

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam sejarah peradaban manusia, hampir tidak ada sekelompok masyarakat yang tidak menggunakan pendidikan sebagai alat pembudayaan dan peningkatan kualitas individu sumber daya manusianya. Sebagai contoh, Negara Jepang ketika terkena krisis 1945 setelah Hiroshima dan Nagasaki diluluh lantakan maka hal utama yang diperbaiki adalah kualitas pendidikannya. Dengan pembaharuan dalam aspek pendidikan, Negara Jepang mampu bangkit dan bertransformasi menjadi Negara maju di dunia. Tidak ketinggalan dengan Negara Jepang, Korea Selatan menjadi macan Asia karena sangat konsen dengan pendidikan, Korea Selatan mampu melahirkan atlet-atlet kelas dunia, penghasil teknologi modern, melahirkan ilmuwan-ilmuwan muda, dll. Hal tersebut berkat luarbiasanya perhatian terhadap bidang pendidikan baik dari pemerintah maupun masyarakatnya. Amerika Serikat menjadi Negara yang maju dan dijuluki Negara Super Power karena sangat intens terhadap perbaikan mutu pendidikan, hal ini terbukti dengan banyaknya Universitas di Amerika yang menjadi pilihan utama para pencari ilmu pengetahuan baik itu tingkat sarjana, magister, dan jenjang doktor.

Negara yang maju pasti ditopang dengan sistem pendidikan yang kuat seperti halnya Negara Inggris, Kanada, Prancis, Belanda, Australia, dan beberapa Negara yang maju lainnya. Banyak negara maju menggelontorkan dana yang sangat besar

demi mengejar kualitas pelaksanaan pendidikan karena pendidikan merupakan sarana yang paling efektif dan efisien untuk mentransformasikan ilmu pengetahuan, teknologi, budaya dan lain sebagainya dalam mempersiapkan generasi berikutnya. Dalam hal ini, pendidikan memberikan peranan yang penting untuk membentuk sumberdaya manusia yang handal dalam mengisi kemajuan di segala bidang. Seperti apa yang dikatakan Nelson Mandela bahwa “*Education is most powerful weapon, we can use to change the world*”.¹

Dinamika pendidikan di Indonesia mengalami proses transformasi yang menarik, dari sistem pendidikan yang bersifat tradisional dimana penyelenggaraannya di rumah atau masjid sampai munculnya pendidikan formal modern saat ini, pendidikan terus bergerak mendampingi kehidupan masyarakat Indonesia yang majemuk.² Seringnya pergantian kurikulum dan kebijakan pendidikan dalam sistem pendidikan nasional Indonesia adalah bertujuan agar pendidikan mampu menyesuaikan perkembangan dan perubahan jaman. Perubahan-perubahan tersebut didasari tentang bagaimana mencapai kualitas pendidikan Indonesia yang ideal dari waktu ke waktu.

Pendidikan Islam merupakan salah satu komponen yang ikut mewarnai perjalanan pendidikan di Indonesia. Bahkan Pendidikan Islam memiliki model pendidikan yang unik sebagai ciri khas pendidikan di Indonesia, sebagai contoh yaitu

¹ A. Gebremedhin and Joshi, *Social Justice And Human Rights In Education Policy Discourse: Assessing Nelson Mandela's Legacy*, UNISA Journal. Vol 20 No 1. 2016. Hal 174.

² Charlene Tan, *Educative Tradition and Islamic Schools in Indonesia*, Journal of Arabic and Islamic Studies. Vol 14 (2014): hal 47.

pendidikan model pondok pesantren. Seiring dengan perjalanan akan pemenuhan kebutuhan dasar manusia Indonesia akan pendidikan, telah lahir berbagai bentuk dan model pendidikan ditawarkan. Mulai pendidikan yang berbentuk Taman Pendidikan Al Qur'an, Pondok salafi, Pondok Modern, Madrasah, bahkan model pendidikan *Boarding School* turut mewarnai model-model pendidikan Islam. Perkembangan yang mengembirakan tersebut memiliki dua dampak yang signifikan; pertama, lembaga pendidikan Islam memberikan berbagai ragam pilihan pendidikan terhadap masyarakat terutama umat Islam akan pendidikan yang memadai. Bentuk model pendidikan yang beragam justru melahirkan persaingan yang positif antar lembaga pendidikan Islam untuk memberikan layanan terbaik bagi masyarakat. Kedua, lembaga pendidikan Islam dituntut untuk memberikan ciri khas yang lebih berbeda dengan pendidikan umum lainnya. Kemampuan merebutkan minat masyarakat dengan memberikan layanan yang memadai dalam setiap bidang memberikan kontribusi yang besar akan eksistensi lembaga-lembaga pendidikan Islam.

Keberadaan lembaga-lembaga pendidikan Islam baik di daerah maupun di perkotaan memiliki akses yang sama dalam peningkatan kualitas yang berkelanjutan untuk masyarakat Indonesia. Peluang pendidikan Islam dalam memberikan layanan pendidikan yang berkualitas sangat diperlukan mengingat sebagian besar penduduk Indonesia memeluk agama Islam. Dengan jumlah penduduk yang mayoritas muslim, lembaga pendidikan Islam di Indonesia dihadapkan pada dua tantangan; pertama, kesiapan lembaga pendidikan Islam untuk bersaing dengan lembaga-lembaga

pendidikan berbasis umum. Dimana sebagian besar lembaga pendidikan Islam dikelola swadaya oleh masyarakat/Yayasan dengan niat awal sebagai sarana syiar nilai-nilai keislaman tanpa memperhatikan tentang nilai mutu dan manajemen yang modern. Kedua, upaya pembenahan yang bersifat intern baik sumber daya manusianya maupun sumberdaya non manusia. Yang mana sebagian lembaga pendidikan Islam menjalankan pengelolaanya dengan sumber daya seadanya.

Jika dilihat dari tingkat pencapaian kualitas melalui akreditasi nasional terlihat bahwa lembaga pendidikan Islam di tingkat Madrasah menunjukkan jumlah madrasah (MI, MTs dan MA) yang terakreditasi sebanyak 16364 (73%) dan madrasah yang belum terakreditasi sebesar 6104 (27%) madrasah, dengan 50% madrasah yang terakreditasi mendapat nilai B.³ Bisa dipastikan untuk mencapai nilai A pada sebagian besar madrasah masih butuh perjuangan dan kerja keras. Berdasarkan paparan ini, maka brand lembaga pendidikan Islam perlu untuk ditingkatkan lagi agar perhatian dan minat masyarakat lebih meningkat. Keberadaan akreditasi merupakan salah satu indikator pemenuhan kualitas akan suatu lembaga pendidikan, jika akreditasi lembaga tersebut lemah maka dapat dipastikan fungsi-fungsi organisasi lembaga pendidikan tersebut mengalami penurunan terhadap daya jual di masyarakat.

UU No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional memberikan peluang yang besar sekaligus tantangan bagi lembaga-lembaga pendidikan Islam

³ Farida Hanun, *Akreditasi Madrasah Sebagai Kunci Keberhasilan Dalam Pemenuhan Standar Nasional Pendidikan (SNP)*. Jurnal Edukasi Vol 13 No 1 tahun 2018. Hal 121

untuk segera memberikan dan mengedepankan model layanan pendidikan yang ideal. Hal ini tampak dalam pendahuluan perundangan Republik Indonesia No. 20 tahun 2003 yang berbunyi, bahwa sistem pendidikan nasional harus mampu menjamin pemerataan kesempatan pendidikan, peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global sehingga perlu dilakukan pembaharuan pendidikan secara terencana, terarah, dan berkesinambungan.

Kendala utama lembaga pendidikan Islam Indonesia masih banyak di dominasi oleh; *Pertama*, pemerataan pembiayaan pendidikan, artinya pendidikan masih mengalami kesenjangan pengelolaan antara pendidikan yang dikelola swasta dan dikelola pemerintah (negeri), *Kedua*, peningkatan mutu lulusan dalam menghadapi perubahan ditingkat lokal, nasional maupun global, *Ketiga*, eksistensi lembaga pendidikan Islam yang dikenal hanya sebagai tempat belajar Agama saja tanpa mengetahui program-program lain yang ditawarkan.⁴ Maka diperlukan adanya pembaharuan pengelolaan pendidikan yang terencana, terarah dan berkesinambungan di segala aspeknya. Dengan upaya tersebut diharapkan *brand image* lembaga pendidikan akan terangkat yang pada akhirnya banyak lembaga-lembaga pendidikan Islam akan diperhitungkan dalam kancah Nasional maupun Internasional.

⁴ Charlene Tan, *Educative Tradition and Islamic Schools in Indonesia*, Journal of Arabic and Islamic Studies. Vol 14 (2014): hal 48.

Untuk dicermati bahwa lemahnya tata kelola lembaga pendidikan memberikan pengaruh yang besar terhadap kualitas sumber daya manusia Indonesia. Sebagaimana tampak dari hasil penelitian yang dilakukan UNDP (*United National Development Programme*) yang melaporkan bahwa peringkat kualitas indeks pembangunan manusia Indonesia saat ini menduduki peringkat ke 110 dari 188 negara di tahun 2016.⁵ UNESCO dalam *Education For All Global Monitoring Report* (EFA-GMR) melansir peringkat kualitas pendidikan Indonesia di Asia Tenggara menempati peringkat ke-5 dibawah Singapura, Brunai Darussalam, Malaysia, dan Thailand.⁶ Sumber daya yang kualitasnya masih rendah secara tidak langsung merupakan hasil dari pola pendidikan yang ada saat ini. Dari hasil survey *Index Human Development* tersebut, maka mendesak sekali untuk segera dilakukannya perbaikan mutu lembaga pendidikan. Disisi lain, penduduk terbesar Indonesia adalah mayoritas memeluk agama Islam maka peningkatan nilai kualitas sumber daya manusia Indonesia terletak juga pada tanggungjawab dan peran lembaga pendidikan Islam.

Peluang pengembangan lembaga pendidikan Islam semakin meningkat jika melihat angka partisipasi jumlah siswa yang tinggi terhadap lembaga-lembaga pendidikan Islam, hal ini dapat terlihat peningkatah jumlah siswa Madrasah Aliyah Negeri atau Swasta dari tahun 2011 sejumlah 1.001.988 siswa dan pada tahun 2017

⁵ Agnes sukasni & Hady Efendi, *The Problematic of Education System in Indonesia and Reform Agenda*, International Journal of Education, Vol. 9, No. 3. 2017. Hal 184.

⁶ Agustinus Hermino, *Asean Economic Community In The Perspective Of Transformational Leadership in School*, International Journal of Education and Research, Vol. 4 No. 6 June 2016, hal 403.

naik sejumlah 1.294.876 siswa. Dari jumlah satuan lembaga pendidikan Madrasah Aliyah Negeri dan Swasta setiap tahunnya bertambah sangat signifikan pada tahun 2011 satuan lembaga pendidikan MAN/MA berjumlah 6415 madrasah, dan pada tahun 2017 berjumlah 7873 madrasah.⁷ Meningkatnya minat masyarakat yang ditandai dengan bertambahnya jumlah peserta didik setiap tahunnya dan diiringi meningkatnya pula jumlah lembaga pendidikan Islam tingkat MAN/MA tersebut hendaknya ditanggapi secara positif dengan jalan meningkatkan kualitas layanan pendidikan sehingga *brand image* lembaga pendidikan Islam di masyarakat tetap dapat dipertahankan bahkan terus meningkat.

Dengan terus bertambahnya jumlah madrasah dan meningkatnya jumlah peserta didik, harapan pendidikan Islam untuk tumbuh dan berkembang dari tiap tahunnya selalu ada. Hal ini harus dibarengi dengan pembenahan yang terus menerus dalam hal kualitas pengelolaannya, kurikulum, proses pembelajaran, tenaga pendidik, sarana prasarana, pembiayaan, lulusan dan sebagainya. Hal utama yang harus mendapat perhatian serius adalah SDM pengelolanya, seperti yang disampaikan Yakov Kedem dkk, "*Higher education institutions face technological, economic, social and Political changes that force them to make drastic adjustments in order to survive. This adjustments require professioanalism not only in the higher levels of*

⁷ Solahudin, *Peran Strategis Madrasah Swasta Di Indonesia*, Jurnal Kependidikan, Volume 6 no 1 tahun 2018. Hal 94.

management but also in the meadle and lower levels".⁸ Negara Indonesia dengan kuantitas jumlah penduduk Islam terbesar di dunia harus dibarengi dengan kualitas pendidikan Islam yang mumpuni, sehingga lembaga pendidikan Islam di Indonesia kedepan menghasilkan lulusan SDM berkualitas dan menjadi corong pendidikan Islam di masyarakat dunia.

Lezotte menyatakan bahwa terdapat beberapa karakteristik lembaga pendidikan yang dikategorikan sebagai lembaga pendidikan yang diminati serta mempunyai brand image sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas: *Pertama*, lingkungan sekolah yang aman dan tertib; *Kedua*, iklim serta harapan yang tinggi; *Ketiga*, kepemimpinan intraksional yang logis; *Keempat*, misi yang jelas dan terfokus; *Kelima*, kesempatan untuk belajar dan mengerjakan tugas bagi siswa; *Keenam*, pemantauan yang sering dilakukan terhadap kemajuan siswa serta hubungan rumah-sekolah yang mendukung.⁹

Menurut Pasaruman dan Lupiyoadi, terdapat lima dimensi lembaga pendidikan yang memiliki brand image di mata masyarakat antara lain: *Pertama*, *tangible* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu lembaga pendidikan Islam dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal; *Kedua*, *reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan lembaga pendidikan Islam untuk memberikan

⁸ Yakov Kedom & Mueen Fakhereldeen, *A Frame Work For The Training And Development Of Academic Managers In Higher Educations*. Journal Of Internasional Scientific Publications: Educational Alternatives, Vol 10 Part 1, 2012. Hal 116.

⁹ Lezzote, *Effective School; What Work and Doesn'n Work* (New York : NYT News Letter Press, 1995), 28.

pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi; *Ketiga, responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan (peserta didik), dengan penyampaian informasi yang jelas; *Keempat, assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada lembaga pendidikan; *Kelima, empathy* atau memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.¹⁰

Dari pandangan pakar pendidikan di atas, maka kebutuhan untuk membangun brand image pada lembaga pendidikan Islam perlu untuk dilakukan dalam rangka mempertahankan keberadaannya dan meningkatkan minat masyarakat. Dari wacana tersebut, asumsi mendasar yang terjadi dalam lembaga pendidikan Islam di Indonesia masih berkaitan dengan: *Pertama*, munculnya stigma di masyarakat bahwa lembaga pendidikan di Indonesia khususnya lembaga pendidikan Islam masih belum mampu membentuk perangkat layanan pendidikan berorientasikan *branding school* sehingga asumsi yang berkembang adalah bahwa lembaga pendidikan Islam dikenal sebagai

¹⁰ Siti Habibah dan Kartib Bayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa Pada SMK Swasta Kabupaten Subang*, JIMM UNIKOM (jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM). Vol 2 no 1. Tahun 2015. Hal 65-66

lembaga pendidikan yang hanya mengikuti kebijakan pada lembaga pendidikan umum; *Kedua*, budaya lembaga pendidikan Islam masih dimaknai bahwa ciri khas nilai ke-Islaman sebatas memakai jilbab, memakai celana panjang untuk lelaki ataupun tidak berjabat tangan dengan lawan jenis, namun budaya mutu layanan pendidikan seperti terciptanya *atmosphere* lembaga pendidikan yang menyenangkan, lingkungan belajar yang kondusif, serta moral dan spirit sekolah maupun standart mutu layanan pada lembaga pendidikan Islam belum mendapat perhatian yang maksimal; *Ketiga*, *branding* lembaga pendidikan Islam yang masih lemah dalam membentuk perangkat kepercayaan dan kepuasan masyarakat. Sehingga untuk mengangkat lembaga pendidikan Islam untuk menjadi *landmark* ataupun *branded School* masih butuh perbaikan berkelanjutan yang diakibatkan belum banyaknya lembaga pendidikan Islam yang mengutamakan kualitas dalam pelayanan. Untuk itu perbaikan mutu secara berkelanjutan sangat diperlukan sehingga *brand image* lembaga pendidikan Islam mempunyai tempat tersendiri di mata *stakeholder* dan masyarakat.

Marconi dalam Mirzai mengatakan “apa yang dilakukan dan apa yang menjadi filosofi dasar sebuah organisasi akan membentuk *brand image* di masyarakat”.¹¹ Oleh karena itu, usaha membangun *brand image* tergantung kinerja lembaga tersebut dalam pengelolaan dan peningkatan kualitas layanannya sehingga masyarakat menangkap persepsi, kesan, kepercayaan, nilai atas keberadaan dan

¹¹ Asal Mirzai, Yaser Sobhani & A. Slambolchi, *The Branding: A Study of Brand Image, Brand Associations and Reputation*, *Advanced Social Humanities and Management* 3 (1). 2016. Hal 52.

eksistensi lembaga pendidikan Islam tersebut. Orentasi pelaksanaan usaha membangun *brand image* arahnya ke publik internal dan publik eksternal organisasi. Implementasi membangun *brand image* ke public internal bertujuan untuk mempererat hubungan guna untuk memperlancar tugas-tugas harian sehingga menimbulkan hubungan yang harmonis antar pimpinan madrasah, guru, karyawan, dan siswa. Guna mewujudkan suasana yang harmonis tersebut perlu dibina hubungan yang terarah dan efektif terhadap semua pihak, tidak hanya dalam hubungan kerja saja tetapi juga diluar kerja dengan didasari rasa kekeluargaan. Sedang membangun *brand image* ke publik eksternal adalah upaya lembaga tersebut mengenalkan diri ke publik sebagai lembaga yang siap menampung dan melaksanakan proses pengajaran kepada peserta didik menjadi generasi yang diharapkan masyarakat. Menurut Nasution dalam Amin Haris menyampaikan bahwa implementasi membangun *brand image* ke publik eksternal meliputi: *Pertama*, memperkenalkan kegiatan yang akan dan sedang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan kepada masyarakat luas; *Kedua*, mensosialisasikan kepada masyarakat secara intensif tentang kebijakan yang berkaitan dengan akademis, keuangan, prestasi, program kegiatan siswa, dan sebagainya, agar persepsi masyarakat tetap positif terhadap tata kelola lembaga.¹² Dari upaya membangun *brand image* lembaga ini masyarakat diharapkan mampu menangkap citra lembaga secara keseluruhan (*corporate image*) sebagai lembaga yang menawarkan pelayanan prima.

¹² Haris, Amin, *Strategi Program Humas Dalam Pencitraan Perguruan Tinggi* (Malang: UMM Press, 2012), 23.

Geliat para sarjana muslim untuk meneliti tentang pendidikan Islam semakin bertambah, hal ini menjadi refensi yang sangat mumpuni bagi pengelola lembaga Islam untuk terus mempelajari dan bercermin bagaimana menjadikan madrasah-madrasah sebagai tawaran pilihan utama bagi masyarakat muslim. Dalam hal ini, diharapkan penelitian yang mengkaji tentang membangun *brand image* di lembaga pendidikan Islam akan menjadi tambahan referensi keilmuan bagaimana lembaga pendidikan Islam untuk terus memperbaiki mutu dan layanannya sehingga nantinya mampu membangun eksisitensinya yang awalnya hanya bersaing ditingkat lokal menuju persaingan global.

Brand image di lembaga pendidikan Islam merupakan tema yang menarik untuk diteliti karena output penelitian akan menjadi dasar teoritis dan praktis yang membantu lembaga pendidikan untuk dikenal oleh masyarakat luas, sebagai identitas pembeda dengan lembaga pendidikan lainnya, dan sebagai aset promosi yang mengalir secara alami di tengah-tengah masyarakat. Lembaga pendidikan Islam akan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya apabila menjadikan *brand image* sebagai factor penting untuk pemasaran jasa pendidikan yang diselenggarakan.

Brand image yang kuat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan. Semakin baik *brand image* yang dibangun, maka masyarakat akan lebih melirik jasa pendidikan yang ditawarkan. Hal ini membuktikan bahwa *brand image* suatu lembaga pendidikan penting untuk dibangun, sehingga lembaga-lembaga pendidikan Islam mampu berkompetisi secara

positif berdasarkan prestasi maupun layanan akademik yang baik. Untuk itu, penelitian tentang *brand image* lembaga pendidikan Islam perlu untuk terus digali secara rinci dan mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggali strategi-strategi membangun *brand image* yang dilakukan di dua lembaga yaitu MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dengan harapan penelitian ini menjadi cermin dan bahan introspeksi bagi lembaga pendidikan Islam untuk memperbaiki mutu dan layanan, dan juga bagaimana lembaga pendidikan Islam mampu bertahan dan eksis di tengah-tengah peta persaingan antar lembaga pendidikan baik ditingkat lokal, nasional bahkan di level internasional.

MA Ma'arif NU Kota Blitar dikenal oleh masyarakat sebagai lembaga pendidikan formal dibawah naungan pondok pesantren Nurul Ulum. Hasil wawancara dengan salah satu wali santri mengatakan bahwa *brand image* MA Ma'arif NU adalah sekolah NU dengan sistem *boarding school*.¹³ Masyarakat Kota Blitar jika mendengar lembaga pendidikan Islam MA Ma'arif NU Kota Blitar maka akan familiar dengan branding "*boarding school*."¹⁴ Dari wawancara awal dengan salah satu pengajar di MA Ma'arif NU Kota Blitar mengatakan bahwa setiap tahun pendaftar terus meningkat akan tetapi jumlah kuota penerimaan dibatasi, jadi dengan system pendidikan *boarding school* tipe pesantren telah membuahkan peningkatan

¹³ Wawancara dengan Ibu Sunarsih, walisantri yang sedang membayar SPP di MA Ma'arif NU Kota Blitar. Tanggal 19 Agustus 2020. Pukul 12.00

¹⁴ Wawancara dengan Mamluatul Hasanah alumni MAM NU, Tanggal 11 Agustus 2020. Pukul 11.00

minat jumlah pendaftar peserta didik.¹⁵ Peningkatan jumlah pendaftar di MA Ma'arif NU Kota Blitar dapat dilihat pada diagram dibawah ini.¹⁶

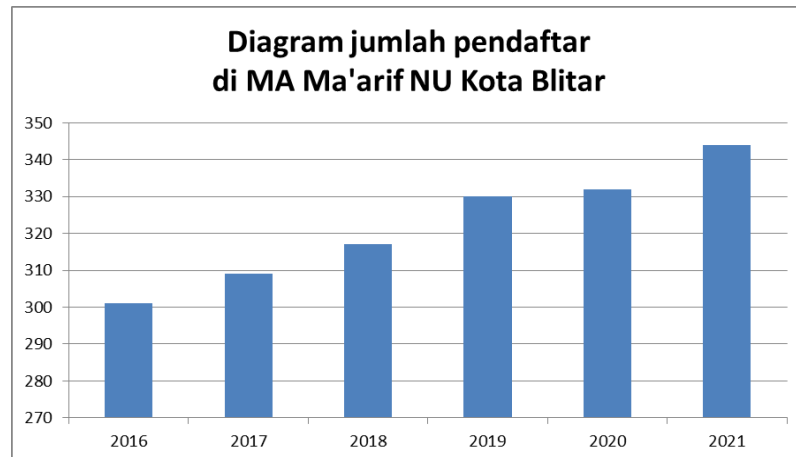


Diagram 1.1 Jumlah pendaftar di MA Ma'arif NU Kota Blitar

Diagram diatas menunjukkan grafik peningkatan pendaftar, pada tahun 2016 sejumlah 301 sampai pada 2021 mencapai jumlah 344. Brand sebuah lembaga pendidikan juga dipengaruhi oleh tingkat kualitas akreditasi dan sejak tahun 2017 MA Ma'arif NU mendapat nilai akreditasi A, hal ini menjadi kesan positif di mata masyarakat.¹⁷ MA Ma'arif NU Kota Blitar berlokasi dekat dengan pusat kota Blitar dan dikelilingi beberapa lembaga menengah tingkat atas namun setiap tahunnya MA Ma'arif tidak sepi peminatnya. Hal tersebut menjadikan daya tarik peneliti untuk menggali lebih

¹⁵ Wawancara dengan Bapak M. Ilham Mutaqin, Guru di MA Ma'arif NU Kota Blitar, 24 April 2019. Pukul 11.00

¹⁶ Dokumen diagram jumlah pendaftar di MA Ma'arif NU Kota Blitar

¹⁷ Wawancara dengan Pak Nur'aini, salah satu Guru di MA Ma'arif NU Kota Blitar, 24 April 2019. Pukul 11.30

dalam tentang *brand image* yang selama ini berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menyekolahkan putra-putrinya di MA Ma'arif NU tersebut.

MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar merupakan lembaga pendidikan Islam berbasis masyarakat dibawah naungan yayasan Al Ma'arif yang dipimpin oleh Bapak Zamroji.¹⁸ Wawancara awal dengan kepala madrasah yang mengatakan bahwa walaupun lokasi MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar berada di wilayah pinggiran akan tetapi setiap tahun peminat atau pendaftar terus semakin meningkat dan tentu pihak lembaga sendiri merasa tidak mampu untuk menerima semua pendaftar. Diagram peningkatan jumlah pendaftar dapat dilihat dibawah ini:¹⁹

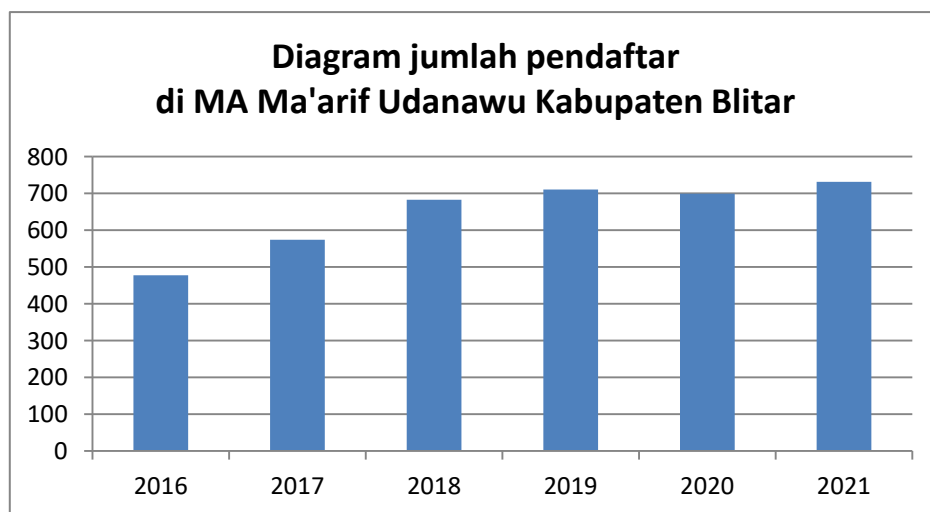


Diagram 1.2 Jumlah pendaftar di MA Udanawu Kabupaten Blitar

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Kunaifi, Guru kepala MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar, 6 Desember 2020. Pukul 09.00

¹⁹ Dokumen diagram jumlah pendaftar di MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar

Diagram diatas menunjukkan grafik peningkatan pendaftar, pada tahun 2016 sejumlah 478 sampai pada 2021 mencapai jumlah 732. Pada 2021 capaian jumlah murid adalah 1835 siswa.²⁰ Sumber lain menjelaskan bahwa lembaga MA Ma'arif Udanawu mulai dilirik dan mendapat perhatian masyarakat luas sekitar 5 tahunan ini, ketika itu yang dibenahi dari dalam dulu yaitu tentang kualitas lembaga terutama kedisiplinan baik siswa maupun tenaga pengajar. Setelah dirasa kualitas didalam lembaga kuat, lalu dilanjutkan dengan proses membangun *brand image* di masyarakat.²¹ Masyarakat Blitar mengenal MA Ma'arif Udanawu dengan istilah madrasah aliyah dengan program unggulan "ketrampilan." Sehingga *brand image* MA Ma'arif Udanawu yang dikenal adalah "Aliyah Ketrampilan."²² Kepala madrasah sendiri menegaskan bahwa sebenarnya program pembelajaran MA Ma'arif menitik beratkan tiga hal (ilmu agama, ilmu umum, dan ketrampilan) yang konsep tersebut dinamakan *three in one*, namun seiring perjalanan waktu ternyata masyarakat lebih mengenal MA Ma'arif dengan *brand* "Aliyah Ketrampilan."²³

MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar selalu mengalami peningkatan jumlah pendaftar tiap tahunnya dan tentunya hal tersebut tidak lepas atas kiprah lembaga yang diakui branding-nya di masyarakat luas.

²⁰ Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, kepala MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar, 26 Agustus 2021. Pukul 12.30

²¹ Wawancara dengan Bapak Hadi Pramono, selaku waka kurikulum MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar Tanggal 21 Agustus 2020. Pukul 13.00

²² Wawancara dengan Ayu Hamidah, Alumni MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar Tanggal 21 Maret 2020. Pukul 14.00

²³ Wawancara dengan Bapak Faiz Balya, kepala MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar, 21 Agustus 2020. Pukul 12.30

Keberhasilan dalam menjaga reputasi dan tingginya animo masyarakat merupakan wujud dari hasil membangun *brand image* yang dilakukan segenap warga madrasah di dua lembaga tersebut. Dengan letak geografis dan kondisi lingkungan masyarakat yang berbeda; tentunya pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi dalam membangun branding lembaga di kedua lembaga tersebut sangat berbeda. Hal ini yang menarik perhatian peneliti ingin menggali secara mendalam tentang hal-hal yang dilakukan kedua situs tersebut dalam menjaga reputasinya di masyarakat. Untuk itu peneliti ingin mengkaji secara mendalam strategi membangun *brand image* lembaga dalam meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penjajakan lapangan, peneliti menemukan hal-hal penting terkait strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar, yaitu terkait pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi dalam membangun *brand*-nya di masyarakat. Hal ini yang ditetapkan menjadi fokus penelitian. Berdasarkan fokus di atas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pendekatan dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar?

2. Bagaimana metode dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar?
3. Bagaimana teknik dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar?
4. Apa *brand image* yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat?
5. Bagaimana evaluasi dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian disebutkan di atas, peneliti berharap akan mencapai tujuan penelitian. Dengan tercapainya tujuan maka kegunaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pendekatan dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat yang di lakukan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

2. Menjabarkan metode dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.
3. Menemukan dan mendeskripsikan teknik dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.
4. Menemukan dan menjelaskan *brand image* yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam meningkatkan minat masyarakat.
5. Menjelaskan secara detail tentang evaluasi dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan minat masyarakat di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan yang telah disebutkan di atas, peneliti berharap mencapai tujuan penelitian. Dengan tercapainya tujuan maka kegunaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis:

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan sumbangan tentang konsep membangun *brand image* lembaga pendidikan Islam di masyarakat terkait

pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi. Selain hal tersebut penelitian ini mampu menghadirkan nilai tambah terkait kiat-kiat dalam mengembangkan lembaga pendidikan Islam melalui teori *brand image* lembaga yang pada tujuan akhirnya masyarakat sebagai konsumen pendidikan semakin berminat untuk menjadikan lembaga pendidikan Islam sebagai pilihan utama.

2. Secara Praktis:

Penelitian ini secara praktis berguna dan sebagai masukan informasi bagi:

a. Bagi kementerian agama kabupaten/kota

Penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk menentukan kebijakan-kebijakan di lembaga pendidikan Islam terkait strategi membangun *brand image* dibawah binaan kementerian agama kabupaten/kota kedepan agar lebih baik.

b. Bagi madrasah yang bersangkutan

Hasil penelitian ini diharapkan memberi kontribusi penting bagi MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam mewujudkan branding madrasah agar selalu memiliki daya tarik bagi masyarakat luas.

c. Bagi kepala madrasah

Penelitian ini memberi sumbangsih berupa gambaran yang utuh terkait kiat-kiat dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang diminati masyarakat melalui

strategi-strategi dalam membangun sebuah *brand image* di lembaga pendidikan Islam

d. Bagi jabatan waka humas

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil terobosan-terobosan dalam mewujudkan lembaga pendidikan Islam yang mempunyai *brand image* positif di masyarakat.

e. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa kesadaran kepada pembaca untuk mengenal ciri khas keunggulan sebuah lembaga pendidikan sesuai *branding* di lembaga pendidikan yang telah ditawarkan.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari persepsi yang salah dalam memahami judul penelitian disertasi strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan minat masyarakat di lembaga pendidikan Islam (Studi Multi Situs di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar) maka diperlukan penegasan istilah:

a. Konseptual

1. *Brand image* adalah sekumpulan asumsi (kepercayaan, ide, kesan, dan impresi) yang ada dibenak masyarakat terhadap keberadaan lembaga

pendidikan Islam yang terbentuk dari berbagai informasi dari berbagai sumber yang mereka tangkap.²⁴

2. Minat masyarakat adalah daya pikat terhadap suatu obyek yang mana masyarakat terpengaruhi untuk menggunakan atau membeli barang/jasa yang ditawarkan dari pihak produsen (sekolah).²⁵ Adapun minat masyarakat dalam penelitian ini adalah segenap anggota masyarakat yang tertarik menyekolahkan anak-anaknya di lembaga pendidikan Islam.
3. Pendekatan merupakan cara pandang lembaga pendidikan Islam terhadap keberadaan masyarakat.²⁶ Sehingga dalam membangun *brand image* lembaga perlu memahami pendekatan-pendekatan tertentu untuk memudahkan dalam memahami keberagaman masyarakat.
4. Metode adalah cara kerja yang disusun secara sistematis untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.²⁷ Dalam hal ini metode mengarah bagaimana mewujudkan *brand image* lembaga pendidikan Islam.
5. Teknik merupakan implementasi metode untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan;²⁸ yaitu bagaimana lembaga mempunyai *brand image* positif dimasyarakat.

²⁴ Yulia Rukmana, *Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing di SMA negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo* (Malang: Pasca Sarjana UIN Malang, 2016), 34.

²⁵ William Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1993), 20.

²⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang : Banyumedia Publising, 2006), 71.

²⁷ Barnawi dan Jajat Darajat, *Penelitian Fenomenologi Pendidikan* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2018), 15.

²⁸ John Afifi, *Tips dan trik Menjual Diri*. (Yogyakarta: FlashBooks, 2014) 79.

6. Evaluasi merupakan kegiatan yang terencana dan dilakukan secara berkesinambungan untuk meninjau keberlangsungan sebuah program²⁹; Program yang dimaksud adalah bagaimana lembaga pendidikan Islam mampu melaksanakan tujuan membangun *brand image* di masyarakat dengan berhasil.

Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan minat masyarakat adalah sebuah usaha untuk memperkenalkan reputasi lembaga pendidikan Islam ke masyarakat luas dengan menciptakan kesan-kesan positif sehingga mampu diterima dengan baik berdasarkan prestasi maupun layanan akademik yang ada, yang pada tujuan akhirnya lembaga pendidikan Islam tetap diminati masyarakat dan mempunyai daya tarik bagi calon pendaftar.

b. Operasional.

Penegasan secara operasional dari judul “Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan minat masyarakat di lembaga pendidikan Islam (Studi Multi Situs di MA Ma’arif NU Kota Blitar dan MA Ma’arif Udanawu Kabupaten Blitar)” adalah usaha memajukan lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* lembaga ke publik dengan pendekatan, metode, teknik dan evaluasi kepada masyarakat luas sehingga lembaga-lembaga pendidikan Islam mempunyai reputasi dan diterima di masyarakat dengan baik berdasarkan prestasi, pemasaran, promosi maupun layanan akademik yang ada. Sehingga dengan usaha membangun *brand*

²⁹ Arikunto, Abdul & Jabar, *Evaluasi Program Pendidikan: Pedoman Teoritis Praktis bagi Mahasiswa dan Praktisi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 56.

image di masyarakat, lembaga pendidikan Islam tidak akan sampai sepi peminat/pendaftar.

F. Sistematika Pembahasan

Agar mudah dalam memahami penelitian ini, maka peneliti mengemukakan sistematika pembahasan yang terdiri dari tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir.

Bagian awal terdiri dari halaman pengajuan, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran.

Bagian isi terdiri dari enam bab dan masing-masing bab berisi sub-bab yaitu: Pada bab pertama, penulis memaparkan tentang konteks penelitian yang berisi landasan-landasan yang memunculkan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan-permasalahan ini nantinya berupa fokus penelitian yang diturunkan menjadi beberapa pertanyaan penelitian, Pertanyaan penelitian akan dijelaskan pada tujuan penelitian sebagai arah dalam melakukan penelitian ini, kegunaan penelitian merupakan kontribusi hasil penelitian baik secara teoritis dan praktis, penegasan istilah merupakan sub-bab berikutnya yang berisi dari variable yang masih ambigu dan perlu penegasan lebih jelas sesuai konten disertasi, penelitian terdahulu sebagai landasan atau pijakan penelitian terkait pertimbangan dan perbandingan atas penelitian yang akan dilakukan.

Bab kedua berisi kajian teori yang menjelaskan tentang informasi yang dapat mendukung terkait permasalahan-permasalahan yang ada di penelitian. Kajian teori terkait informasi tentang brand image lembaga pendidikan Islam yang terdiri; konsep *brand image* lembaga pendidikan Islam, minat masyarakat dan strategi membangun *brand image* lembaga pendidikan Islam yang menekankan pada pendekatan, metode, teknik, dan evaluasi.

Bab ketiga berisi metode penelitian yang berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan subyek penelitian, instrument penelitian, data dan sumber data, pengumpulan data, analisis data. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif maka hasil penelitian dideskripsikan secara naratif, dan diharapkan penelitian ini akan menghasilkan rangkaian konsep terkait strategi membangun *brand image* di lembaga pendidikan Islam.

Bab keempat peneliti memberikan penjelasan dengan rinci tentang hasil penelitian terkait paparan data dan temuan penelitian yang berisikan paparan data dan temuan penelitian. Data dari hasil wawancara mendalam, observasi partisipatif dan dokumentasi akan dipaparkan secara mendalam sesuai pada fokus penelitian setelah melalui tahap analisis data. Dari pemaparan data akan menghasilkan temuan penelitian yang menjadi pijakan untuk pembahasan pada bab selanjutnya.

Bab kelima berisi pembahasan hasil penelitian. Bab ini memuat temuan penelitian dari masing-masing situs yang diintegrasikan dengan gagasan peneliti dan

teori-teori dari bab dua (*grand theory*). Berdasarkan hal tersebut, peneliti dapat mengambil kesimpulan yang sesuai dengan focus penelitian.

Bab keenam berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat uraian singkat dari hasil penelitian terkait dengan fokus penelitian. Saran merupakan masukan bagi instansi pihak yang terkait dengan penelitian ini.

Bagian akhir berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan biodata peneliti. Daftar rujukan terkait referensi yang digunakan dalam penelitian ini. Lampiran-lampiran memuat dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini; *time schedule* bimbingan penulisan disertasi, daftar pertanyaan untuk wawancara, dan daftar observasi. Biodata peneliti berupa biografi peneliti secara lengkap.