

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kesimpulan Situs I

- a. Pendekatan yang dilakukan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam membangun brand image adalah dengan cara membuat slogan “mondok sambil sekolah” sebagai perwujudan atas program dan kegiatan yang ditawarkan, hal ini yang menjadi brand bahwa MA Ma'arif NU Kota Blitar dikenal sebagai madrasah aliyah boarding school. Dalam pendekatan ke masyarakat, MA Ma'arif NU Kota Blitar juga memanfaatkan sebagian pengajarnya yang merupakan da'i dan pengurus keorganisasian NU untuk mengenalkan lembaga ke masyarakat luas.
- b. Metode yang digunakan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dalam membangun brand lembaga adalah dengan cara langsung dan tidak langsung. Metode langsung dilakukan dengan mengundang masyarakat untuk datang langsung ke lembaga dan pihak lembaga hadir ditengah-tengah masyarakat secara langsung sebagai upaya proaktif mengenalkan, mempublikasikan, memasarkan madrasah

kepada masyarakat luas. Cara tidak langsung adalah dengan menyampaikan brand lembaga melalui media masa dan media sosial.

- c. Teknik dalam membangun brand image yang dilakukan oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar diantaranya melalui pemanfaatan foto kegiatan yang di share melalui media sosial, pengajar yang sekaligus da'i untuk mengisi ceramah agama Islam di stasiun radio, dan penyampaian brand lembaga melalui kepengurusan dan keorganisasian NU.
- d. Brand image MA Ma'arif NU Kota Blitar yang dikenal masyarakat adalah NU boarding school hal ini merupakan perwujudan dari pelaksanaan pendidikan yang mewajibkan setiap peserta didiknya untuk mukim 24 jam penuh di lokasi Pondok Pesantren Nurul Ulum yang didirikan oleh pengurus cabang NU Kabupaten dan Kota Blitar.
- e. Evaluasi dalam membangun brand image di MA Ma'arif NU Kota Blitar dilaksanakan melalui rapat rutin secara mufakat oleh jajaran pimpinan di tingkat Madrasah dan oleh jajaran pimpinan pondok pesantren Nurul Ulum. Langkah pelaksanaan evaluasi menggunakan system SWOT, yaitu dalam mengevaluasi mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan terkait terwujudnya brand image lembaga.

2. Kesimpulan Situs II

- a. Pendekatan yang dilakukan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dalam membangun brand image adalah dengan membuat slogan "*Three in one*" sebagai perwujudan layanan pendidikan yang mengintegrasikan ilmu agama,

ilmu umum, dan keterampilan. Program keterampilan inilah yang menjadi brand image kuat di masyarakat. MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar juga mendekati individu-individu yang berpengaruh di masyarakat dan juga menjaga pola interaksi yang baik dengan organisasi-organisasi yang ada di masyarakat.

- b. Metode dalam membangun brand image yang dilakukan oleh MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar dengan cara langsung melalui mengundang masyarakat untuk datang ke madrasah agar mengetahui secara pasti program, kegiatan, dan prestasi lembaga. MA Ma'arif Udanawu juga menggunakan metode tidak langsung dengan cara memanfaatkan media online untuk menyampaikan brand lembaga ke masyarakat luas.
- c. Teknik dalam membangun brand image di MA Ma'arif Udanawu menggunakan 3 teknik yaitu visual, audio, dan audio visual. Teknik visual adalah teknik yang hanya terbaca oleh indera penglihatan diantaranya dengan memasang umbul-umbul, spanduk, dan banner di lingkungan madrasah. Teknik audio adalah menggunakan media suara dengan pemanfaatan pengeras suara (TOA) untuk pembacaan asmaul husna, al qur'an, tahlil setiap pagi oleh siswa. Teknik audio visual adalah menggunakan media suara dan gambar bergerak melalui pemanfaatan media sosial.
- d. Brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif Udanawu kabupaten Blitar adalah MA Keterampilan, hal ini karena MA Ma'arif Udanawu yang merupakan lembaga berbasis Islam telah membuat terobosan dengan membuka program keterampilan.

- e. Evaluasi dalam membangun brand image lembaga di MA Ma'arif Udanawu dilaksanakan dengan rapat rutin dan juga rapat yang sifatnya incidental (sesuai kebutuhan). Evaluasi dilaksanakan oleh jajaran pimpinan madrasah yaotu kepala madrasah, ketua yayasan, para wakil kepala, dan kepala TU. Adapun langkah evaluasi adalah (1) dianalisis progress program brand image satu persatu, (2) dicari penyebab masalah, (3) mencari solusi dan melaksanakannya secara bertanggungjawab.

3. Kesimpulan Lintas Situs

- a. Pendekatan yang digunakan lembaga pendidikan Islam dalam membangun *brand image* adalah dengan membuat slogan sebagai perwujudan atas program dan kegiatan yang ditawarkan. Slogan tersebut merupakan cermin identitas lembaga untuk diterima dan menjadi brand kuat di masyarakat. Dalam pendekatan ke masyarakat lembaga pendidikan Islam juga mendekati individu-individu yang berpengaruh di masyarakat dan juga menjaga pola interaksi yang baik dengan organisasi-organisasi yang ada di masyarakat.
- b. Metode yang digunakan lembaga pendidikan Islam dalam membangun *brand image* adalah melalui cara langsung dan tidak langsung. Metode langsung dilaksanakan dengan bertatap muka langsung dengan masyarakat dengan tujuan mengenalkan, mempromosikan, dan memasarkan secara langsung terkait layanan pendidikan yang diselenggaraan madrasah. Sedangkan metode tidak langsung dilaksanakan dengan memanfaatkan media sosial dan media masa

karena mampu menjangkau ke berbagai wilayah dan mudah diakses masyarakat luas.

- c. Teknik yang digunakan lembaga pendidikan Islam untuk membangun brand image adalah teknik visual, audio, dan audio visual. Teknik visual dilaksanakan dengan cara menggunakan media gambar/tulisan yang hanya terbaca oleh indera penglihatan seperti; website, pameran madrasah, foto kegiatan, majalah dinding, surat, papan pengumuman, flyer, billboard, spanduk, banner, brosur, dan kalender. Teknik audio dilaksanakan dengan cara penyampaian informasi kepada masyarakat dengan menggunakan media suara seperti; radio, pengeras suara, kesenian, dan lagu. Teknik audio visual dilaksanakan dengan cara penyampaian informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan suara dan gambar bergerak seperti; media sosial, televisi, video singkat, pertunjukan seni, melalui ceramah agama, melalui rapat, dan kunjungan ke rumah, bakti sosial, dan pawai atau karnafal.
- d. Brand image MA Ma'arif NU Kota Blitar yang dikenal masyarakat luas adalah NU boarding school sedangkan brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif Udanawu di mata masyarakat adalah MA plus keterampilan.
- e. Lembaga Pendidikan Islam melaksanakan rapat rutin untuk mengevaluasi permasalahan terkait brand image lembaga yang dibangun di masyarakat. Langkah evaluasi bisa dilaksanakan dengan analisis SWOT, yaitu; a) ditentukan target yang dievaluasi; b) deskripsi kondisi internal yaitu dengan menganalisis kekuatan organisasi dan kelemahan organisasi; c) diskripsi

kondisi eksternal yaitu dengan peluang dan tantangan yang dihadapi; d) menyusun strategi solusi permasalahan. Langkah evaluasi juga bisa dilaksanakan dengan ; a) setiap program dianalisis progresnya satu persatu; b) mencari penyebab kenapa program tersebut tidak berjalan sesuai harapan bersama; c) setelah diketahui penyebab masalah dan ketemu jalan keluar maka ada tindak lanjut evaluasi yaitu pelaksanaan perbaikan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

1. Implikasi Teoritis

- a. Hasil penelitian terkait pendekatan dalam membangun *brand image* di lembaga pendidikan Islam ini mengafirmasi teori yang dikembangkan Philip Kotler yang mengatakan bahwa *brand image* merupakan posisi istimewa di benak masyarakat berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan pergaulannya. Pada penelitian ini ditemukan bahwa posisi istimewa lembaga pendidikan Islam di benak masyarakat dibangun dengan melaksanakan: (1) Membuat slogan sebagai janji nyata atas layanan pendidikan yang diselenggarakan, (2) Menjalin interaksi dengan wujud kerjasama yang saling menguntungkan dengan organisasi lainnya, (3) Mendekati individu-individu yang berpengaruh di masyarakat dengan tujuan lembaga dikenal dan dipercaya oleh masyarakat luas.
- b. Hasil penelitian terkait metode dalam membangun *brand image* di lembaga pendidikan Islam ini menguatkan teori yang dikemukakan oleh Kotler yang menyatakan bahwa *brand image* sepenuhnya persepsi tentang segala sesuatu

yang masyarakat lihat, dengar, baca, ketahui, rasakan, pikirkan tentang suatu produk atau jasa. Pada penelitian ini ditemukan bahwa persepsi masyarakat pada lembaga pendidikan Islam dibangun berdasar: (1) melaksanakan pertemuan langsung dengan masyarakat untuk meyakinkan eksistensi madrasah atas program yang diselenggarakan, (2) memanfaatkan media massa dan media sosial untuk mengenalkan, memasarkan, dan membangun kesan positif dibenak masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan digunakan sebagai jalan pintas atas keyakinan dalam proses pengambilan keputusan memilih lembaga pendidikan untuk menyekolahkan anak-anaknya.

- c. Hasil penelitian terkait teknik dalam membangun *brand image* di lembaga pendidikan Islam ini mengelaborasi teori yang dikembangkan Sudaryono yang menyatakan bahwa masyarakat yang menunjukkan minat terhadap layanan jasa atau suatu produk mempunyai ciri sebagai berikut: (1) mencari informasi dan benar-benar mengetahui secara rinci sebagai bahan dasar pengetahuannya, (2) dengan bertambah pengetahuannya, maka masyarakat akan merasa mendapat dukungan dan menghilangkan keraguannya, (3) senang membicarakan kepada orang lain, (4) berinisiatif untuk memberitahu mereka yang dianggap dekat dan penting untuk memakai jasa atau produk tersebut. Pada penelitian ini dikemukakan bahwa lembaga pendidikan Islam untuk membangun brand image harus memberikan informasi lengkap kepada masyarakat tentang layanan pendidikan yang diselenggarakan dengan teknik penyampaian secara visual, audio, dan audio visual yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat.

Penelitian ini menyebutkan bahwa masyarakat yang berminat terhadap lembaga pendidikan Islam mempunyai potensi untuk: (1) menjadi pelanggan setia dan loyal terhadap lembaga pendidikan Islam, (2) menjadi iklan berjalan yang mampu mempengaruhi masyarakat lain memakai jasa pendidikan di lembaga pendidikan Islam, (3) mengurangi biaya pemasaran di lembaga pendidikan Islam, (4) menjadi alat komunikasi persuasif di masyarakat.

- d. Hasil penelitian terkait brand image yang berhasil dibangun oleh MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar melengkapi teori dari Kotler yang menyatakan bahwa *brand image* adalah janji kepada konsumen yang secara konsisten harus ditepati. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa brand image merupakan ciri khas lembaga sebagai cermin perwujudan dari pelaksanaan pendidikan lembaga yang diketahui, dilihat, dan dipercaya oleh masyarakat dan secara terus menerus direalisasikan melalui program kegiatan siswa setiap harinya.
- e. Hasil penelitian terkait evaluasi dalam membangun *brand image* mengembangkan teori Purwanto yang menyatakan bahwa terkandung 3 (tiga) aspek yang menjadi titik tekan evaluasi program pendidikan: (1) Kegiatan evaluasi merupakan proses yang sistematis, terencana, dan berkesinambungan, (2) evaluasi berdasarkan informasi atau data terkait objek yang sedang dievaluasi, (3) Setiap kegiatan evaluasi tidak dapat dilepaskan dari tujuan-tujuan yang hendak dicapai. Dari ketiga aspek yang disebutkan Purwanto tersebut, penelitian ini menemukan pula aspek agar evaluasi program di

lembaga pendidikan Islam mencapai hasil maksimal; (1) evaluasi dilaksanakan melalui rapat secara rutin oleh para pimpinan lembaga pendidikan, (2) evaluasi dilaksanakan dengan cara menganalisis progress semua program lembaga satu persatu, (3) jika menemukan program yang tidak berjalan dan perlu dievaluasi maka madrasah melihat kekuatan yang dimiliki dan kelemahan yang ada dalam menghadapi masalah tersebut, (4) solusi atas evaluasi ditentukan atas mufakat bersama untuk ditindak lanjuti secara bertanggungjawab.

2. Implikasi Praktis

- a. Brand image lembaga dapat dibangun melalui peningkatan kualitas lembaga. Hal ini mempunyai implikasi bahwa sekolah, pesantren, dan madrasah harus mampu meningkatkan kualitas pendidikannya agar dapat meningkatkan brand image dan minat masyarakat.
- b. Brand image lembaga dapat diwujudkan melalui slogan lembaga. Hal ini berimplikasi bahwa sebuah lembaga pendidikan harus membuat slogan sebagai identitas program unggulan agar dapat mewujudkan brand image yang dominan di masyarakat.
- c. Brand image lembaga dapat ditingkatkan melalui pendekatan dengan tokoh public dan bekerjasama dengan organisasi lain. Hal ini berimplikasi bahwa pimpinan sebuah lembaga pendidikan harus senantiasa mendekati tokoh

masyarakat dan juga melakukan kerjasama dengan organisasi lainnya agar brand image lembaga semakin kuat di masyarakat.

- d. Brand image lembaga pendidikan dapat dibangun melalui cara mengundang dan mendatangi masyarakat secara langsung. Hal ini mempunyai implikasi bahwa sebuah lembaga pendidikan harus mengundang dan mendatangi masyarakat untuk menyampaikan program, kegiatan, dan prestasinya agar dapat meningkatkan brand image di mata public.
- e. Brand image lembaga pendidikan dapat dibangun melalui pemanfaatan media sosial. Hal ini berimplikasi bahwa sekolah, madrasah, dan pesantren harus memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan segala informasi lembaga supaya brand image dan minat masyarakat semakin meningkat.
- f. Brand image lembaga pendidikan dapat dikuatkan oleh unsur place, price, people, produk, dan promosi. Hal ini berimplikasi bahwa sekolah, pesantren, dan madrasah harus mampu meningkatkan tata kelola terkait elemen place, price, people, produk, dan promosi milik lembaga tersebut.

C. Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran terutama kepada pihak yang terkait sebagai berikut:

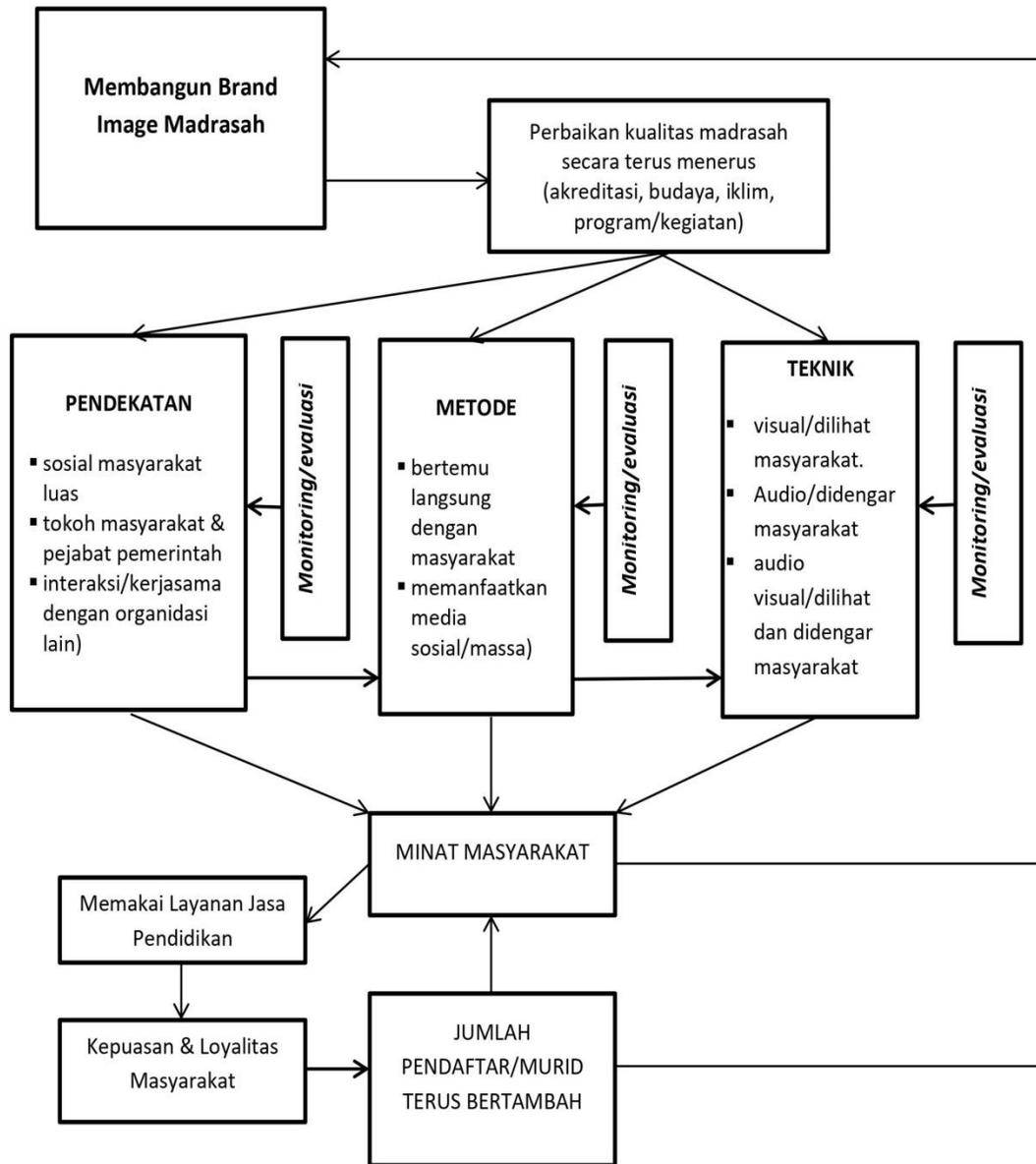
1. Sekolah dan madrasah khususnya MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MA Ma'arif Udanawu Kabupaten Blitar.

- a. Hendaknya membentuk tim penanggungjawab dalam upaya membangun brand image lembaga pendidikan.
- b. Tetap memegang komitmen bahwa pelayanan terbaik terhadap siswa dan masyarakat membawa dampak signifikan terhadap *brand* lembaga.
- c. Tetap melakukan perbaikan yang berkesinambungan terhadap kualitas madrasah dan konsisten mempertahankan *brand image* positif di lembaga pendidikan sebagai lembaga pendidikan yang menjadi pilihan utama masyarakat.
- d. Berupaya meningkatkan prestasi layanan pendidikan baik akademik maupun akademik, dikarenakan layanan tersebut telah menjadi brand tersendiri bagi lembaga pendidikan Islam.

2. Peneliti lain

- a. Agar dilakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam tentang perlunya membangun *brand image* suatu lembaga pendidikan khususnya pendidikan Islam yang dirasa masih perlu perbaikan dan penelitian yang berkelanjutan dengan menggunakan fokus lain, sebab dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan.
- b. Agar ditindak lanjuti langkah-langkah penelitian ini dengan menyelenggarakan studi yang sama pada setting yang berbeda.

D. Recommended Model



Gambar 6.1 recommended model strategi membangun brand image di lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan minat masyarakat