

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan era global akhir-akhir ini memberikan sinyal akan pentingnya peningkatan kemandirian dan daya saing sebuah negara di dunia internasional. Untuk bisa menjadi negara dengan daya saing tinggi harus ada beberapa yang harus terpenuhi diantaranya meliputi infrastruktur, kualitas, birokrasi, stabilitas ekonomi makro, dan tidak terkecuali dalam bidang pendidikan yang merupakan tulang punggung berdirinya sebuah bangsa. Pendidikan sekarang dengan masa lalu memiliki perbedaan yaitu pendidikan moral sekarang telah mulai bergeser karena tidak lagi menjadi karakter, sifat dan tolak ukur pribadi bangsa. Terjadinya perubahan yang pesat dalam ilmu pengetahuan, teknologi, modernisasi, dan industrialisasi mendorong terjadinya pergeseran sistem arah, dan tata kelola pendidikan.

Suharsono menjelaskan dalam Kunandar bahwa pernyataan pendidikan adalah kunci modernisasi atau pendidikan adalah investasi manusia memperoleh pengakuan dari banyak kalangan ahli. Jika tidak mampu mengembangkan SDM, suatu bangsa tidak akan dapat membangun negaranya. Oleh karena itu, pengembangan dan pembangunan SDM merupakan salah satu syarat yang penting bagi pembangunan. Dalam sejarah pembangunan ekonomi di banyak Negara industri terlihat bahwa kualitas SDM dalam pembangunan yang dikenal dengan istilah *human resources based development*, telah

mengantarkan negara-negara seperti Taiwan, Korea selatan, Singapura menjadi negara-negara industri maju.¹

Di sinilah pendidikan diharuskan menampilkan dirinya, apakah ia mampu mendidik dan mempunyai *Brand* yang tinggi sehingga menghasilkan para siswa yang berdaya saing tinggi atau justru mandul dalam menghadapi gempuran berbagai dinamika globalisasi tersebut.² Sehingga menentukan sekolah yang terbaik untuk anak-anak merupakan keputusan penting bagi setiap orang tua. Setiap orang tua memang seharusnya mencari sekolah terbaik atau kualitas bagi anaknya.³ Mereka akan memilih lembaga pendidikan yang dianggap memiliki keunggulan dari lembaga pendidikan yang lain. Mulai dari itulah, persaingan antar lembaga pendidikan dimulai, dan ketika lembaga pendidikan tersebut tidak peka terhadap persaingan tersebut, maka ia akan jauh tertinggal dari lembaga pendidikan lain yang telah mempersiapkan diri dalam memiliki keunggulan kompetitif.

Mewujudkan sistem dan iklim pendidikan nasional yang demokratis dan berkualitas guna mewujudkan bangsa yang berakhlak mulia, kreatif, inovatif, berwawasan kebangsaan, cerdas, sehat, disiplin, bertanggung jawab, trampil, serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Pengelolaan pendidikan menjadi sangat penting, dimana pertumbuhan dan perkembangan lembaga dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan scanning

¹Kunandar, *Guru Profesional: Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) dan Persiapan Menghadapi Sertifikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada,2007), 10

²Armai Arief, *Reforpasi Pendidikan Islam*, (Ciputat: Press Group, 2007), 4

³Arnoldi Zainal, *Analisis Pengaruh dan Kepercayaan Orang Tua dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama Islam Untuk Putra Putrinya*, Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 11 Nomer 1 , 2013 di akses 17 Maret 2018

lingkungan eksternal, memperhitungkan kompetensi internal, harus dapat menciptakan strategi yang mumpuni untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri. Sekolah yang ingin menang dalam persaingan yang begitu ketat antar sekolah harus memiliki persepsi kualitas di mata konsumen yang baik. Oleh karena itu sekolah harus meningkatkan terus menerus kualitas setiap tahunnya.

Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan saat ini, menjadikan persaingan menjadi ketat. Sekolah-sekolah bersaing untuk mendapatkan murid sebanyak-banyaknya tanpa melupakan mutu pendidikan. Tetapi tidak dipungkiri dalam persaingan, banyak hal yang dilakukan setiap lembaga guna memenangkan persaingan. Ada yang menggunakan cara-cara kotor dan ada yang menggunakan cara-cara yang baik dalam memenangkan persaingan. Potret atas pelanggan lembaga pendidikan ke depan adalah adanya persaingan yang tinggi sehingga sangat banyak penawaran jasa lembaga pendidikan, meningkatnya tuntutan pelanggan atau siswa utamanya pada kualitas dan biaya, kemajuan teknologi komunikasi informasi dan komputer yang merubah semua segi kehidupan, dan sebagainya.

Keunggulan bersaing dalam pandangan islam yang dikemukakan Abidin menekankan keunggulan yang diciptakan bersifat hakiki. Keunggulan hakiki adalah keunggulan yang mampu membawa manusia memasuki surga yang disediakan Allah. Pada dasarnya keunggulan itu dapat menjadi alat untuk mencapai keunggulan akhirat.⁴ Untuk dapat menciptakan keunggulan hakiki,

⁴Zainal Abidin D, *Tip-tip Cemerlang Daripada Qur'an*, (Kuala Lumpur: Pts Millenia,2008), 7

Islam mengajarkan untuk menempatkan pesaing sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus diperangi, diangkat kejelekannya dan dihalangi langkah-langkahnya. Hal ini dipertegas dengan firman Allah SWT sebagai berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“...dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan)kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksaNya.” (Q.S Al-Ma’idah [5]: 3)⁵

Dari ayat di atas dijelaskan bahwa dalam meningkatkan daya saing harus menjunjung tinggi kejujuran dan asas keadilan, menjauhi kecurangan, tidak menghalalkan segala cara di dalam menetapkan strategi persaingan dengan menjelekan kompetitor, melakukan fitnah terhadap pesaing dan melakukan kerjasama yang negatif untuk mencapai keuntungan salah pihak.⁶

Sehingga untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka membangun *brand image* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi semakin kompetitifnya persaingan dalam upaya merekrut siswa. Dengan membangun *brand image* diharapkan lembaga pendidikan semakin kuat dan kemudian akan mempengaruhi calon siswa dalam memilih lembaga pendidikan. Istilah *brand* akan memberikan image kepala

⁵Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur’an, *al Qur’an dan Terjemahannya Departemen Agama RI*, (Semarang: PT Toha Putra, 2000), 106

⁶Kertajaya, Hermawan dan Sula, Syakir, *Syariah Marketing Cet II* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 16

madrasah. Madrasah favorit, madrasah unggulan atau apapun namanya itu dinamakan dengan *brand image*. Kemampuan membangun *brand image* sekolah sangat penting agar pihak luar terutama masyarakat mengenal dengan baik sekolah tersebut. *Brand* bisa dibangun dengan sering mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar seperti pameran, kunjungan sosial, kerja bakti, study lapangan. Bisa juga dengan membuat spanduk yang diletakkan di jalan berisi prestasi siswa-siswinya. Hal ini bagus untuk membangun image sekolah/madrasah memiliki kegiatan dan prestasi yang diunggulkan.

Persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan Islam, tentunya perlu dilakukan strategi lain, yaitu sudah harus mulai mengedepankan aspek citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan atau upaya-upaya yang berhubungan dengan masyarakat sekitar. Upaya yang dilakukan merupakan bentuk pelaksanaan visi dan misi madrasah sehingga menjadikannya citra positif dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan.

Daya saing sangat diperlukan oleh lembaga pendidikan untuk memenangkan persaingan yang terjadi dalam dunia pendidikan. MTsN 1 Tulungagung desa beji kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung membangun daya saing tersebut melalui program-program unggulan yang ditawarkan oleh madrasah. Daya saing MTsN 1 Tulungagung Desa Beji Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan kualitasnya terlihat sangat baik, hal ini terlihat bahwa madrasah mampu

memperoleh banyak prestasi di bidang akademik maupun non akademik sehingga hal tersebut mampu meningkatkan minat para orang tua untuk menyekolahkan putra-putrinya di madrasah tersebut. Prestasi-prestasi yang di peroleh oleh siswa-siswi MTsN 1 Tulungagung telah mampu meyakinkan para orang tua bahwa proses pendidikan di madrasah tersebut sangat baik.

Adapun keberhasilan MTsN 1 Tulungagung antara lain: 1) pada tahun 2012 pernah meraih juara 1 tingkat Nasional dalam olimpiade Biologi yang diselenggarakan kementerian Agama RI, 2) Juara III regional dalam olimpiade matematika yang diselenggarakan ITS Surabaya, 3) Output siswa ada yang melanjutkan belajar di MAN Insan Cendekia dan MAN 3 Malang, dan lembaga ini juga pernah meraih nominasi sekolah Adiwiyata 2012. Kesemuanya itu merupakan prestasi baik dan tidak terlepas dari implementasi standar Proses Pendidikan.

Begitupula dengan keberhasilan MTsN 2 Tulungagung pernah meraih kejuaraan tingkat Internasional pada olimpiade matematika pada tahun 2012 di Beijing Cina yang dapat meraih medali perunggu. Output yang diperoleh diantaranya ada beberapa siswa yang diterima disekolah favorit yaitu di MAN Insan Cendekia dan SMA 10 Malang yang juga tidak terlepas dari implementasi Standar Proses Pendidikan.

Dalam melaksanakan proses belajar mengajar dalam lembaga ini Guru cukup kompetitif karena ada yang pernah meraih juara 1 tingkat Kabupaten pada lomba pembuatan media pembelajaran Guru dan Juara 1 pada lomba Guru idola pesta sekolah 2 radar Tulungagung(*Jurnalistik Event Radar*

Tulungagung) tingkat Kabupaten Tulungagung, Trenggalek dan Kabupaten Blitar.

Fakta keberhasilan MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung diatas sangat menarik untuk diungkap lebih dalam tentang proses pembelajarannya, karena 2 MTsN ini adalah lembaga Madrasah Negeri di Kabupaten Tulungagung yang menunjukkan adanya perkembangan yang baik, dari segi kualitas maupun kuantitas dan siap bersaing dengan lembaga lain yang setingkat baik dilingkungan kementerian Agama maupun disekolah umum.

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan “(Studi Multi situs MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung)

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada paparan konteks penelitian diatas, maka penelitian ini difokuskan pada strategi membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung. Adapun pertanyaan penelitian dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategik perencanaan dalam membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?

2. Bagaimana strategi pelaksanaan membangun *Brand Image* di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?
3. Bagaimana strategi evaluasi membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi dalam membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung.
2. Untuk mengetahui perencanaan strategi dalam membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?
3. Untuk mengetahui perencanaan strategi dalam membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Secara Teoritis

Bahwa hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan khazanah keilmuan, khususnya lembaga pendidikan islam agar dapat meningkatkan kualitas lembaga juga memberi masukan kepada lembaga pendidikan yang bersangkutan untuk menerapkan *Brand Image*

yang dimiliki lembaga tersebut dalam menghadapi persaingan yang semakin padat.

2. Secara Praktis

a. Bagi Lembaga yang diteliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga pendidikan yang bersangkutan khususnya MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung agar selalu meningkatkan *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

b. Bagi Peneliti

hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan peneliti tentang strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti yang selanjutnya semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai petunjuk, arahan, maupun acuan serta bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang relevan atau sesuai dengan hasil penelitian ini..

d. Bagi Perpustakaan Pascasarjana IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah literatur bagi perpustakaan pascasarjana IAIN Tulungagung dalam bidang manajemen terutama yang berkaitan dengan *Brand Image* dalam meningktakan lembaga pendidikan.

e. Bagi Pembaca

hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan informasi untuk memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang strategi membangun *brand image* yang utananya tentang strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi

Strategi merupakan suatu kerangka untuk acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktivitas-aktivitas organisasi menuju pencapaian tujuan.⁷

Adapun dalam penelitian ini yang dimaksud dengan strategi adalah langkah-langkah yang direncanakan dan ditetapkan secara sengaja oleh kepala sekolah dalam membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah.

b. Brand

Brand (merek) merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu produk. Merek dapat menjadi nilai tambah bagi produk, baik itu produk yang berupa barang maupun jasa. Merek adalah suatu nama, simbol, tanda atau gabungan yang digunakan sebagai identitas suatu perorangan, organisasi, atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya.

⁷Simamora, Henry, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: STIE TKPN, 2005), 38

Suyanto mengartikan merek sebagai kombinasi nama, kata, symbol, atau design yang memberi identitas produk.⁸ Adapun menurut Kotler merek adalah nama, istilah, tanda symbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari produk pesaing.⁹

c. *Image*

Image (citra) menurut Kotler dan Fox dalam Sutisna, merupakan jumlah dari gambaran-gambaran, kesan serta keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.¹⁰ Citra merupakan suatu kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan, pemahaman tersebut dapat muncul dengan adanya sebuah informasi. Citra juga di artikan sebagai impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada public mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang atau mengenai lembaga. Citra ini tidak dapat dicetak seperti mencetak barang pabrik, tetapi citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan pemahaman seseorang tentang sesuatu.¹¹ Citra adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.¹²

⁸M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: ANDI,2007), 77

⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalilindo, 2002), 460

¹⁰ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2001),83

¹¹Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung:Alfabeta,2005), 92

¹²Nuroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*,(Jakarta: Prenada Media, 2003), 179

d. Daya Saing

Menurut Z. Heflin Frinces dalam Sunyoto, daya saing merupakan hasil puncak dari berbagai keunggulan dan nilai lebih yang dimiliki untuk membuat sesuatu, baik berupa organisasi, produk maupun jasa. Keunggulan tersebut dilahirkan dari proses kerja dan kinerja yang dilakukan dengan tingkat kualitas yang baik dan konsep manajemen profesional modern ditambah adanya kontribusi dari berbagai sumber daya yang terbaik, misalnya bahan baku, sumber daya manusia, keuangan yang cukup. Hal-hal yang dibangun dari istilah daya saing adalah kita memberikan pemahaman bahwa yang dimaksud daya saing di sini adalah daya bersaing dan kekuatan melakukan persaingan, namun bukan diartikan sebagai persaingan yang dimaknai sebagai untuk saling mengalahkan, menjatuhkan atau bahkan menghancurkan.¹³

2. Penegasan Operasional

Secara operasional, penelitian yang berjudul “strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan” adalah rencana untuk menciptakan *image* atau citra yang positif di masyarakat sehingga mampu membangun kepercayaan kepada sebuah lembaga atas mutu yang diberikan. Adapun pembahasan penelitian ini tentang strategi membangun *brand image*, dan bagaimana faktor-faktor pembentuk *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

¹³Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*, (Yogyakarta: CAPS, 2015), 30

F. Sistematika Pembahasan

Teknis penulisan tesis ini disusun dengan mengacu pada buku pedoman penulisan tesis.¹⁴ Secara teknik, penulisan tesis dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu pertama, bagian awal tesis yang di dalamnya memuat beberapa halaman yang terletak pada sebelum halaman yang memiliki bab. *Kedua*, bagian inti tesis yang didalamnya memuat beberapa bab dengan format (susunan/sistematika) penulisan disesuaikan pada karakteristik pendekatan penelitian kualitatif. *Ketiga*, bagian akhir tesis meliputi daftar rujukan, lampiran-lampiran yang berisi lampiran foto atau dokumen-dokumen lain yang relevan, serta daftar riwayat hidup penulis.

Penelitian dalam tesis ini disusun terdiri dari enam bab, satu bab dengan bab lain ada keterkaitan dan ketergantungan secara sistematis. Artinya, pembahasan dalam tesis telah disusun secara berurutan dari bab pertama hingga bab ke enam. Hal ini bertujuan agar pembaca mampu memahami isi tesis secara utuh dan menyeluruh. Adapun sistematika pembahasan tesis dapat di uraikan, sebagai berikut:

1. Bagian awal

Pada bagian awal berisi halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, lembar pernyataan keaslian, motto, persembahan, prakata, daftar tabel, daftar gambar, daftar lambang dan singkatan, daftar lampiran, pedoman transliterasi, abstrak dan daftar isi.

¹⁴Tim Penyusun, *Pedoman Tesis, Disertasi & Makalah Pascasarjana Tahun Akademik 2016/2017*, (Tulungagung: Pascasarjana IAIN Tulungagung, 2016), 36.

2. Bagian inti

a. Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang konteks penelitian, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Konteks penelitian menguraikan tentang pentingnya penelitian strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung.

Fokus dan pertanyaan penelitian menguraikan tentang pembatasan masalah penelitian dan pertanyaan tentang strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung. Hal ini meliputi: bagaimana strategik perencanaan membangun *brand image*, strategi pelaksanaan, serta strategi evaluasi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung.

Tujuan penelitian mendeskripsikan tentang strategi perencanaan membangun *brand image*, strategi pelaksanaan, serta strategi evaluasi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung.

Kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan dalam bab ini berisi tentang deskripsi secara umum berisi tentang harapan peneliti, agar pembaca mampu menemukan latar

belakang atau alasan secara teoritis dari sumber bacaan terpercaya secara praktis mampu mengetahui keadaan realistik di lokasi penelitian. Selain itu dalam bab ini juga dipaparkan tentang posisi tesis dalam ranah ilmu pengetahuan yang orisinal dengan tetap menjaga hubungan kesinambungan dengan ilmu pengetahuan masa lalu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bab ini merupakan dasar atau titik acuan dari bab-bab selanjutnya. Artinya, bab-bab selanjutnya berisi pengembangan teori yang bertujuan sebagai pendukung teori yang didasarkan atau mengacu pada bab ini.

b. Bab II Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang uraian tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar (*grand theory*) yang digunakan dalam penelitian dan penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian dan paradigma penelitian.

c. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang uraian terkait rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Dalam rancangan penelitian memaparkan jenis dan pendekatan yang digunakan, serta alasan menggunakan jenis dan pendekatan tersebut. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini menjelaskan tentang karakteristik penelitian kualitatif, yaitu peneliti sebagai *human instrument*. Dalam lokasi penelitian menguraikan tentang letak geografis

sekolah yang menjadi lokasi penelitian, serta alasan pemilihan lokasi. Pada bagian data dan sumber data menguraikan tentang data yang didapatkan dari lapangan melalui teknik observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua tahap, yakni analisis kasus individu dan dilanjutkan analisis multi situs. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*. Selanjutnya, diuraikan tahap-tahap penelitian yang terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisis data. Selain itu, digambarkan jadwal penelitian yang dilakukan selama penelitian.

d. Bab IV Paparan Data dan Temuan Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang deskripsi data, temuan penelitian, analisis data dan proposisi penelitian.

e. Bab V Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bab ini memuat keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta intepretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan. Temuan penelitian dapat memperkuat teori sebelumnya atau menolak teori yang sebelumnya dengan penjelasan rasional.

f. Bab VI Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi dan saran yang berkaitan dengan masalah-masalah aktual dari temuan penelitian. Kesimpulan berupa pernyataan singkat yang merupakan inti dari hasil temuan penelitian yang telah dibahas pada bab pembahasan. Implikasi menjelaskan dampak hasil temuan penelitian terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan operasional dilapangan. Sedangkan, saran ditujukan bagi sekolah dan penelitian selanjutnya sehingga dapat dijadikan bahan wacana atau bahan kajian peneliti selanjutnya.

3. Bagian akhir

Bagian akhir berisi tentang daftar rujukan, lampiran dan riwayat hidup penulis.