

ABSTRAK

Tesis dengan Judul Manajemen Pendidikan Karakter dalam Pembentukan Akhlak Peserta Didik dan Pengeruhnya terhadap *Brand Image* Madrasah (Studi *Sequential Exploratory Mixed Method* di MTsN 2 Tulungagung) ini ditulis oleh Wildan Maulana Malik dengan pembimbing Prof. Dr. H. As'aril Muhajir, M.Ag. dan Dr. H. Nur Efendi, M.Ag.

Kata Kunci: Manajemen Pendidikan Karakter, Pembentukan Akhlak Peserta Didik, *Brand Image* Madrasah.

Penelitian ini berawal dari adanya fenomena tentang karakter peserta didik yang semakin hari terus menurun. Banyak kasus dari siswa melakukan tindakan dimana telah melanggar aturan serta berbagai norma yang berlaku di masyarakat. Madrasah mempunyai peran penting dalam pembentukan karakter agar peserta didik tidak terjerumus perilaku yang negatif. Seluruh warga madrasah harus saling mendukung dalam menjalani program pendidikan itu untuk menumbuhkan nilai-nilai akhlak pada siswa. Pembentukan akhlak sangat diperlukan sebab semakin besar tantangan moral yang dihadapi oleh peserta didik di zaman sekarang. Adapun strategi dalam membentuk akhlak siswa dilakukan melalui guru dengan metode keteladanan dan pembiasaan. Ketika madrasah sukses mewujudkan peserta didik yang berakhlak mulia, maka dapat meningkatkan *brand image* lembaga di benak masyarakat. Posisi *brand image* lembaga sangat penting karena menjadi tolak ukur orang tua dalam memilih madrasah yang terbaik bagi anaknya.

Tujuan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu secara kualitatif dan kuantitatif. Terdapat empat tujuan penelitian kualitatif: 1) Mendeskripsikan perencanaan pendidikan karakter dalam membentuk akhlak peserta didik dan *brand image* di MTsN 2 Tulungagung. 2) Mendeskripsikan pengorganisasian pendidikan karakter dalam membentuk akhlak peserta didik dan *brand image* di MTsN 2 Tulungagung. 3) Mendeskripsikan pelaksanaan pendidikan karakter dalam membentuk akhlak peserta didik dan *brand image* di MTsN 2 Tulungagung. 4) Mendeskripsikan pengawasan pendidikan karakter dalam membentuk akhlak peserta didik dan *brand image* di MTsN 2 Tulungagung. Sedangkan tujuan kuantitatif terdapat empat: 1) Menganalisis tingkat manajemen pendidikan karakter, pembentukan akhlak peserta didik dan *brand image* di MTsN 2 Tulungagung. 2) Menguji pengaruh manajemen pendidikan karakter terhadap *brand image* di MTsN 2 Tulungagung. 3) Menguji pengaruh pembentukan akhlak peserta didik terhadap *brand image* di MTsN 2 Tulungagung. 4) Menguji pengaruh manajemen pendidikan karakter dan pembentukan akhlak peserta didik terhadap *brand image* di MTsN 2 Tulungagung.

Penelitian ini berfokus pada tahapan-tahapan dalam manajemen pendidikan karakter yang terdapat di MTsN 2 Tulungagung. Adapun fokus tersebut terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan pendidikan karakter sebagai usaha membentuk akhlak peserta didik dan *brand image* madrasah. Penelitian ini memakai metode *mixed method* (campuran) dengan model *sequential*

exploratory. Model tersebut adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang dipakai secara berurutan. Adapun pengumpulan data tahap pertama dilakukan melalui teknik observasi partisipan pasif, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Sedangkan untuk pengumpulan data kedua melalui pembagian angket atau kuesioner yang diberikan pada peserta didik MTsN 2 Tulungagung dengan total sampel sebanyak 92 orang. Teknik analisis data yang dipakai dalam desain ini adalah uji validitas dan reliabilitas angket, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS for 25 Windows.

Hasil penelitian metode kualitatif telah menunjukkan bahwa: 1) Perencanaan pendidikan karakter di MTsN 2 Tulungagung dilakukan atas analisis kebutuhan dan karakter siswa, integrasi nilai pada kurikulum dan program, penyusunan program karakter dan keagamaan, kolaborasi perencanaan komite dan wali murid. Perencanaan yang matang bisa membentuk akhlak peserta didik. Begitu juga mampu berkontribusi positif terhadap *brand image* madrasah. 2) Pengorganisasian pendidikan karakter di MTsN 2 Tulungagung dilakukan atas berbasis struktur dan pembagian tugas, kurikulum diatur melalui peran waka, guru sebagai pembina dan model teladan, komite ikut dalam pengorganisasian karakter. Pengorganisasian yang tertata rapi berdampak pada pembentukan akhlak siswa. Begitu juga dapat meningkatkan *brand image* madrasah. 3) Pelaksanaan pendidikan karakter di MTsN 2 Tulungagung dilakukan atas pelaksanaan melalui pembiasaan rutin, integrasi nilai dalam kurikulum belajar, sebagai teladan dan pelaksana karakter, dukungan penuh komite dan wali murid. Adanya pelaksanaan yang konsisten terbukti bisa membentuk akhlak peserta didik. Begitu juga menaikkan *brand image* madrasah di benak masyarakat. 4) Pengawasan pendidikan karakter di MTsN 2 Tulungagung dilakukan atas berbasis *monitoring* dan evaluasi rutin, supervisi kurikulum dan sistem pembiasaan, pengawasan guru melalui kedisiplinan siswa, komite mengawasi secara eksternal. Adanya pengawasan karakter mampu memastikan pembentukan akhlak siswa berjalan efektif. Begitu juga dapat memperkuat *brand image* madrasah di benak masyarakat. Kemudian hasil penelitian metode kuantitatif sudah menunjukkan bahwa: 1) Tingkat manajemen pendidikan karakter di MTsN 2 Tulungagung sudah tergolong tinggi dengan perolehan skor sebesar 29,3%. Begitu juga pembentukan akhlak peserta didik berada di kondisi yang sedang dengan skor 38,0%. Kemudian *brand image* madrasah sudah tergolong tinggi dengan memperoleh skor sebesar 35,9%. 2) Manajemen pendidikan karakter di MTsN 2 Tulungagung terbukti berpengaruh terhadap pembentukan akhlak peserta didik. Hal tersebut melihat dari koefisien regresi X_1 0,183 dan skor t_{hitung} sebesar 2,616. Adapun skor t_{table} dalam penelitian ini 1,989 sehingga $2,616 (t_{hitung}) > 1,989 (t_{table})$. 3) Pembentukan akhlak peserta didik di MTsN 2 Tulungagung terbukti berpengaruh terhadap *brand image* madrasah. Hal tersebut diamati dari koefisien regresi X_2 0,411 dan skor t_{hitung} sebesar 4,327. Adapun skor t_{table} pada penelitian ini 1,989 sehingga $4,327 (t_{hitung}) > 1,989 (t_{table})$. 4) Manajemen pendidikan karakter dan pembentukan akhlak peserta didik di MTsN 2 Tulungagung berpengaruh secara simultan terhadap *brand image* madrasah. Hal tersebut terlihat pada F_{hitung} bernilai 18,670, sedangkan F_{table} bernilai 3,09. Adapun nilai koefisien determinasi sebesar 0,296 atau 29,6%, lalu 70,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

ABSTRACT

The thesis entitled Character Education Management in the Formation of Students' Morals and its Influence on Madrasah *Brand Image* (*Sequential Exploratory Mixed Method Study* at MTsN 2 Tulungagung) was written by Wildan Maulana Malik with the supervisors Prof. Dr. H. As'aril Muhajir, M.Ag. and Dr. H. Nur Efendi, M.Ag.

Keywords: Character Education Management, Formation of Students' Morals, Madrasah *Brand Image*.

This research stems from the phenomenon of students' declining character. Many cases of students committing acts that violate rules and various norms prevailing in society. Madrasah play a crucial role in character formation to prevent students' from falling into negative behavior. All members of the madrasah community must support each other in the educational program to foster moral values in students. Moral formation is crucial given the increasing moral challenges faced by students' today. Strategies for shaping students' morals include teachers, through exemplary behavior and habituation. When a madrasah successfully produces students with noble character, it can enhance the institution's *brand image* in the public mind. The institution's *brand image* is crucial because it serves as a benchmark for parents in choosing the best madrasah for their children.

The objectives of this study are divided into two main parts, namely qualitative and quantitative. There are four qualitative research objectives: 1) Describe the planning of character education in shaping students' morals and *brand image* at MTsN 2 Tulungagung. 2) Describe the organization of character education in shaping students' morals and *brand image* at MTsN 2 Tulungagung. 3) Describe the implementation of character education in shaping students' morals and *brand image* at MTsN 2 Tulungagung. 4) Describe the supervision of character education in shaping students' morals and *brand image* at MTsN 2 Tulungagung. While there are four quantitative objectives: 1) Analyzing the level of management of character education, the formation of students' morals and *brand image* at MTsN 2 Tulungagung. 2) Test the influence of character education management on *brand image* at MTsN 2 Tulungagung. 3) Test the influence of the formation of students' morals on *brand image* at MTsN 2 Tulungagung. 4) Testing the influence of character education management and the formation of students' morals on *brand image* at MTsN 2 Tulungagung.

This study focuses on the stages in character education management at MTsN 2 Tulungagung. The focus consists of planning, organizing, implementing and supervising character education as an effort to shape students' morals and the madrasah's *brand image*. This study uses a *mixed method* with a *sequential exploratory model*. This model is a qualitative and quantitative approach used sequentially. The first stage of data collection was carried out through passive participant observation techniques, in depth interviews and documentation studies. Meanwhile, the second stage of data collection was through the distribution of questionnaires given to MTsN 2 Tulungagung students with a total sample of 92

people. The data analysis techniques used in this design were questionnaire validity and reliability tests, descriptive statistical tests, classical assumption tests and hypothesis tests with the help of SPSS *for 25 Windows*.

The results of qualitative research methods have shown that: 1) Character education planning at MTsN 2 Tulungagung is carried out based on the analysis of student needs and character, integration of values in the curriculum and program, preparation of character and religious programs, collaboration of planning committees and parents. Careful planning can shape the morals of students. Likewise, it can contribute positively to *the brand image* of the madrasah. 2) The organization of character education at MTsN 2 Tulungagung is carried out based on structure and division of tasks, the curriculum is regulated through the role of the vice principal, teachers as mentors and role models, the committee participates in character organizing. Neatly organized organization has an impact on the formation of students' morals. Likewise, it can improve *the brand image* of the madrasah. 3) The implementation of character education at MTsN 2 Tulungagung is carried out through implementation through routine habits, integration of values in the learning curriculum, as role models and character implementers, full support from the committee and parents. The existence of consistent implementation is proven to be able to shape the morals of students. Likewise, it increases *the brand image* of the madrasah in the minds of the community. 4) Supervision of character education at MTsN 2 Tulungagung is carried out based on routine *monitoring* and evaluation, curriculum supervision and habituation system, teacher supervision through student discipline, external supervision committee. The existence of character supervision is able to ensure the formation of students' morals is effective. Likewise, it can also strengthen *the brand image* of the madrasah in the minds of the community. Then the results of quantitative method research have shown that: 1) The level of character education management at MTsN 2 Tulungagung is classified as high with a score of 29.3%. Likewise, the formation of students' morals is in a moderate condition with a score of 38.0%. Then *the brand image* of the madrasah is classified as high with a score of 35.9%. 2) Character education management at MTsN 2 Tulungagung is proven to have an effect on the formation of student morals. This can be seen from the regression coefficient X1 of 0.183 and the t_{count} score of 2.616. The t_{table} score in this study is 1.989 so that $2.616 (t_{\text{count}}) > 1.989 (t_{\text{table}})$. 3) The formation of students' morals at MTsN 2 Tulungagung is proven to have an effect on *the brand image* of the madrasah. This is observed from the regression coefficient X2 of 0.411 and the t_{count} score of 4.327. The t_{table} score in this study is 1.989 so that $4.327 (t_{\text{count}}) > 1.989 (t_{\text{table}})$. 4) Character education management and the formation of students' morals at MTsN 2 Tulungagung have a simultaneous effect on *the brand image* of the madrasah. This can be seen in the F_{count} of 18.670, while the F_{table} is 3.09. The coefficient of determination is 0.296 or 29.6%, then the remaining 70.4% is influenced by other variables.

ملخص

أطروحة بعنوان إدارة التربية الأخلاقية في تشكيل أخلاق الطلاب وتأثيرها على صورة العلامة التجارية للمدرسة الدينية (دراسة استكشافية متسلسلة ذات منهج مختلط في متسن 2 تولونج أجونج)، كتبها ويلدان ماءولانا ماليك تحت إشراف الأستاذ الدكتور ح. أساريل موهاجير، ماجستير في الزراعة، والدكتور ح. نور أفندي، ماجستير في الزراعة.

الكلمات المفتاحية: إدارة التربية الأخلاقية، تشكيل أخلاق الطلاب، صورة العلامة التجارية للمدرسة الدينية.

ينبع هذا البحث من ظاهرة تراجع أخلاق الطلاب، حيث تُسجل حالات عديدة لطلاب يرتكبون أفعالاً تُخالف القواعد والأعراف السائدة في المجتمع. وتلعب المدارس الدينية دوراً محورياً في بناء شخصية الطلاب وحمايتهم من الانزلاق إلى السلوكيات السلبية. ويتعين على جميع أفراد مجتمع المدرسة الدينية دعم بعضهم بعضاً في البرنامج التعليمي لتعزيز القيم الأخلاقية لدى الطلاب. ويُعد بناء الشخصية أمراً بالغ الأهمية نظراً لتزايد التحديات الأخلاقية التي يواجهها الطلاب اليوم. وتُطبق استراتيجيات صقل أخلاق الطلاب من خلال المعلمين، باستخدام السلوك المثالي وأساليب التنشئة. وعندما تُخرج المدرسة الدينية طلاباً ذوي أخلاق نبيلة، فإنها تُعزز صورتها في أذهان الناس. وتُعد هذه الصورة بالغة الأهمية لأنها تُشكل معياراً للأبناء في اختيار أفضل مدرسة دينية لأبنائهم.

تنقسم أهداف هذه الدراسة إلى قسمين رئيسيين: البحث النوعي والبحث الكمي. يتضمن البحث النوعي أربعة أهداف: (1) وصف تخطيط برنامج التربية الأخلاقية في بناء أخلاق الطلاب وتعزيز صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج. (2) وصف تنظيم برنامج التربية الأخلاقية في بناء أخلاق الطلاب وتعزيز صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج. (3) وصف تطبيق برنامج التربية الأخلاقية في بناء أخلاق الطلاب وتعزيز صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج. (4) وصف الإشراف على برنامج التربية الأخلاقية في بناء أخلاق الطلاب وتعزيز صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج. أما البحث الكمي فيتضمن أربعة أهداف: (1) تحليل مستوى إدارة برنامج التربية الأخلاقية في بناء أخلاق الطلاب وتعزيز صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج. (2) اختبار تأثير إدارة برنامج التربية الأخلاقية على صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج. (3) اختبار تأثير تكوين القيم الأخلاقية لدى الطلاب على صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج. (4) اختبار تأثير إدارة التربية الأخلاقية وتكوين القيم الأخلاقية لدى الطلاب على صورة العلامة التجارية في متسن 2 تولونج أجونج.

تركز هذه الدراسة على مراحل إدارة التربية الأخلاقية في متسن 2 تولونج أجونج. ويشمل التركيز تخطيط وتنظيم وتنفيذ والإشراف على التربية الأخلاقية بهدف بناء أخلاق الطلاب وتعزيز صورة المدرسة. تستخدم هذه الدراسة منهجاً مختلطاً بنموذج استكشافي متسلسل، وهو نموذج يجمع بين المنهج النوعي والكمي. تم جمع البيانات في المرحلة الأولى من خلال تقنيات (الملاحظة) بالمشاركة السلبية، والمقابلات المعمقة، ودراسة الوثائق. أما المرحلة الثانية، فتم جمع البيانات من خلال توزيع استبيانات على طلاب متسن 2 تولونج أجونج، وبلغ إجمالي العينة 92 طالباً. وشملت تقنيات تحليل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة اختبارات صلاحية وموثوقية الاستبيانات، والاختبارات الإحصائية الوصفية، واختبارات الافتراضات الكلاسيكية، واختبارات الفرضيات باستخدام سفسس 25 من ويندوس.

أظهرت نتائج أساليب البحث النوعي ما يلي: (1) يتم تخطيط التربية الأخلاقية في متسن 2 تولونج أجونج بناءً على تحليل احتياجات الطلاب وشخصياتهم، ودمج القيم في المناهج والبرامج الدراسية، وإعداد برامج أخلاقية ودينية، وتعاون لجان التخطيط وأولياء الأمور. يُسهم التخطيط الدقيق في صقل أخلاق الطلاب، كما يُعزز الصورة الإيجابية للمدرسة. (2) يتم تنظيم التربية الأخلاقية في متسن 2 تولونج أجونج وفقاً لهيكلية وتقسيم المهام، ويتم تنظيم المناهج الدراسية من خلال دور نائب المدير، والمعلمين كمرشدين وقادة، وتشارك اللجنة في تنظيم التربية الأخلاقية. يؤثر التنظيم المُحكم إيجاباً على تكوين أخلاق الطلاب، كما يُحسن الصورة الإيجابية للمدرسة. (3) يتم تطبيق التربية الأخلاقية في متسن 2 تولونج أجونج من خلال غرس العادات اليومية، ودمج القيم في المناهج الدراسية، وتقديم القدوة الحسنة، ودعم كامل من اللجنة وأولياء الأمور. وقد ثبت أن التطبيق المستمر لهذه التربية يُسهم في بناء أخلاق الطلاب، كما يعزز مكانة المدرسة في أذهان المجتمع. (4)

تتم مراقبة التربية الأخلاقية في متسن 2 تولونج أجونج من خلال المتابعة والتقييم الدوريين، ونظام الإشراف على المناهج الدراسية، ونظام التنشئة، وإشراف المعلمين على انضباط الطلاب، ولجنة الإشراف الخارجية. ويضمن وجود نظام الإشراف على التربية الأخلاقية فعالية بناء أخلاق الطلاب، كما يعزز مكانة المدرسة في أذهان المجتمع. وقد أظهرت نتائج البحث النوعي ما يلي: (1) يعتبر مستوى إدارة التربية الأخلاقية في متسن 2 تولونج أجونج بأنه عالٍ، حيث بلغت نسبته 29.3%. وبالمثل، فإن تكوين أخلاق الطلاب في حالة متوسطة بنسبة 38.0%. أما صورة العلامة التجارية للمدرسة فتُصنّف بأنها عالية بنسبة 35.9%. (2) ثبت أن إدارة التربية الأخلاقية في متسن 2 تولونج أجونج تؤثر على تكوين أخلاق الطلاب. ويتضح ذلك من معامل الانحدار ك1 البالغ 0.183 وقيمة ت المحسوبة البالغة 2.616. قيمة ت الجدولية في هذه الدراسة هي 1.989، أي أن 2.616 ت (المحسوبة) < 1.989 ت (الجدولية). (3) ثبت أن تكوين أخلاق الطلاب في متسن 2 تولونج أجونج يؤثر على صورة العلامة التجارية للمدرسة. ويتضح ذلك من معامل الانحدار ك2 البالغ 0.411 وقيمة ت المحسوبة البالغة 4.327. بلغت قيمة اختبار ت الجدولية في هذه الدراسة 1.989، مما يعني أن قيمة ت (المحسوبة) 4.327 أكبر من قيمة ت (الجدولية) 1.989. (4) يؤثر كل من إدارة التربية الأخلاقية وتكوين القيم الأخلاقية لدى الطلاب في متسن 2 تولونج أجونج تأثيراً متزامناً على الصورة الذهنية للمدرسة. ويتضح ذلك من خلال قيمة ت المحسوبة البالغة 18.670، بينما تبلغ قيمة ت الجدولية 3.09. معامل التحديد هو 0.296 أو 29.6%، وبالتالي فإن النسبة المتبقية البالغة 70.4% تتأثر بمتغيرات أخرى.