷

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa MTs Tarbiyatul Banin memiliki kerjasama dengan sekolah atau madrasah lain yang tergabung menjadi satu dengan nama “Madrasah Sahabat” terdapat 7 sekolah serta madrasah yang bergabung untuk bersama-sama meningkatkan mutu dalam bidang sains. Selain itu MTs Tarbiyatul Banin juga menjalin kerjasama dengan pemerintahan desa, kepolisian, sertas puskesmas desa, selain itu juga terdapat kerjasama dengan organisasi keagamaan.

7) Strategi Fungsional

Strategi fungsional dalam ini berkaitan dengan peningkatan kinerja serta kompetensi guru guna untuk meningkatkan kualitas sekolah atau madrasah. Kinerja serta kompetensi guru merupakan salah satu bagian penting dari suatu kualitas pendidikan yang ada di sekolah. Guru yang memiliki kiner baik dan disertai dengan kompetensi yang mumpuni menjadi salah satu faktor tercapainya keberhasilan dalam pembelajaran. Mengenai kinerja dan kompetensi guru di

⁸⁷ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

MTs Tarbiyatul Banin disampaikan oleh Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku kepala madrasah, yaitu:

“Kinerja guru ini kita lihat dari mulai proses rekrutmen sampai sah diterima menjadi guru resmi, yang memiliki kinerja bagus akan diterima untuk mengajar sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Setelah itu sewaktu-waktu juga guru itu kita izinkan untuk mengikuti diklat guna agar kinerjanya semakin meningkat, ada juga yang kita rekomendasikan untuk mengikuti PPG.”⁸⁸

Masih dengan pertanyaan yang sama, Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, menyampaikan jawabannya sebagai berikut:

“Untuk peningkatan kinerja dan kompetensi guru itu biasanya ada guru-guru yang mengikuti diklat-diklat, kita juga mempersilahkan dan mengizinkan mereka untuk mengikuti diklat, malah itu hal yang bagus untuk meningkatkan kompetensi guru-guru kita.”⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa MTs Tarbiyatul Banin dalam meningkatkan kinerja dan kompetensi guru dilakukan melalui memberi izin kepada guru-guru yang ingin mengikuti diklat dan mengikutsertakan atau merekomendasikan guru-guru yang ingin PPG untuk peningkatan profesionalitas.

⁸⁸ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

⁸⁹ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

8) Strategi Enterprise

Sekolah harus memiliki relasi atau kerjasama yang baik dengan masyarakat sekitar. Memiliki hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar akan saling membantu seperti ketika sekolah mengadakan kegiatan maka akan mendapatkan dukungan yang baik dari masyarakat sekitar. Oleh karena itu, suatu sekolah atau madrasah tidak terlepas dari hubungan dengan masyarakat sekitarnya. Seperti yang disampaikan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I, selaku kepala madrasah MTs Tarbiyatul Banin, yaitu:

“Dalam menjalin hubungan dengan masyarakat kita menggunakan prinsip bahwa madrasah ini milik masyarakat, sehingga kita harus melibatkan masyarakat dalam setiap pengambilan keputusan, oleh karena itu yang kita lakukan adalah dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat, perwakilan masyarakat untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan mengenai kegiatan-kegiatan pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin ini.”⁹⁰

Hal yang sama disampaikan oleh Ibu Alfu Hikmah, S.Ag, selaku waka humas MTs Tarbiyatul Banin, sebagai berikut:

“Hubungan antara madrasah kita dengan masyarakat sekitar baik ya, karena juga kita hidup pasti berkesinambungan jadi menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat juga perlu, karena kan kalo ada kegiatan apa tah apa pasti kita perlu bantuan dari masyarakat juga, seperti contoh kalo ada kegiatan PERSAMI, anak-anak kan pada bawa motor itu motornya

⁹⁰ Hasil wawancara dengan kepala madrasah Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I pada tanggal 28 Oktober 2022

dititipkan dirumah-rumah masyarakat sekitar madrasah yang memang lahannya kita minta izinkan untuk parkir siswa-siswi kita begitu.”⁹¹

Dari hasil wawancara yang dilakukan bahwa MTs Tarbiyatul Banin memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar serta juga saling bantu-membantu dalam berbagai hal.

b. Implikasi Brand Image terhadap Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

Suatu tindakan yang dilakukan manusia pasti akan menyebabkan efek tertentu baik untuk dirinya sendiri, orang sekitarnya, ataupun terhadap lingkungannya. Efek yang ditimbulkan tersebut sering merupakan sebuah dampak yang lazim terjadi. Kemudian dapat berupa dampak yang baik dan dampak yang buruk.

Implikasi dari strategi membangun brand image terhadap daya saing sekolah ini berdampak pada peningkatan minat masyarakat yang mendaftar di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati. Diberlakukannya strategi brand image mulai dari tahun 2019 berdampak pada tingkat siswa yang mendaftar meningkat menjadi 216 siswa dari yang sebelumnya sebanyak 166 siswa. Setelah itu pada tahun 2020 meningkat menjadi 256 siswa yang mendaftar. Pada tahun 2021 sebanyak 291 siswa yang mendaftar.⁹²

⁹¹ Hasil wawancara dengan waka humas Alfu Hikmah, S.Ag pada tanggal 29 Oktober 2022

⁹² Dokumentasi input siswa Mts Tarbiyatul Banin Winong Pati

Peningkatan jumlah siswa yang mendaftar ini menjadi salah satu bukti dari implikasi membangun brand image terhadap daya saing sekolah.

Selain peningkatan jumlah siswa adapun beberapa dampak lainnya yang dihasilkan dari strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati yakni:

1) Posisi Pasar Semakin Kokoh

Melihat dampak dari strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing yakni posisi pasar MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati ini semakin kokoh atau semakin kuat dalam kalangan masyarakat salah satunya terbukti pada citra Mts Tarbiyatul Banin Winong Pati yang semakin baik di masyarakat saat ini. Baik wali murid ataupun masyarakat umum memandang bahwa citra MTs Tarbiyatul Banin memiliki citra yang baik dikalangan masyarakat sesuai dengan hasil survey yang telah dilakukan sebagai berikut:

1.	Sangat Baik	44,8%
2.	Baik	46%
3.	Cukup Baik	6,9%
4.	Kurang Baik	2,3%

Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa 46% dari 90 responden mengatakan bahwa citra MTs Tarbiyatul Banin

baik. Diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Sayu selaku masyarakat sekitar, yaitu:

“MTs Tarbiyatul Banin ini menurut saya sangat bagus ya, siswa-siswinya berperilaku baik, selain itu juga baik guru, karyawan ataupun siswanya itu pada ramah, sopan santun ke masyarakat sini.”⁹³

Pernyataan dari Ibu Sayu tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Ibu Alfi selaku masyarakat umum, sebagai berikut:

“sebagai masyarakat umum yang berdomisili di desa Winong, menurut saya MTs Tarbiyatul Banin itu sudah cukup bagus, itu dilihat dari banyaknya kegiatan yang ada dan juga banyaknya prestasi-prestasi yang telah diraih para siswanya.”⁹⁴

Sebagai tambahan dari kedua pernyataan yang disampaikan Ibu Sayu dan Ibu Alfi sebelumnya, Ibu Eni selaku wali murid berpendapat sebagai berikut:

“Ya sangat bagus sekali, anak-anak disini dididik sangat baik sekali, terus untuk ilmu mengajinya disini diajarkan dengan baik sekali terbukti dengan anak saya kalau ngaji sekarang lebih baik dibandingkan dengan teman-temannya yang dari SMP.”⁹⁵

⁹³ Hasil wawancara wali murid Ibu Sayu pada tanggal 16 November 2022

⁹⁴ Hasil wawancara dengan masyarakat umum Ibu Alfi pada tanggal 17 November 2022

⁹⁵ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Eni pada tanggal 16 November 2022

Posisi pasar MTs Tarbiyatul Banin yang semakin kokoh di masyarakat selain citra yang baik juga semakin banyak masyarakat yang mengetahui ciri khas dari MTs Tarbiyatul Banin yaitu madrasah kepesantrenan sesuai dengan slogannya. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan slogan MTs Tarbiyatul Banin ini mendapatkan respon positif dari masyarakat sesuai dengan hasil survey berikut ini:

1.	Sangat Baik	48,3%
2.	Baik	40,2%
3.	Cukup Baik	11,5%
4.	Kurang Baik	0%

Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa 48,3% mengatakan bahwa ciri khas dari MTs Tarbiyatul Banin tersebut dianggap sangat baik. Diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Likah, selaku wali murid, sebagai berikut:

“Model atau program kepesantrenan itu kan sudah berjalan sekitar 3 atau 4 tahunan yang lalu kan ya, saya kira itu bagus, jadi anak-anak itu di pondok itu kualitas ngajinya diperhatikan, terus belajar untuk ilmu agamanya itu diperhatikan, disatu sisi lain juga tidak meninggalkan ilmu umumnya, seperti contoh anak saya yang ikut olimpiade itu tetap ada bimbingan diluar pendidikan disekolah, maksudnya di pondok

pesantrennya itu juga belajar untuk olimpiadanya tetep berlanjut.”⁹⁶

Bapak Arifin, selaku masyarakat umum, memberikan tambahan pendapatnya sebagai berikut:

“Saya kira itu bagus madrasah dengan konsep madrasah kepesantrenan, selain itu MTs Tarbiyatul Banin itu kan basisnya dulunya itu memang pesantren jadi diteruskan sampai sekarang menjadi madrasah yang memiliki pondok pesantrennya tersendiri.”⁹⁷

Dampak dari Strategi yang dilakukan MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati dalam membangun brand image memberikan dampak positif terhadap minat masyarakat dari tahun ketahun. Selain itu MTs Tarbiyatul Banin menjadi pilihan pertama wali murid dalam menyekolahkan anaknya sesuai dengan hasil survey yang telah dilakukan yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

1.	Sangat Setuju	40,2%
2.	Setuju	56,3%
3.	Tidak Setuju	2,3%
4.	Sangat Tidak Setuju	1,1%

⁹⁶ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Likah pada tanggal 16 November 2022

⁹⁷ Hasil wawancara dengan masyarakat umum Bapak Arifin pada tanggal 17 November 2022

Berdasarkan hasil survey diatas menunjukkan bahwa 56,3% setuju bahwa mereka memilih MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati menjadi pilihan pertama dalam menyekolahkan putra-putrinya. Hasil survey tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Eni, selaku wali murid, sebagai berikut:

“Ya memang MTs Tarbiyatul Banin menjadi pilihan pertama untuk menyekolahkan anak saya, karena di MTs Tarbiyatul Banin itu pendidikan agamanya itu sangat baik, terus juga ada pesantrennya juga menjadi pertimbangan saya, karena anak saya ingin mondok sambil sekolah.”⁹⁸

Masih dengan pertanyaan yang sama yang disampaikan kepada Ibu Sayu, selaku wali murid, mengungkapkan pendapatnya, sebagai berikut:

“Benar, MTs Tarbiyatul Banin menjadi pilihan pertama, alasannya karena supaya anak saya menjadi anak yang berilmu agama yang baik, bermutu, karena ilmu agama saya yang kurang, jadi saya sekolahkan MTs Tarbiyatul Banin yang pendidikan agamanya cukup baik.”⁹⁹

Sebagai tambahan dari kedua pernyataan yang disampaikan Ibu Eni dan Ibu Sayu sebelumnya, Ibu Likah selaku wali murid berpendapat sebagai berikut:

⁹⁸ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Eni pada tanggal 16 November 2022

⁹⁹ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Sayu pada tanggal 16 November 2022

“Memang betul menjadi pilihan pertama, alasannya itu dulu waktu di MI itukan anak saya sudah ikut olimpiade ya, jadi berkesinambungan di MTs Tarbiyatul Banin ini karena gurunya juga berkaitan dengan yang waktu di MI maupun di MTs ini, jadinya langsung menjalur gitu, tidak perlu memulai dari awal lagi.”¹⁰⁰

Dari hasil survey serta wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa wali murid dapat disimpulkan bahwa MTs Tarbiyatul Banin memiliki posisi pasar yang sangat bagus di kalangan masyarakat dibuktikan dengan MTs Tarbiyatul Banin memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat selain itu juga mendapatkan respon yang sangat baik terhadap slogan “madrasah kepesantrenan” yang selalu ditonjolkan, serta menjadi sekolah pilihan pertama dalam menyekolahkan putra-putri.

2) Hubungan dengan Lingkungan

Dampak dari strategi membangun brand image di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati ini yaitu terjalin hubungan deng lingkungan sekitar madrasah. Baik hubungan dengan wali murid ataupun masyarakat secara umum. Salah satu bentuk hubungan dengan lingkungan adalah dengan tercetusnya madrasah berbasis pesantren di MTs Tarbiyatul Banin menjadikan adanya penambahan pondok pesantren disekitar madrasah. Dengan begitu keberadaan MTs

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Likah pada tanggal 16 November 2022

Tarbiyatul Banin berada di sekitar lingkungan pondok pesantren. Keberadaan MTs Tarbiyatul Banin yang berada lingkungan pondok pesantren loka mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat ataupun wali murid, berdasarkan hasil survey berikut:

1.	Sangat Baik	47,1%
2.	Baik	52,9%
3.	Cukup Baik	0%
4.	Kurang Baik	0%

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan 52,9% merespon dengan baik keberadaan MTs Tarbiyatul Banin yang berada di lingkungan pondok pesantren. Hasil survey tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Alfi, selaku warga local sekitar, sebagai berikut:

“Menurut saya, itu hal yang baik ya, insyaallah itu bisa menjadi bentuk kerjasama antara MTs Tarbiyatul Banin dengan pondok pesantren local yang didirikan oleh para kyai disini, jadi bisa saling menguntungkan, misalnya ada murid yang sekolah di MTs Tarbiyatul Banin muridnya bisa ikut mondok di pondok pesantren sekitar madrasah.”¹⁰¹

Lebih lanjut Ibu Eni selaku wali murid, memberikan tambahan pendapatnya sebagai berikut:

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan masyarakat umum Ibu Alfi pada tanggal 17 November 2022

“Dengan adanya beberapa pondok pesantren di lingkungan madrasa ini malah bagus ya, jadi anak-anak itu bisa memilih mereka ingin mondok dimana karena setiap pondok memiliki ciri khasnya masing-masing.”¹⁰²

Selain keberadaan MTs Tarbiyatul Banin yang berada disekitar pondok pesantren mendapatkan respon yang baik dari masyarakat juga salah satu dampak dari strategi membangun brand image yang lain adalah MTs Tarbiyatul Banin semakin responsive dalam menanggapi masukan serta keluhan dari masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan hasil survey sebagai berikut:

1.	Sangat Baik	70,1%
2.	Baik	28,7%
3.	Cukup Baik	1,1%
4.	Kurang Baik	0%

Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa 70,1% menyatakan bahwa MTs Tarbiyatul Banin sangat baik dalam menanggapi masukan serta keluhan yang datang, hal tersebut diperkuat dengan pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Eni selaku wali murid, sebagai berikut:

¹⁰² Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Eni pada tanggal 16 November 2022

“Sangat bagus, MTs Tarbiyatul Banin menanggapi dengan baik masukan-masukan yang ada, dan masukan tersebut langsung ditindaklanjuti gitu.”¹⁰³

Lebih Lanjut, Ibu Likah selaku wali murid, memberikan tambahan mengenai keluhan yang pernah disampaikan, sebagai berikut:

“Dalam menanggapi keluhan sangat bagus, seperti dulu saya pernah complain terhadap masakan anak-anak yang ada di pondok pesantren MTs Tarbiyatul Banin, dan dengan cepat itu langsung ditanggapi dan diadakan rapat dan diputuskan yang terbaik untuk anak-anak.”¹⁰⁴

Selain keberadaan MTs Tarbiyatul Banin yang berada di lingkungan pondok pesantren serta wali murid ataupun masyarakat mendapatkan respon yang sangat baik atas masukan dan keluhan yang disampaikan. Dalam hal kegiatan yang diselenggarakan oleh MTs Tarbiyatul Banin juga mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat, berdasarkan survey berikut:

1.	Sangat Baik	62,1%
2.	Baik	29,9%
3.	Cukup Baik	8%
4.	Kurang Baik	0%

¹⁰³ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Eni pada tanggal 16 November 2022

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Likah pada tanggal 16 November 2022

Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa 62,1% berpendapat bahwa kegiatan yang diselenggarakan MTs Tarbiyatul Banin sangat baik, karena dalam beberapa kegiatan tersebut biasanya melibatkan masyarakat umum yang berada disekitar madrasah. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Alfi, selaku masyarakat umum, sebagai berikut:

“Menurut saya dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut bagus, soalnya seperti missal kalau ada kegiatan-kegiatan yang bisa dihadiri oleh masyarakat umum seperti pengajian itu kan nanti kita bisa menyerap ilmu dari kegiatan yang diselenggarakan tersebut.”¹⁰⁵

Adanya kegiatan yang dapat dihadiri oleh masyarakat umum juga memberikan berkah kepada masyarakat sekitar, seperti yang disampaikan oleh Bapak Arifin, selaku masyarakat sekitar, sebagai berikut:

“Alhamdulillah adanya kegiatan yang diselenggarakan MTs tarbiyatul Banin ini biasanya memberikan berkah bagi saya pribadi, karena biasanya kalau ada kegiatan di sekolah itu mereka memesan keperluan material kegiatan dari saya.”¹⁰⁶

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan masyarakat umum Ibu Alfi pada tanggal 17 November 2022

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan masyarakat umum Bapak Arifin pada tanggal 17 November 2022

Dari hasil survey serta hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dampak dari strategi membangun brand image di MTs Tarbiyatul Banin memberikan dampak yang sangat baik terhadap Hubungan madrasah dengan lingkungan dibuktikan dengan keberadaan MTs tarbiyatul Banin yang berada di lingkungan pondok oesantren mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat, selain itu MTs Tarbiyatul Banin menjadi sangat baik dalam menanggapi masukan dan keluhan dari masyarakat, dan juga kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan MTs Tarbiyatul Banin mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat karena hal tersebut memberikan dampak kepada masyarakat baik secara material ataupun non-material.

3) Kinerja Tanpa henti

Dampak dari strategi membangun brand image ini salah satunya yaitu kinerja guru dan karyawan terhadap siswa ataupun wali murid menjadi lebih baik. Hal tersebut sesuai dengan hasil survey yang sebagai berikut:

1.	Sangat Baik	73,6%
2.	Baik	24,1%
3.	Cukup Baik	2,3%
4.	Kurang Baik	0%

Berdasarkan hasil survey tersebut menunjukkan bahwa 73,6% menganggap bahwa kinerja guru serta karyawan di

MTs Tarbiyatul Banin sangat baik, diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Likah, selaku wali murid, yaitu:

“Menurut saya dari segi guru nya itu insyaallah tidak diragukan lagi, karena sebagian juga memang dari putra-putri desa sendiri, terus juga pasti MTs Tarbiyatul Banin dalam mencari guru kan tidak sembarangan pasti ada proses yang ketat. Dan juga anak saya yang ikut olimpiade itu dididik gurunya dengan sangat baik”¹⁰⁷

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat yang disampaikan dari Ibu Sayu, selaku wali murid, sebagai berikut:

“Baik guru dan karyawan disini sangat berkualitas sekali, selain itu juga mereka sangat ramah sekali.”¹⁰⁸

Selain kinerja guru dan karyawan yang selalu ditingkatkan serta mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat, ada pula fasilitas pendidikan yang semakin baik di MTs Tarbiyatul Banin menjadi salah satu dampak dari strategi membangun brand image. Hal ini berdasarkan survey berikut:

1.	Sangat Baik	25,3%
2.	Baik	69%
3.	Cukup Baik	5,7%
4.	Kurang Baik	0%

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Likah pada tanggal 16 November 2022

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Sayu pada tanggal 16 November 2022

Dengan hasil survey yang didapatkan 69% berpendapat bahwa fasilitas di MTs Tarbiyatul Banin Wionong Pati ini terbilang baik. Sebagaimana diperkuat hasil wawancara dengan Ibu Likah, selaku wali murid, sebagai berikut:

“Untuk fasilitas di MTs Tarbiyatul Banin sudah cukup bagus, memang belum sempurna karena kan ini masih ada beberapa bagian yang dalam tahap pembangunan, jadi menurut saya cukup puas saat ini.”¹⁰⁹

Lebih lanjut Ibu Sayu selaku wali murid menyampaikan pendapatnya, untuk menambah pernyataan Ibu Likah, sebagai berikut:

“Saya pribadi cukup puas dengan fasilitas yang ada di madrasah ini, lingkup ruang kelas bagus, setiap kelas kelas juga disertai dengan kipas angin jadi anak-anak itu bisa belajar dengan nyaman.”¹¹⁰

Dari hasil survey serta hasil wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dampak dari strategi membangun brand image di MTs Tarbiyatul Banin ini kinerja tanpa henti agar baik wali murid maupun masyarakat merasa puas dengan hasil yang baik. Baik wali murid ataupun masyarakat berpendapat bahwa kinerja guru dan karyawan di MTs Tarbiyatul Banin sangat baik, selain itu fasilitas di MTs

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Likah pada tanggal 16 November 2022

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan wali murid Ibu Sayu pada tanggal 16 November 2022

Tarbiyatul Banin memberikan kepuasan serta dinilai baik oleh wali murid ataupun masyarakat.

B. Analisis Data

1. Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dalam membangun brand image di MTs Tarbiyatul Banin telah dilakukan secara maksimal. Erna Ferrinadewi menjelaskan mengenai brand image dan strategi dalam membangun brand image yaitu: 1) Madrasah terlebih dahulu membangun secara jelas brand pernonalitynya agar sesuai dengan karakteristik konsumen untuk menarik perhatian konsumen di pasaran.¹¹¹

Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan menunjukkan bahwa, dalam membangun brand pernonality madrasah terdapat beberapa strategi yang diterapkan yaitu, 1) strategi akomodatif yang berkaitan dengan bagaimana MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati menerima serta menindak lanjuti aspirasi, kritik serta saran yang datang dari masyarakat, 2) Strategi diferensiasi yaitu berkaitan dengan program unggulan serta ciri khas yang dimiliki oleh MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati yang menjadikan pembeda dari sekolah lainnya, 3) Strategi Pencapaian berkaitan dengan pencapaian-pencapaian yang telah diraih oleh MTs Tarbiyatul Banin Wiong Pati

¹¹¹ Erna ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).

yaitu berbentuk prestasi siswa serta kualitas lulusan yang baik dari MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati, 4) Strategi perluasan berkaitan dengan sosialisasi kegiatan-kegiatan yang terselenggara di MTs Tarbiyatul Banin Winong pati melalui berbagai media sosial, 5) Strategi ketangguhan berkaitan dengan sikap MTs Tarbiyatul Banin Wionong Pati dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan.

Selain membangun brand personality madrasah sebagai salah satu strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, strategi yang kedua yaitu mengupayakan terciptanya persepsi positif di mata masyarakat bahwa merek yang ditawarkan sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini konsumen. Keith Butterick memperkuat teori dalam menciptakan persepsi positif dari masyarakat dengan menggunakan beberapa strategi¹¹², yaitu:

- a. Strategi korporasi, yaitu Mts Tarbiyatul Banin menjalin kerjasama dengan antar madrasah untuk meningkatkan kualitas dalam bidang sains, serta bekerjasama dengan pondok pesantren sekitar, selain itu MTs Tarbiyatul Banin menjalin kerjasama dengan instansi seperti pemerintah desa, kepolisian, puskesmas, serta kerjasama dengan organisasi Nahdlatul Ulama dengan bergabung di LP Ma'arif.

¹¹² Keith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik* (PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2012).

- b. Strategi Fungsional, yaitu MTs Tarbiyatul Banin selalu mengembangkan dan meningkatkan sumber daya yang ada di madrasah, seperti meningkatkan kinerja dan kompetensi guru.
- c. Strategi Enterprise, yaitu MTs Tarbiyatul Banin menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar.

Berdasarkan penelitian lapangan di MTs Tarbiyatul Banin, madrasah telah menjalankan strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan dengan sangat baik dan diawasi dan dijalankan oleh kepala sekolah serta waka humas, serta stakeholder lainnya.

2. Implikasi brand image terhadap daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin

Sebagai hasil dari strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan terdapat beberapa implikasi yang muncul. Tumar Sumihardjo menjelaskan kemampuan daya saing lembaga pendidikan yaitu, kemampuan memperkokok pasar, kemampuan menghubungkan dengan lingkungan, dan kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti.¹¹³

Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan di MTs Tarbiyatul Banin menunjukkan bahwa implikasi brand image terhadap daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin yaitu 1) Posisi pasar Mts Tarbiyatul Banin yang kokoh dibuktikan dengan mendapatkan citra yang baik dari masyarakat, mendapatkan respon

¹¹³ Tumar Sumihardjo, *Daya Saing Daerah Konsep Dan Pengukurannya Di Indonesia*, (Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta, 2022)

yang sangat baik atas slogan “masrasah kepesantrenan” yang selalu ditonjolkan oleh MTs Tarbiyatul Banin Wiong Pati selain itu juga menjadi sekolah pilihan pertama dalam menyekolahkan putra-putri,

2) Hubungan MTs Tarbiyatul Banin Wiong Pati dengan lingkungan yaitu berkaitan dengan letak atau keberadaan madrasah yang berada dilingkungan pondok pesantren mendapatkan respon baik baik dari wali murid ataupun masyarakat, selain itu juga wali murid menilai MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati sangat baik dalam merespon masukan serta keluhan dari masyarakat, adapun respon yang sangat baik dari masyarakat serta wali murid atas terselenggaranya kegiatan-kegiatan di madrasah, 3) Kinerja tanpa henti berkaitan dengan kinerja dari guru dan karyawan yang mendaatkan penilai yang sangat baik dari wli murid, serta fasilitas-fasilitas madrasah yang baik memberikan kepuasan kepada masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa implikasi dari brand image terhadap daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin berdampak sangat baik baik bagi madrasah, wali murid, ataupun masyarakat umum.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah terlaksana tentu masih banyak kekurangan. Banyak kendala yang dialami peneliti ketika melalukan penelitian seperti dalam menggali data penelitaian ataupun mengolah dan menganalisis data yang didapatkan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan penelitian antara lain yaitu:

1. Keterbatasan tempat penelitian

Penelitian yang telah dilakukan hanya dilakukan di satu tempat yaitu MTs Tarbiyatul banin Winong Pati sehingga terdapat kemungkinan adanya perbedaan pada tempat lain

2. Keterbatasan kemampuan

Keterbatasan kemampuan dari peneliti, baik dari segi pengetahuan ataupun pemahanan yang bisa mempengaruhi proses serta hasil penelitian. Namun peneliti selalu berusaha dengan maksimal untuk melakukan penelitian sesuai dengan kemampuan serta arahan dari dosen pembimbing

Terlepas dari keterbatasan yang ada, peneliti selalu berusaha memberikan informasi yang penting dari hasil penelitian untuk perkembangan pendidikan di Indonesia, khususnya pada strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Bagaimana agar sekolah atau madrasa dapat bersaing dengan sekolah lain dengan melalui strategi membangun brand image.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, dari deskripsi data sampai demham analisisnya yang berjudul “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati”, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di MTs Tarbiyatul Banin dilakukan melalui beberapa strategi. Diantaranya yaitu pertama, strategi akomodatif yang berupa merespon aspirasi yang datang dari masyarakat, menindaklanjuti kritik serta saran dari masyarakat. Ketiga strategi diferensiasi yang berupa program unggulan yang mana terdapat program unggulan sains, program unggulan *tahfidzul qur'an* serta program unggulan kepesantrenan, serta menciptakan ciri khas madrasah kepesantrenan yang membedakan dengan madrasah/sekolah lainnya. Kelima strategi pencapaian yang berupa prestasi siswa dalam berbagai perlombaan, baik di tingkat nasional maupun internasional, melahirkan kualitas lulusan yang baik yang dapat diterima di SMA/MA sederajat terfavorit, serta lulusan yang dapat bersaing diberbagai bidang pekerjaan. Keenam strategi perluasan yang berupa mensosialisasikan kegiatan-kegiatan sekolah melau

berbagai media sosial. Kedelapan strategi ketangguhan yang berupa sikap madrasah dalam menghadapi persaingan lembaga pendidikan yang saat ini semakin ketat. Kesembilan strategi korporasi yang berupa kerjasama dengan antar sekolah/madrasah dalam bidang sains yang diberi nama “Madrasah Sahabat”, serta kerjasama dengan berbagai organisasi serta instansi-instansi pemerintahan. Kesebelas strategi fungsional yang berupa meningkatkan kinerja serta kompetensi guru dengan mengikutsertakan diberbagai diklat dan juga merekomendasikan guru untuk melaksanakan PPG. Yang terakhir, strategi enterprise yang berupa meningkatkan hubungan masyarakat serta menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar.

2. Implikasi atau Dampak dari strategi membangun brand image yang dilakukan oleh MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati dapat dinilai dari beberapa aspek yaitu pertama, posisi pasar MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati yang kokoh dibuktikan dengan madrasah memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat, mendapatkan respon sangat baik dari masyarakat sates slogan “madrasah kepesantrenan”, serta menjadi sekolah pilihan pertama orang tua dalam menyekolahkan putra-putrinya. Kedua, hubungan dengan lingkungan yang baik dibuktikan dengan mendapatkan respon yang baik atas keberadaan MTs Tarbiyatul banin Wing Pati yang berada di lingkungan pondok pesantren, selain itu baik wali murid ataupun masyarakat menilai bahwa MTs tarbiyatul banin Winong Pati sangat baik dalam

menanggapi masukan dan keluhan dari masyarakat, serta mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat atas kegiatan-kegiatan yang dilakukan di madrasah. Ketiga, kinerja tanpa henti yang dibuktikan dengan kualitas guru serta kualitas pelayanan menilai bahwa kinerjanya sangat baik, selain itu fasilitas madrasah dinilai baik oleh masyarakat serta meningkat dari tahun-tahun sebelumnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak serta sebagai peningkatan yang lebih baik lagi terhadap pembangunan strategi brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati, maka peneliti memberikan sarana sebagai berikut:

1. Menjadi salah satu refensi informasi bagi kepala sekolah untuk perlunya membangun brand image bagi lembaga pendidikan agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar madrasah
2. Madrasah hendaknya selalu berupaya dalam meningkatkan kualitas diri, baik dari segi kemampuan serta profesionalitas guru dan karyawan, meningkatkan kualitas fasilitas madrasah guna agar dapat bersaing dalam dunia pendidikan.
3. Penelitian ini kiranya dapat dirindakanjuti bagi peneliti lain dengan menggunakan model yang lebih luas, serta menggunakan indikator yang lebih banyak agar dapat sesuai

dengan realita yang sebenarnya dengan lokasi serta waktu yang berbeda.

C. Penutup

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah serta inayahNya, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moral ataupun material kepada penulis, semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Namun penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti lain serta bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*,
(Bandung: Alfabeta, 2013)
- Andipate, Anwar Arifin, *Paradigma Baru Public Relations: teori, Strategi, Dan Riset*, (Depok: Rajawali Pers, 2020)
- Baeva, Daniela Yassenova, *STRONG BRANDS: How Brand Strategy and Brand Communication Contribute to Build Brand Equity*,
(De Coimbra Press, Coimbra, 2016)
- Bafadal, Ibrahim, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar: dari Sentralisasi Menuju Desentralisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003)
- Budio, Sesra, *Strategi Manajemen Sekolah, Jurnal Menata*, 2 (2019)
- Butterick, Keith, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik* (PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2012), hlm. 153
- Chalil, Dahlawy Rifyal, dkk, *BRAND, ISLAMIC BRANDING, &REBRANDING: Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. (Depok: Rajawali Pers, 2020)

- D Bunga Andriani M, *Faktor Pembentuk Brand Loyalty : Peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust, Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2 (2018).
- Darmawan, I Putu Ayub and Sutriyono Sutriyono, ‘*Strategi Bersaing untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah Tinggi Teologia di Ungaran*’, *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3.2 (2016)
- Departemen Agama RI, *Desain Pengembangan Madrasah, Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam*, Jakarta, 2004
- Ekosusilo, Madyo, *Sekolah Unggul Berbasis Nilai*, (Sukoharjo: Bantara Press, 2003)
- Fahrurrozi, *Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus pada Sekolah Dasar Islam Hidayatullah dan Madrasah Ibtida’iyah Terpadu Nurul Islam Kota Semarang*, (*Jurnal Pemikiran, Riser, dan Pengembangan Pendidikan Islam*, vol. 7, no. 2, 2012)
- Fanany, Faishal and Hening Widi Oetomo, *Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan*, (*Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, volume 4.1, 2015).

- Ferrinadewi, Erna, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Kartajaya, Hermawan, *Hermawan Kartajaya On Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Khanifah, Iqdhah, '*Strategi Brand Image Pondok Pesantren Langitan Widang Tuban*' (Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018).
- Kristianto, Agustinus Dwi and Triyono Arief Wahyudi, *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga pada Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*, (*Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2.2, 2019)
- Lee, Hsiang-Ming, Ching-Chi Lee, dkk, "*Brand image strategy affects brand equity after M&A*", *European Journal of Marketing*, Vol. 45, 2011
- Mulyasana, Dedy, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: Remaja Rsdakarya, 2015)

- Porter, Michael E., *COMPETITIVE ADVANTAGE: Creating and Sustaining Superior Performance*, (The Free Press, New York, 2004)
- Rukmana, Yulia, ‘*Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)*’ (Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016)
- Schiffman, L.G. & L.L. Kanuk, *Consumer Behavior*, 7th Edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1997
- Selsy, Atika Kheirini, ‘*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Kb Tk Lintang Harapan*’ (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018)
- Semuel, Hatane and Julian Wibisono, *Brand Image, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya*, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13, 2019.
- Simamora, Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)

Sumihardjo, Tumar, *Daya Saing Daerah Konsep dan Pengukurannya di Indonesia*, (Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta, 2022)

Sunarsasi and Nanang Rudi Hartono Hartono, *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)*, *Jurnal Translitera*, 9 (2020).

Tim penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta, 2008)

Walker, Orville C., dkk, *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*, (McGraw-Hill Companies, New York, 2006)

Wiyatiningsih, Maya, *Peningkatan Mutu Untuk Meningkatkan Daya Saing Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Swasta Miftahul Huda Sukolilo Jabung Kabupaten Malang*, (Malang: Tesis UIN Maulana Malik Ibrahim, 2017)

LAMPIRAN 1

TRANSKIP WAWANCARA KEPALA SEKOLAH

Nama : Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I

Jabatan : Kepala Sekolah

Waktu : 28 Oktober 2022

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam menampung aspirasi yang datang dari wali murid ataupun masyarakat umum?	Aspirasi dalam artian untuk pengembangan madrasah ya, Alhamdulillah kita termasuk madrasah yang mengikuri manajemen berbasis masyarakat, sehingga masyarakat harus terlibat dalam segala keputusan. Jadi aspirasi yang datang nantinya akan dirapatkan dan akan diputuskan bersama dan hasilnya akan disosialisasikan kepada baik masyarakat sekitar ataupun wali murid
2. Bagaimana Mts Tarbiyatul Banin dalam menampung kritik dan saran yang datang dari wali murid dan masyarakat umum?	Selama ini kita terbuka untuk menerima saran dan masukan baik dari wali murid yang disampaikan melalui media komunikasi grup-grup WA wali murid yang langsung disampaikan kepada wali kelas ataupun masyarakat yang datang langsung ke madrasah untuk menyampaikan saran dan masukan, jadi selama ini kita selalu menindak lanjuti masukan-masukan yang konstruktif yang baik untuk kemajuan madrasah
3. Apa program unggulan yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin?	Di MTs Tarbiyatul Banin membuka program klasifikasi unggulan bakat dan minat dibidang tahfidzul qur'an baik boarding maupun non-boarding,

	<p>kedua itu program unggulan bakat dan minat siswa dibidang sains yang dikembangkan dari mereka yang berlatar belakang sekolah-sekolah dasar yang unggul dalam bidang sains. Ketiga ada berbasis keunggulan pada keunggulan local kepesantrenan yang mana terdapat muatan local kepesantrenan dan ini dikembangkan menjadi kelas unggulan kepesantrenan.</p>
<p>4. Apa ciri khas yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin?</p>	<p>Yang membedakan MTs Tarbiyatul Banin dengan sekolah lain adalah kekhasan kita, jadi mungkin di madrasah lain jarang ada yang membuka langsung penjurusan model kelas seperti kita, di MTs Tarbiyatul Banin langsung berwujud menjadi program penjurusan kelas, sehingga ketika siswa-siswi masuk di MTs Tarbiyatul Banin langsung memilih penjurusan kelas sesuai bakat dan minat yang dimilikinya</p>
<p>5. Prestasi apa yang telah diraih oleh MTs Tarbiyatul Banin?</p>	<p>Alhamdulillah kita telah banyak melahirkan prestasi-prestasi, baik ditingkat kabupaten, tingkat nasional, bahkan tingkat internasional pun pernah kita dapatkan. Dan juga kita mendapatkan prestasi dari olimpiade-olimpiade yang diikuti oleh siswa</p>
<p>6. Bagaimana kualitas lulusan dari MTs Tarbiyatul Banin?</p>	<p>Alhamdulillah untuk output kita semakin lebih baik di 3 tahun terakhir ini, lulusan di MTs Tarbiyatul Banin banyak yang diterima di madrasah-madrasah ataupun sekolah-sekolah favorit, serta terdapat alumni-alumni yang berhasil sampai kedunia</p>

	pekerjaan ketika lulus baik di ASN, perusahaan, dan bidang lain, jadi dari sisi kelulusan kita Alhamdulillah meningkat kualitasnya
7. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam mensosialisasikan program serta kegiatan untuk menjangkau masyarakat luas?	Dalam mensosialisasikan kegiatan-kegiatan yang berlangsung di madrasah ini menggunakan berbagai media yaitu media sosial berbagai kegiatan siswa seperti PERSAMI (Perkemahan Sabtu Minggu), kegiatan Maulid Nabi, Kegiatan Upacara Hari Santri dan kegiatan-kegiatan lainnya, dan melalui media sosial ini juga kita menunjukkan prestasi-prestasi yang telah diraih siswa, madrasah, serta guru-guru
8. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan saat ini?	Persaingan antar lembaga pendidikan itu sekarang bukan oada bagaimana sekolah rebutan murid, akan tetapi menurut saya justru persaingan kita saat ini adalah bagaimana meningkatkan kualitas atau mutu pendidikan, kalau madrasah atau sekolah itu bermutu insyaallah masyarakat akan percaya dengan kita.
9. Apakah MTs Tarbiyatul Banin menjalin kerjasama dengan sekolah/madrasah lain?	Secara khusus kita melakukan kerjasama dengan sekolah dan madrasah lain, kita memiliki program yang namanya “madrasah sahabat” itu dibidang sains yaitu madrasah-madrasah diluar MTs tarbiyatul Banin yang ingin meningkatkan mutu dibidang sains ini melalui program “madrasah sahabat” MTs Tarbiyatul Bnin dan ini ada 7 sekolah dan madrasah yang bergabung di program ini. Itu bentuk kerjasama yang menurut

	saya bagus untuk pengembangan peningkatan kualitas sekolah.
10. Apakah MTs Tarbiyatul Banin menjalin kerjasama dengan instansi serta organisasi?	Kita memiliki kerjasama dengan stakeholder seperti pemerintahan, kaitannya dengan peminjaman fasilitas umum yang terhubung dengan pihak desa, seperti contoh kita memakai lapangan, masjid, balai desa, dan lain sebagainya. Ada pun kerjasama dengan kepolisian dalam menangani masalah keamanan siswa-siswi kita, Selain itu juga kita kerjasama dengan organisasi keagamaan yaitu Nahdlatul Ulama (NU) karena madrasah kita ini didirikan oleh ulama-ulama NU, jadi secara langsung kita juga tergabung dalam LP Ma'arif NU dan menggunakan kurikulumnya.
11. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam meningkatkan kinerja dan kompetensi guru?	Kinerja guru ini kita lihat dari mulai proses rekrutmen sampai sah diterima menjadi guru resmi, yang memiliki kinerja bagus akan diterima untuk mengajar sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Setelah itu sewaktu-waktu juga guru itu kita izinkan untuk mengikuti diklat guna agar kinerjanya semakin meningkat, ada juga yang kita rekomendasikan untuk mengikuti PPG
12. Bagaimana hubungan MTs Tarbiyatul Banin dengan masyarakat sekitar?	Dalam menjalin hubungan dengan masyarakat kita menggunakan prinsip bahwa madrasah ini milik masyarakat, sehingga kita harus melibatkan masyarakat dalam setiap pengambilan keputusan, oleh karena itu yang kita lakukan adalah dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat, perwakilan masyarakat untuk ikut serta dalam

	pengambilan keputusan mengenai kegiatan-kegiatan pendidikan di MTs Tarbiyatul Banin ini
--	---

TRANSKIP WAWANCARA WAKA HUMAS

Nama : Alfu Hikmah, S.Ag

Jabatan : Waka Humas

Waktu : 29 Oktober 2022

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam menampung aspirasi yang datang dari wali murid ataupun masyarakat umum?	Ya memang biasanya ada beberapa aspirasi yang masuk baik dari masyarakat ataupun dari wali murid. Aspirasi tersebut kita tamping dan nantinya akan dirapatkan bersama untuk menghasilkan hasil yang lebih baik, setelah itu nanti disampaikan kepada yang terkait
2. Bagaimana Mts Tarbiyatul Banin dalam menampung kritik dan saran yang datang dari wali murid dan masyarakat umum?	Saran dan kritik pasti selalu ada, karena masukan-masukan tersebut yang membuat kita menjadi lebih baik lagi. Masukan-masukan yang datang dari berbagai pihak akan selalu ditindak lanjuti dengan baik dan diputuskan bersama-sama demi kemajuan madrasah
3. Apa program unggulan yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin?	Di MTs Tarbiyatul ini terdapat tiga program unggulan, yang pertama program unggulan tahfidzul Qur'an baik kelas boarding ataupun non-boarding, yang kedua ada program kelas unggulan sains, yang ketiga program kelas unggulan kepesantrenan. Yang mana program kelas unggulan tersebut diisi oleh

	siswa sesuai dengan bakat dan minat dari siswa di kelas tersebut
4. Apa ciri khas yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin?	Perbedaan MTs Tarbiyatul Banin dengan sekolah lain itu bisa dilihat dari program kelasnya, di MTs Tarbiyatul Banin ini terdapat kelas local kepesantrenan yang mana kelas tersebut terbentuk karena masukan dari masyarakat, selain itu juga di MTs Tarbiyatul Banin ini juga terdapat muatan local kepesantrenan yang terdiri dari pembelajaran kitab-kitab kuning
5. Prestasi apa yang telah diraih oleh MTs Tarbiyatul Banin?	Alhamdulillah MTs Tarbiyatul Banin ini walaupun madrasah swasta tapi prestasinya tidak diragukan baik prestasi dibidang akademik maupun non akademik yang didapatkan melalui perlombaan-perlombaan atau olimpiade-olimpiade, terakhir kemarin mencetak beberpa prestasi dibidang non-akademik dari keikutsertaan dalam perlomba PORSEMA (Pekan Olahraga dan Seni Ma'arif) yang diselenggarakan Ma'arif NU Cab. Pati
6. Bagaimana kualitas lulusan dari MTs Tarbiyatul Banin?	Alhamdulillah selama ini lulusan dari MTs Tarbiyatul Banin kualitasnya tidak diragukan, banyak yang diterima di sekolah-sekolah favorit di kota Pati, ada juga yang diterima di madrasah-madrasah favorit bahkan diterima di madrasah favorit diluar kota Pati juga ada
7. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam mensosialisasikan program	Madrasah kita selalu membagikan berbagai kegiatan-kegiatan sekolah, kita membagikan momen tersebut di laman-laman media sosial resmi MTs

serta kegiatan untuk menjangkau masyarakat luas?	Tarbiyatul Banin baik di <i>facebook</i> maupun <i>instagram</i> . Hal tersebut bertujuan agar masyarakat mengetahui kegiatan apa saja yang ada di MTs Tarbiyatul Banin ini selain kegiatan pembelajaran yang berlangsung di kelas
8. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan saat ini?	Dalam dunia pendidikan, persaingan adalah hal yang wajar. Hal itu tergantung pada kita, bagaimana kita menyikapi persaingan tersebut, seperti dengan meningkatkan kualitas pendidikan yang ada di sekolah kita. Saya merasa bahwa persaingan itu penting, karena itu dapat menjadi penambah semangat untuk menjadi lebih baik dari sekolah-sekolah yang lain
9. Apakah MTs Tarbiyatul Banin menjalin kerjasama dengan sekolah/madrasah lain?	Kita ada kerjasama dengan sekolah dan madrasah-madrasah lain, sepengetahuan saya program dari bentuk kerjasama tersebut itu namanya ‘madrasah sahabat’ program tersebut bentuk kerjasama antar sekolah dan madrasah dalam bidang sains
10. Apakah MTs Tarbiyatul Banin menjalin kerjasama dengan instansi serta organisasi?	kita ada kerjasama alam bidang kesehatan itu dengan Puskesmas Winong, Alhamdulillah kerjasama ini dengan melalui program-program pembinaan UKS maupun kaitannya dengan program-program kesehatan lainnya seperti vaksinasi covid-19, vaksinasi DB, serta penyuluhan-penyuluhan mengenai kesehatan-kesehatan siswa-siswi kita
11. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam meningkatkan kinerja dan kompetensi guru?	Untuk peningkatan kinerja dan kompetensi guru itu biasanya ada guru-guru yang mengikuti diklat-diklat, kita

	juga mempersilahkan dan mengizinkan mereka untuk mengikuti diklat, malah itu hal yang bagus untuk meningkatkan kompetensi guru-guru kita
12. Bagaimana hubungan MTs Tarbiyatul Banin dengan masyarakat sekitar?	Hubungan antara madrasah kita dengan masyarakat sekitar baik ya, karena juga kita hidup pasti berkesinambungan jadi menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat juga perlu, karena kan kalo ada kegiatan apa tah apa pasti kita perlu bantuan dari masyarakat juga, seperti contoh kalo ada kegiatan PERSAMI, anak-anak kan pada bawa motor itu motornya dititipkan dirumah-rumah masyarakat sekitar madrasah yang memang lahannya kita minta izinkan untuk parkiran siswa-siswi kita begitu.

TRANSKIP WAWANCARA WALI MURID

Nama : Ibu Eeng

Jabatan : Wali Murid

Waktu : 16 November 2022

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam menampung aspirasi, kritik serta saran yang anda sampaikan?	Kalau aspirasi serta masukan-masukan terhadap MTs Tarbiyatul Banin tersampaikan dengan sangat baik, bisa menyampaikannya itu melalui berbagai media, seperti biasanya saya menyampaikannya itu langsung ke wali murid melalui media WA grup wali murid, selain itu juga bisa lewat

	kotak kritik saran yang ada di depan ruang TU itu
2. Apakah anda mengetahui program unggulan yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin?	Serpertinya kalau program unggulan itu ada tiga, program tahfidz, sains, sama kepesantrenan.
3. Apa ciri khas yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin?	Untuk ciri khas Menurut saya itu ciri khas yang membedakan dengan madrasah lain itu Mts Tarbiyatul Banin ini lebih menonjol ilmu agamanya, dengan adanya program tahfid dan kelas kepesantrenannya itu
4. Apakah anda mengetahui prestasi apa yang telah diraih oleh MTs Tarbiyatul Banin?	Pasti banyak prestasi yang diraih diberbagai tingkat, prestasi dari Mts Tarbiyatul Banin ini tidak diragukan lagi, seperti contohnya putra saya yang Alhamdulillah dididik serta dikutsertakan dalam perlombaan dan meraih juara pada olimpiade sains tingkat kabupaten, selain itu juga masih banyak prestasi lain yang telah diraih siswa-siswi sini
5. Bagaimana kualitas lulusan dari MTs Tarbiyatul Banin?	Kualitas lulusan dari Mts Tarbiyatul Banin ini Inshaallah tidak diragukan lagi, banyak lulusan yang sukses masuk ke sekolah favorit, karena ada beberpa tetangga saya yang lulus dari Mts Tarbiyatul Banin ini diterima di sekolah favorit di Pati maupun Kudus
6. Bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam mensosialisasikan program serta kegiatan untuk menjangkau masyarakat luas?	Biasanya kegiatan-kegiatan sekolah itu saya lihat di postingan facebook nya MTs Tarbiyatul Banin sering muncul di beranda itu

Nama : Ibu Sayu

Jabatan : Wali Murid

Waktu : 16 November 2022

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pandangan anda terhadap citra MTs Tarbiyatul Banin di mata masyarakat?	MTs Tarbiyatul Banin ini menurut saya sangat bagus ya, siswa-sisiwinya berperilaku baik, selain itu juga baik guru, karyawan ataupun siswanya itu pada ramah, sopan santun ke masyarakat sini
2. Apakah anda memilih MTs Tarbiyatul Banin mejadi sekolah pilihan pertama dalam menyekolahkan putra-putri anda?	Benar, MTs Tarbiyatul Banin menjadi pilihan pertama, alasannya karena supaya anak saya menjadi anak yang berilmu agama yang baik, bermutu, karena ilmu agama saya yang kurang, jadi saya sekolahkan MTs Tarbiyatul Banin yang pendidikan agamanya cukup baik
3. Menurut anda, bagaimana kinerja dari guru dan karyawan di MTs Tarbiyatul Banin>	Baik guru dan karyawan disini sangat berkualitas sekali, selain itu juga mereka sangat ramah sekali
4. Menurut anda, bagaimana fasilitas yang ada di MTs Tarbiyatul Banin?	Saya pribadi cukup puas dengan fasilitas yang ada di madrasah ini, lingkup ruang kelas bagus, setiap kelas kelas juga disertai dengan kipas angin jadi anak-anak itu bisa belajar dengan nyaman

Nama : Ibu Eni

Jabatan : Wali Murid

Waktu : 16 November 2022

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pandangan anda terhadap citra MTs Tarbiyatul Banin di mata masyarakat?	Ya sangat bagus sekali, anak-anak disini dididik sangat baik sekali, terus untuk ilmu mengajinya disini diajarkan dengan baik sekali terbukti dengan anak saya kalau ngaji sekarang lebih baik dibandingkan dengan teman-temannya yang dari SMP
2. Apakah anda memilih MTs Tarbiyatul Banin mejadi sekolah pilihan pertama dalam menyekolahkan putra-putri anda?	Ya memang MTs Tarbiyatul Banin menjadi pilihan pertama untuk menyekolahkan anak saya, karena di MTs Tarbiyatul Banin itu pendidikan agamanya itu sangat baik, terus juga ada pesantrennya juga menjadi pertimbangan saya, karena anak saya ingin mondok sambil sekolah
3. Bagaimana pendapat anda tentang MTs Tarbiyatul Banin yang berada di lingkungan sekitar pondok pesantren?	Dengan adanya beberapa pondok pesantren di lingkungan madrasa ini malah bagus ya, jadi anak-anak itu bisa memilih mereka ingin mondok dimana karena kan setiap pondok memiliki ciri khasnya masing-masing
4. Menurut anda bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam menangani masukan serta keluhan yang dating?	Sangat bagus, MTs Tarbiyatul Banin menanggapi dengan baik masukan-masukan yang ada, dan masukan tersebut langsung ditindaklanjuti gitu

Nama : Ibu Likah

Jabatan : Wali Murid

Waktu : 16 November 2022

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pandangan anda terhadap slogan “madrasah kepesantrenan” yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin/	Model atau program kepesantrenan itu kan sudah berjalan sekitar 3 atau 4 tahunan yang lalu kan ya, saya kira itu bagus, jadi anak-anak itu di pondok itu kualitas ngajinya diperhatikan, terus belajar untuk ilmu agamanya itu diperhatikan, disatu sisi lain juga tidak meninggalkan ilmu umumnya, seperti contoh anak saya yang ikut olimpiade itu tetap ada bimbingan diluar pendidikan disekolah, maksudnya di pondok pesantrennya itu juga belajar untuk olimpiadanya tetep berlanjut
2. Apakah anda memilih MTs Tarbiyatul Banin mejadi sekolah pilihan pertama dalam menyekolahkan putra-putri anda?	Memang betul menjadi pilihan pertama, alasannya itu dulu waktu di MI itukan anak saya sudah ikut olimpiade ya, jadi berkesinambungan di MTs Tarbiyatul Banin ini karena gurunya juga berkaitan dengan yang waktu di MI maupun di MTs ini, jadinya langsung menjalur gitu, tidak perlu memulai dari awal lagi
3. Menurut anda bagaimana MTs Tarbiyatul Banin dalam menangani masukan serta keluhan yang datang?	Dalam menanggapi keluhan sangat bagus, seperti dulu saya pernah complain terhadap masakan anak-anak yang ada di pondok pesantren MTs Tarbiyatul Banin, dan dengan cepat itu langsung ditanggapu dan diadakan rapar dan diputuskan yang terbaik untuk anak-anak.

<p>4. Menurut anda, bagaimana kinerja dari guru dan karyawan di MTs Tarbiyatul Banin></p>	<p>Menurut saya dari segi guru nya itu insyaallah tidak diragukan lagi, karena sebagian juga memang dari putra-putri desa sendiri, terus juga pasti MTs Tarbiyatul Banin dalam mencari guru kan tidak sembarangan pasti ada proses yang ketat. Dan juga anak saya yang ikut olimpiade itu dididik gurunya dengan sangat baik</p>
<p>5. Menurut anda, bagaimana fasilitas yang ada di MTs Tarbiyatul Banin?</p>	<p>Untuk fasilitas di MTs Tarbiyatul Banin sudah cukup bagus, memang belum sempurna karena kan ini masih ada beberapa bagian yang dalam tahap pembangunan, jadi menurut saya cukup puas saat ini</p>

Nama : Ibu Alfi

Jabatan : Masyarakat Umum

Waktu : 16 November 2022

Pertanyaan	Jawaban
<p>1. Bagaimana pandangan anda terhadap citra MTs Tarbiyatul Banin di mata masyarakat?</p>	<p>sebagai masyarakat umum yang berdomisili di desa Winong, menurut saya MTs Tarbiyatul Banin itu sudah cukup bagus, itu dilihat dari banyaknya kegiatan yang ada dan juga banyaknya prestasi-prestasi yang telah diraih para siswanya</p>
<p>2. Bagaimana pendapat anda tentang MTs Tarbiyatul Banin yang berada di lingkungan sekitar pondok pesantren?</p>	<p>Menurut saya, itu hal yang baik ya, insyaallah itu bisa menjadi bentuk kerjasama antara MTs Tarbiyatul Banin dengan pondok pesantren local yang didirikan oleh para kyai disini,</p>

	jadi bisa saling menguntungkan, misalnya ada murid yang sekolah di MTs Tarbiyatul Banin muridnya bisa ikut mondok di pondok pesantren sekitar madrasah
3. Bagaimana pandangan anda terhadap kegiatan yang diselenggarakan MTs Tarbiyatul Banin?	Menurut saya dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut bagus, soalnya seperti missal kalau ada kegiatan-kegiatan yang bisa dihadiri oleh masyarakat umum seperti pengajian itu kan nanti kita bisa menyerap ilmu dari kegiatan yang diselenggarakan tersebut

Nama : Bapak Arifin

Jabatan : Masyarakat Umum

Waktu : 16 November 2022

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pandangan anda terhadap slogan “madrasah kepesantrenan” yang dimiliki MTs Tarbiyatul Banin/	Saya kira itu bagus madrasah dengan konsep madrasah kepesantrenan, selain itu MTs Tarbiyatul Banin itu kan basisnya dulunya itu memang pesantren jadi diteruskan sampai sekarang menjadi madrasah yang memiliki pondok pesantrennya tersendiri
2. Bagaimana pandangan anda terhadap kegiatan yang diselenggarakan MTs Tarbiyatul Banin?	Alhamdulillah adanya kegiatan yang diselenggarakan MTs tarbiyatul Banin ini biasanya memberikan berkah bagi saya pribadi, karena biasanya kalau ada kegiatan di sekolah itu mereka memesan keperluan material kegiatan dari saya

LAMPIRAN 2

Dokumentasi Input Siswa MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

TAHUN PELAJARAN	ASAL SEKOLAH			PENDAFTAR			DITERIMA		
	SDN	SDS	MI	L	P	JML	L	P	JML
	SMPN	SMPS	MTs						
2016 / 2017	30		47	37	40	77	37	40	77
2017 / 2018	48		43	46	45	91	46	45	91
2018 / 2019	76		90	112	54	166	112	54	166
2019 / 2020	125		91	145	71	216	145	71	216
2020 / 2021	115		115	120	136	256	115	115	230
2021 / 2022	127		111	155	136	291	127	111	238

LAMPIRAN 3

Observasi	Objek Penelitian
1. Program Unggulan Sekolah	Ruang kelas
2. Sosialisasi kegiatan sekolah	Media social sekolah (<i>Facebook, Instagram</i>)

LAMPIRAN 4 Surat Penelitian



المؤسسة التعليمية الإسلامية تربية البنين
YAYASAN TARBİYATUL BANIN PEKALONGAN WINONG PATI
MADRASAH TSANAWIYAH
Jl. KH. Hasyim Asy'ari Gang Masjid Darussalam
Ds. Pekalongan Kec. Winong Kab. Pati Pos 59181 e-mail:mtsbanin@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : M Ts.k/33/B.568/ 216 /12/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : **H. Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I**
NIP : 19750407 200501 1 003
Pangkat / Golongan : Pembina, IV/a
Jabatan : Kepala Madrasah Tsanawiyah Tarbiyatul Banin Winong
Alamat : Desa Pekalongan Rt. 03 /Rw. 01 Kec. Winong Kab. Pati

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

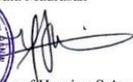
N a m a : **Elinda Izzatun Nada**
NIM : 1803036032
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Universitas : UIN Walisongo Semarang
Alamat : Ds. Pekalongan Rt.03 / Rw.01 Kecamatan Winong Kabupaten Pati

Yang bersangkutan benar – benar telah melakukan Riset/Penelitian di MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati, pada hari Senin, 24 Oktober 2022 s/d Kamis, 24 November 2022 untuk melengkapi penyusunan skripsi dengan judul :

“STRATEGI MEMBANGUN BRAND IMAGE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN DI MTS TARBİYATUL BANIN WINONG PATI”

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Winong, 14 Oktober 2022

Kepala Madrasah

H. Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I
MP. 19750407 200501 1 003



LAMPIRAN 5 Dokumentasi MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati

Prestasi Siswa



Kerjasama antar madrasah (Madrasah Sahabat)



Kerjasama dengan Puskesmas



Wawancara dengan Bapak Yusuf Hasyim, S.Ag, M.S.I selaku Kepala MTs Tarbiyatul Banin Winong Pati



Wawancara dengan Wali Murid





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Elinda Izzatun Nada
TTL : Pati, 22 Mei 2000
Alamat : Desa Pekalongan RT03/RW01, Kecamatan Winong,
Kabupaten Pati.
No. Hp : 089631519422
Email : nadaelinda@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI Tarbiyatul Banin : lulus 2012
MTs Tarbiyatul Banin : lulus 2015
MAN 2 KUDUS : lulus 2018
S1 UIN Walisongo : angkatan 2018

Motto

Jangan takut untuk gagal, Takutlah untuk tidak mencoba



Elinda Izzatun Nada

1803036032