

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Era globalisasi sekarang telah mampu menembus dengan cepat batas antar negara. Kemajuan teknologi dan informasi telah mampu mempersempit dunia. Tidak terkecuali dalam bidang pendidikan. Persaingan madrasah dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya. Sehingga perkembangan madrasah yang pesat ini harus diikuti untuk menjaga kualitas Pendidikan. Seperti halnya di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 6 Tulungagung, yang mempunyai tujuan mengubah madrasah biasa menjadi madrasah yang lebih baik, yang juga dapat bersaing antar satuan pendidikan. Menurut undang-undang No. 20 Tahun 2003, fungsi pendidikan nasional adalah untuk menumbuhkan kemampuan bangsa, membentuk watak dan peradaban bangsa, dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Hal ini akan meningkatkan potensi peserta didik untuk menjadi anak yang berakhlak mulia, beriman, dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Selain itu juga diharapkan menjadi warga negara yang harus mandiri, sehat, kreatif, mandiri, demokratis dan bertanggung jawab.¹

Pendidikan Islam juga ada di negara Indonesia, namun belum merata. Soeroyo mengklaim bahwa pendidikan Islam saat ini tertinggal, tidak berdaya, merosot, dan berada dalam kemiskinan. Saat ini, banyak satuan pendidikan Islam

¹ 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional', 2003

yang menunjukkan kualitas pendidikan tertinggi, yang diperhitungkan oleh masyarakat jika pendidikan yang mengikuti Islam berimplikasi ke belakang. Berdasarkan beberapa permasalahan, kata *brand* seringkali menjadi pedoman dan tujuan lembaga pendidikan. Secara umum, merek produk, seperti merek sekolah, memainkan peran yang sangat penting dalam menarik konsumen. Dalam pembahasan ini, konsumen adalah siswa dan orang tua. Institusi pendidikan yang baik yang dapat menarik konsumen adalah sekolah/madrasah, yang pasti akan mendapatkan komentar positif dari masyarakat. Oleh karena itu, di MTs Negeri 6 Tulungagung harus menerapkan madrasah modern, fasilitas lengkap, tenaga pendidik yang profesional, disiplin dan prestasi yang tak terhitung. Beberapa poin tersebut sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena percaya bahwa hanya madrasah dengan atribut dan fasilitas yang lengkap dan berkualitas yang dapat menumbuhkan insan yang cerdas, berdedikasi tinggi, dan memiliki masa depan yang cerah. Oleh karena itu, setiap lembaga pendidikan harus sadar secara penuh dan mengerti betapa pentingnya sebuah konsep *brand image* madrasah kepada para orang tua atau masyarakat. *Brand image* harus menyampaikan manfaat dan pemosisian produk yang khas. Bahkan ketika penawaran yang bersaing terlihat sama, pembeli merasakan perbedaan berdasarkan diferensiasi citra merek.²

Dalam meraih *brand image* yang baik tentunya di MTs Negeri 6 Tulungagung harus ditunjang oleh kepemimpinan kepala madrasah yang baik. Identifikasi peranan kepemimpinan kepala sekolah berawal dari Peraturan

² Papatungan, F., Abd Rahman, K., & Jassin, I. B. "The Impact of Brand Image on Customer Loyalty in Private Universities", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, vol.11,no. 2, 2023, hlm.111-118.

Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2007 tentang standar Kepala Sekolah yang menetapkan bahwa seorang kepala sekolah atau madrasah harus memiliki standar kompetensi yang antara lain meliputi:(1) kompetensi kepribadian,(2) kompetensi manajerial,(3) kompetensi kewirausahaan,(4) kompetensi supervisor dan (5) kompetensi sosial.³ Berdasarkan ketentuan tersebut diharapkan kepala sekolah mampu mewujudkan kepemimpinan dalam keseluruhan proses pendidikan di sekolah. Keberhasilan pendidikan di sekolah ditentukan oleh kemampuan mempengaruhi,membimbing,menggerakkan dan memotivasi individu (guru) yang terlibat dalam tujuan pendidikan yang telah disepakati. Murniati mengemukakan bahwa lemahnya kepemimpinan kepala sekolah disebabkan berbagai faktor seperti kemampuan memimpin kepala sekolah, sistem pengawasan kepala sekolah dan sistem penyelenggaraan pendidikan secara nasional. Dalam konteks ini, banyak variabel yang berhubungan dengan pengetahuan, mindset dan wawasan, nilai dan sikap termasuk kultur, pola, dan gaya kepemimpinan, serta pembinaan dan penghargaan yang diterapkan Pemerintah terhadap kepala sekolah.⁴ Instansi pendidikan bertujuan untuk memberikan layanan pendidikan, serta pihak yang dilayani mau mendapatkan kepuasan dari layanan tersebut.

Populer ataupun tidaknya lembaga pendidikan di mata warga masyarakat pastinya tidak terlepas dari

³ Faridah, S., & Nugroho, A. G. “Kepemimpinan Dalam Permendiknas Nomor 13 Tahun 2007 Tentang Standar Kualifikasi Dan Kompetensi Kepala Sekolah Dan Kinerja Guru”. *JIS: Journal Islamic Studies*, vol. 1,no. 2, 2023, hlm 203-211.

⁴ Yusnidar, Y. “Kepemimpinan Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada Man Model Banda Aceh”, *Jurnal Ilmiah Didaktika*, vol. 14, no. 2, 2014.

kompetensi serta keprofesian kepemimpinan kepala madrasah dalam mengelola mutu serta kualitas lembaganya, perihal ini dapat kita amati dan cermati dengan akreditasi madrasah yang masih statis, jumlah murid, prestasi sekolah yang minim, kelengkapan fasilitas serta prasarana yang kurang mencukupi dan sebagainya. Pemerintah berharap setiap pimpinan lembaga pendidikan mampu mengoptimalkan potensi dan sumber daya yang dimiliki di lembaganya sehingga mampu menciptakan kegiatan yang bersifat proaktif dan inovatif. Oleh sebab itu, kepala madrasah memiliki peranan yang cukup dominan untuk mendorong upaya inovasi baik yang berasal dari luar maupun yang timbul dari dalam lembaga. Kepala madrasah memainkan peranan yang cukup besar dalam mendorong upaya inovatif di dalam dan di luar lembaga yang dinaunginya.⁵

Kepala madrasah harus mampu mengelola potensi-potensi serta sumber energi yang dimiliki untuk menciptakan penyelenggaraan pembelajaran dengan gaya kepemimpinan yang inovatif, maka seperangkat kompetensi dan kualifikasi bisa berperan untuk mendukung guru dalam melakukan tugasnya sehingga terciptanya prestasi akademik yang gemilang, dengan terciptanya prestasi akademik pastinya hendak berefek terhadap lembaga pendidikan tersebut. Kepemimpinan kepala madrasah yang baik tentunya akan menciptakan dan menguatkan sebuah *brand image* lembaga khususnya di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung sebagai pijakan dan modal awal dalam menghadapi persaingan lembaga pendidikan yang semakin *intens*.

⁵ Huda, Disertasi: *Kepemimpinan Visioner Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Brand Awareness Quality: Studi Kasus Di Min 4 Madiun*, (Ponorogo: Iain Ponorogo, 2022).

Merek ataupun *brand* lebih dari hanya lambang, tetapi ia merupakan janji sesuatu organisasi kepada pelanggan buat membagikan dan memberitahu apa yang jadi prinsip dari *brand* tersebut. *Brand* merupakan salah satu aspek yang sangat berarti untuk sesuatu produk, benda maupun jasa, sebab merek bisa jadi sesuatu motif keunggulan bersaing untuk bidang industri atau jasa. Bukan peran fungsionalnya, namun pula peran emosionalnya, ekspresi diri serta sosial. Merek yang baik merupakan merek yang bisa membedakan dirinya dengan merk dari produk yang lain. Suatu brand dibutuhkan buat membedakan produk serta jatidiri produk yang satu dengan yang lain. Untuk lembaga pendidikan betapa berartinya suatu merek dan pasti akan menonjolkan keunikan serta kekhasan dari lembaganya. Oleh karena itu, suatu *brand* untuk lembaga pendidikan sangatlah vital sebab bagaikan aset dalam memasarkan jasa pendidikannya.⁶ Sehingga dalam pemasaran lembaga pembelajaran hendaknya berupaya membangun serta meningkatkan brandnya supaya terus diketahui dan dikenal oleh masyarakat secara luas.

Kepemimpinan kepala madrasah MTs Negeri 6 Tulungagung dalam hal ini adalah kepemimpinan yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam rangka mengenalkan dan mencitrakan instansinya ke masyarakat umum dengan ciri khas yang ada pada lembaganya berdasarkan visi dan misi sekolah. Dengan visi kepemimpinan dalam membuat perencanaan yang jelas dan terstruktur serta didukung oleh beberapa aspek sehingga rumusan dan hasil dari visinya akan tergambar dengan jelas dan mudah untuk mewujudkannya.

Berdasarkan peninjauan awal peneliti dari kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand*

⁶ Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 45.

image lembaga memiliki keunikan tersendiri sehingga peneliti mempunyai alasan tersendiri untuk mengambil judul skripsi ini, yaitu: pertama, pemimpin lembaga MTs Negeri 6 Tulungagung yang terbilang masih baru dan ditugaskan sebagai Kepala Madrasah, tetapi beliau mempunyai cita-cita dan target yang harus dicapai selama memimpin lembaga MTs Negeri 6 Tulungagung salah satunya membangun *brand image* lembaga agar bisa dikenal masyarakat secara luas. Kedua, pengelolaan sarana dan prasarana yang dimiliki MTs Negeri 6 Tulungagung terbilang sudah lengkap. Walaupun masih ada sedikit sarana dan prasarana yang belum memadai sehingga akan mengganggu proses pembelajaran peserta didik dan kurang optimalnya kinerja guru sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi *brand image* lembaga. Ketiga, tata letak lokasi yang berdekatan dengan dua lembaga sesama jenjang yang memicu persaingan antar lembaga pendidikan untuk mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga yang bercitra baik.

Peneliti akan memfokuskan kepemimpinan kepala madrasah yang meliputi kebijakan kepala madrasah, perilaku kepemimpinan kepala madrasah dan komunikasi kepemimpinan kepala madrasah. Sedangkan untuk membangun *brand image* lembaga peneliti menitik beratkan pada elemen *brand image*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di MTs Negeri 6 Tulungagung, ada keunikan tersendiri dalam judul ini, walaupun kepala madrasah belum lama ditugaskan menjadi kepala madrasah tetapi beliau mempunyai komitmen yang baik dalam mewujudkan visi misi lembaga. Dengan kata lain, raihan prestasi yang diperoleh oleh lembaga MTs Negeri 6 Tulungagung di bawah kepemimpinan kepala madrasah saat ini adalah lembaga pendidikan yang berakreditasi A dan

menjadi salah satu pelopor madrasah dengan program adiwiyata. Dengan adanya pembeda pada lembaga pendidikan tentunya bisa dijadikan strategi dan batu loncatan untuk memperkenalkan lembaga tersebut kepada masyarakat.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai kepemimpinan kepala madrasah dalam mempromosikan, memperkenalkan, mengembangkan dan memperkuat *brand image* lembaga. Berangkat dari problematika tersebut, dengan kepemimpinan kepala madrasah bisa memajemen lembaga yang dipimpinnya dengan penuh target dan pandangan kedepan,serta berorientasi ke arah pengembangan sekolah yang lebih baik. Perubahan- perubahan yang hendak terjalin di masa yang hendak datang,bisa diramalkan dan diprakirakan dalam program pengembangan madrasah yang dirumuskannya serta didukung dari aspek kepemimpinan kepala madrasah. Maka dalam kesempatan ini penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan kemudian hasil yang didapatkan sengaja disajikan dalam skripsi ini dengan judul “**Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Membangun *Brand Image* Lembaga (Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung)**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah dipaparkan di atas,maka yang menjadi fokus penelitian dapat penulis tetapkan sebagai berikut:

1. Bagaimana kebijakan kepala madrasah dalam membangun *brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung?
2. Bagaimana perilaku kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung?

3. Bagaimana komunikasi kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan standar akhir yang ingin dicapai dalam penelitian serta sebagai tolak ukur yang sangat menentukan dalam memberikan arah pada penelitian. Berdasarkan rumusan fokus penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis kebijakan kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand image* di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan dan memahami perilaku kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung.
3. Untuk mendeskripsikan dan memahami komunikasi kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Hakikat sebuah penelitian adalah kontribusi dalam perkembangan ilmu untuk memberikan manfaat kepada seluruh umat. Adapun kontribusi peneliti berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut deskripsinya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bagian dari khazanah ilmiah, terutama yang berkaitan dengan kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun

- brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, sumber daftar rujukan serta penelitian terdahulu bagi orang lain yang berminat mengambil judul serupa mengenai kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung.
 - c. Hasil penelitian ini dapat menambah karya-karya ilmiah tentang kepemimpinan kepala madrasah dalam membangun *brand image* lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung.
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi kepala madrasah
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh jajaran kepala madrasah sebagai bahan masukan dalam menentukan kebijakan baru mengenai kecenderungan kepemimpinan diperhitungkan nyata-nyata semakin efektif untuk membangun *brand image* lembaga guna mewujudkan tujuan
 - b. Bagi guru di madrasah
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh jajaran guru di sekolah sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kiat-kiat baru mengenai pemerkokohan kompetensi diri sebagai pendidik dalam usaran dinamika perubahan era globalisasi sekaligus era *internetisasi*, supaya mereka senantiasa sanggup untuk mampu mengembangkan pembaruan pembelajaran untuk mewujudkan tujuan individual dari diri peserta didik dan untuk mencapai tujuan pendidikan di sekolah, sekaligus mencapai tujuan pendidikan nasional, juga untuk mewujudkan

- tujuanapeserta didik madrasah individual dari guru yang bersangkutan dalam berkarir sekaligus berprofesi.
- c. Bagi peserta didik madrasah
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh jajaran peserta didik madrasah-sekolah sebagai bahan pertimbangan dalam memperkuat motivasi belajar dan dalam menentukan kiat-kiat baru mengenai cara belajar yang semakin efisien lagi efektif untuk mencapai tujuan diri selaku siswa-siswi sekolah, supaya dalam pusaran dinamika perubahan era globalisasi sekaligus era internètisasi senantiasa menguasai berbagai kepandaian mengaktualisasikan tugas-tugas sebagai hamba Allah SWT dan tugas-tugas sebagai khalifah Allah SWT sekaligus tugas-tugas sebagai warga negara kesatuan republik Indonesia.
- d. Bagi orang tua peserta didik
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh jajaran orang tua peserta didik sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kiat-kiat baru mengenai cara membina, cara mendidik, cara memotivasi dan cara mencurahkan perhatian lebih pada anak yang saat ini dalam posisi sebagai peserta didik di sekolah agar berbagai pembelajaran kearah aktualisasi tuntutan intrakurikuler dan ekstrakurikuler dalam pusaran dinamika perubahan era *globalisasi* sekaligus era *internetisasi* benar-benar mendapatkan dukungan secara kolaboratif dari jajaran orang tua peserta didik untuk mewujudkan tujuan individual dari diri peserta didik juga untuk mencapai tujuan orang tua yang dipercayakan pada pihak madrasah-

- sekolah, dan untuk mencapai tujuan pembelajaran di madrasah-sekolah, sekaligus untuk mencapai tujuan pendidikan nasional.
- e. Bagi masyarakat
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk memilih madrasah agar memperhatikan kualitas dan kuantitas madrasah sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan.
 - f. Bagi peneliti yang akan datang
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai acuan atau pertimbangan bagi peneliti yang akan datang dalam penyusunan desain penelitian lanjutan yang dipandang relevan melalui pendekatan yang lebih variatif.

E. Penegasan Istilah

Agar di kalangan pembaca terjadi ketepatan dalam memahami makna beberapa istilah sebagai termuat dalam judul skripsi ini, sehingga tidak ada diantara mereka memberikan asosiasi yang berbeda, maka perlu lebih dahulu diberikan penegasan istilah secara konseptual, dan penegasan istilah secara operasional seperti di bawah ini:

1. Penegasan istilah secara konseptual

Kata kunci yang termaktub dalam judul skripsi ini dan dipandang perlu untuk mendapatkan penegasan istilah secara konseptual adalah kepemimpinan, kepala madrasah, *brand image*, studi kasus, Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung (MTsN 6 Tulungagung).

a. Kepemimpinan

Menurut Sophia Azhar arti kata kepemimpinan memiliki pengertian yang beragam sesuai dari pemberi pengertian. Namun demikian

dapat dipahami “kepemimpinan sebagai suatu kemampuan yang dimiliki orang tertentu untuk menggerakkan, mempengaruhi, memotivasi, mengajak mengarahkan, menasehati, membimbing, menyuruh, memerintah, melarang bahkan menghukum serta membina dengan maksud agar orang lain mau melakukan dan bekerja untuk mencapai tujuan yang diinginkan”.⁷ Imam Wahyudi juga mengatakan sebagai berikut : “Kepemimpinan merupakan proses menggerakkan, mempengaruhi, mengontrol, instruksi memotivasi dan mengarahkan seseorang dalam sebuah instansi atau lembaga tertentu”.⁸ Sutisna juga secara tegas mengatakan sebagaimana yang dikutip oleh Sulistyorini yang mengemukakan bahwa: “kepemimpinan merupakan proses mempengaruhi kegiatan seseorang atau kelompok dalam usaha ke arah pencapaian tujuan dalam situasi tertentu.”⁹

Berdasarkan pendapat diatas, dapat dipahami bahwa kepemimpinan adalah proses seorang individu untuk mempengaruhi anggota lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh organisasi.

⁷ Sophia Azhar, “Kepemimpinan Kepala Sekolah Efektif (Perspektif Pendidikan Islam)”, *Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, Makasar: Uin-Alaudin, Vol.5, No. 1, Januari-Juni, 2016, hlm. 129.

⁸ Imam Wahyudi, *Pengembangan Pendidikan Strategi Inovatif & Kreatif dalam Mengelola Pendidikan Secara Komprehensif*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2012), hlm. 14

⁹ Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam*. (Surabaya: eLKAF, 2004), hlm. 130.

b. Kepala Madrasah

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1990 pasal 30 tentang Pendidikan Dasar menyebutkan bahwa:

Kepala madrasah merupakan satuan pendidik yang diselenggarakan oleh pemerintah yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan kegiatan lembaga pendidikan, administrasi sekolah, pembinaan kepada guru dan tenaga Pendidikan lainnya dan pendayagunaan sarana dan prasarana.¹⁰

Kepala madrasah merupakan pelaksana administrasi madrasah, kepala madrasah merupakan seorang tenaga fungsional yang diberi amanah untuk memimpin madrasah, dimana diselenggarakannya proses belajar mengajar, atau tempat terjadinya interaksi antara pendidik dan peserta didik dalam proses pembelajaran.¹¹

Berdasarkan kedua definisi diatas maka Kepala madrasah merupakan seorang tenaga kependidikan yang profesional dalam organisasi madrasah yang bertugas mengatur semua sumber organisasi dan bekerjasama dengan guru-guru dalam mendidik siswa untuk mencapai tujuan pendidikan.

c. *Brand Image*

Menurut Kotler dan Amstrong *brand image* adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai

¹⁰ Suparman, *Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Guru*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hlm.17

¹¹ Wahjosumidyo, *Kepemimpinan Kepala Madrasah, Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 83

merek tertentu. *Brand image* merupakan hal yang penting dan menjadi prioritas utama bagi pemilik usaha. Karena konsumen akan menjadikan acuan sebelum melakukan pembelian. *Brand image* yang baik atau positif adalah yang dapat memberikan nilai lebih terhadap konsumen, jika suatu merek memiliki citra yang buruk maka secara tidak langsung akan berdampak kepada konsumen dan kemungkinan besar konsumen tidak tertarik untuk melakukan pembelian.¹² Menurut Kotler dan Keller, *brand image* adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.¹³

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka *brand image* dapat diartikan sebagai asumsi konsumen terhadap merek atau hal yang melekat pada lembaga tersebut. Oleh karena itu lembaga Pendidikan harus menciptakan *brand image* yang bagus agar mendapat tempat di hati masyarakat.

d. Studi Kasus

Stake dalam Creswell yang dikutip oleh Putra Nusa dalam buku metode penelitian kualitatif pendidikan memaparkan bahwa: “Studi kasus merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok

¹² Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor*. *Kinerja*, vol. 14, no. 1, 2017, hlm. 16-23.

¹³ Yulia, Tesis: *Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)*, hlm. 4.

individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan”.¹⁴

- e. Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung (MTsN 6 Tulungagung)

MTsN 6 Tulungagung merupakan lembaga Pendidikan yang berciri khas Islami yang terletak di Jalan Dahlia No. 36, Desa Karangrejo, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. MTsN 6 Tulungagung ini letaknya sangat strategis karena dilintasi dengan jalan raya jurusan Tulungagung-Kediri. Adapun batas-batasannya sebagai berikut: Sebelah utara desa Jeli, sebelah selatan desa Sembon, sebelah timur sungai rawa, sebelah barat desa Temon.

2. Penegasan istilah secara operasional

Penegasan operasional merupakan suatu pemberian pembatasan suatu penelitian. Dari definisi diatas yang dimaksud dengan judul “Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Membangun *Brand Image* Lembaga (Studi kasus di Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Tulungagung)”, adalah bagaimana pelaksanaan kepemimpinan kepala madrasah yang meliputi kebijakan kepemimpinan kepala madrasah, perilaku kepemimpinan kepala madrasah dan komunikasi kepemimpinan kepala madrasah dalam

¹⁴ Nusa Putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 178-179.

membangun *brand image* lembaga di MTsN 6 Tulungagung.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada skripsi ini, penulis mendeskripsikan sebagai berikut :

Bab I adalah bab pendahuluan yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah kajian teori yang berisi tentang uraian pembahasan teori yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai landasan dalam pembahasan objek penelitian. Dalam bab ini, terdiri dari kerangka teori yang memuat penjelasan kepemimpinan kepala madrasah, *brand image*, penelitian terdahulu yang berkaitan dan paradigma penelitian.

Bab III adalah metode penelitian yang terdiri dari uraian dan jawaban yang dilakukan oleh peneliti berupa pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV adalah hasil penelitian yang menguraikan deskripsi data dan hasil temuan penelitian.

Bab V adalah pembahasan. Dalam bab ini menguraikan analisis dari data dan temuan penelitian yang di deskripsikan dalam bab sebelumnya.

Bab VI adalah penutup. Berisi kesimpulan dari pembahasan penelitian, saran-saran serta penutup.