

## STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN CITRA MADRASAH DENGAN MENGAITKAN NILAI KEISLAMAN DI MTS NEGERI 2 NGANJUK

Mohamad Sodik,<sup>1</sup> Laily Nur Syayidah,<sup>2</sup>  
Universitas Islam Balitar Blitar,<sup>1,2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui citra MTs Negeri 2 Nganjuk dan upaya kepala sekolah MTs Negeri 2 Nganjuk untuk meningkatkan citra sekolah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sumber data terdiri dari data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumenter. Analisis data dengan reduksi data kemudian display data/menjelaskan data dengan singkat, kemudian penarikan kesimpulan. Uji keabsahan dari penelitian ini adalah dengan menggunakan Triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini adalah citra MTs Negeri 2 nganjuk dalam kondisi baik. Kepala sekolah selalu di tuntutan untuk meningkatkan serta mengembangkan kualitas mutu dan citra sekolahnya, mengingat pentingnya citra sekolah akan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat secara signifikan terhadap suatu lembaga pendidikan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh kepala sekolah untuk meningkatkan citra sekolahnya yang di antaranya adalah dengan meningkatkan pemasaran dan humas sekolah tersebut. Dalam hadits Bukhari disebutkan bahwa hubungan atau silaturahmi sangatlah penting untuk mempererat persaudaraan dalam pembentukan relasi.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنَسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَجْمَهُ. أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ

Dari Abu Hurairah radhiallahu ‘anhu berkata, Rasulullah bersabda, “Barang siapa yang senang dilapangkan rezeki dan dipanjangkan umurnya, maka jalinlah tali silaturahmi. Dari hadits di atas dapat diambil petunjuk bahwa jika seseorang menginginkan keberhasilan (Rizki ) dalam melaksanakan marketing dengan baik maka hendaklah bersilaturahmi, karena dengan bersilaturahmi dapat mendapatkan informasi dari orang lain sehingga dapat mendatangkan rizki/peluang kepada kita. Upaya kepala sekolah dalam meningkatkan citra sekolah dengan cara 1) meningkatkan *personality*/karakteristik sekolah yang meliputi: a) kepercayaan masyarakat b) tanggung jawab sosial 2) meningkatkan *Reputation*/Reputasi sekolah yang meliputi: a) kinerja guru/karyawan b) keamanan transaksi sebuah bank 3) meningkatkan *Value*/Nilai-nilai sekolah yang meliputi a) budaya lembaga yang meliputi sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan sekolah b) karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan 4) *Corporate Identity*/Identitas sekolah yang meliputi komponen komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap lembaga seperti, warna dan slogan 5) membuka program kelas bina prestasi dan bilingual.

**Kata Kunci**, Strategi, Kepala madrasah, Citra Sekolah.

### A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan era globalisasi telah menuntut perubahan besar di semua sektor, termasuk sektor pendidikan. Globalisasi merupakan proses keterbukaan yang membuat batas-batas negara sudah tidak dirasakan lagi pengaruhnya. Persaingan di mana-

mana semakin ketat. Dibutuhkan kepribadian yang kuat dan sumberdaya manusia yang berkualitas untuk menghadapinya. Implikasinya, masyarakat menginginkan putra putri mereka memiliki sumber daya yang dapat diandalkan. Tak sedikit di antara orang tua yang rela mengorbankan banyak materi dan tenaga demi masa depan anak-anaknya. Orang tua lebih memilih sekolah yang berkualitas meskipun mahal dari pada gratis tetapi berkualitas rendah. <sup>1</sup> Dalam Al-Qur'an Surat As Sajdah ayat 5 disebutkan bahwa Allah yang mengatur urusan langit dan bumi, maka dari sini dapat di ambil petunjuk bahwa pengatutan adalah sangat penting yang berkaitan dengan kehidupan umat manusia.

يُدِّبُ الْأُمُورَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

*Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu.*<sup>2</sup>

Dalam UU Nomor 20 Tahun 2003, disebutkan bahwa: Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara.<sup>3</sup>

Evaluasi dalam dunia menejerial juga sangat diperlukan untuk memetakan setrategi pendidikan yang dipakai untuk menuju keberhasilan yang akan di capai. Dengan demikian sangatlah penting setrategi untuk terus dikembangkan melalui adanya evaluasi yang mendalam dan secara spesifik. Dalam Al-Qur'an Surat As Sajdah ayat 5 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتِظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.*<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Barnawi & Mohammad Arifin, *Buku Pintar mengelola sekolah swasta*, (Jakarta: AR-RUZZ Media, 2014), 11.

<sup>2</sup> Surat As Sajdah ayat 5

<sup>3</sup> UU RI No. 20 Tahun 2003. Tentang Sistem Pendidikan Nasional. (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), 37.

<sup>4</sup> QS. Al-Hasyr Ayat 18

Citra atau *image* sekolah yang bermutu menjadi salah satu hal penting dan menjadi pertimbangan orang tua ketika mereka memutuskan untuk memilih sekolah.<sup>5</sup> Upaya kepala sekolah/madrasah sangat di butuhkan dalam meningkatkan membentuk dan meningkatkan citra sekolah. Strategi sekolah pun akan menjadi penentu keberhasilan dari pada visi misi sekoalah serta kepercayaan dari para pelanggan layanann pendidikan pada madrasah tersebut.

Kepala sekolah selalu di tuntutan untuk meningkatkan serta mengembangkan kualitas mutu dan citra sekolahnya, mengingat pentingnya citra sekolah akan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat secara signifikan terhadap suatu lembaga pendidikan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh kepala sekolah untuk meningkatkan citra sekolahnya yang di antaranya adalah dengan meningkatkan pemasaran dan humas sekolah tersebut. Dalam hadits Bukhari disebutkan bahwa hubungan atau silaturahmi sangatlah penting untuk mempererat persaudaraan dalam pembentukan relasi.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُيسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَجْمَهُ. أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ

*Dari Abu Hurairah radhiallahu ‘anhu berkata, Rasulullāh bersabda, “Barang siapa yang senang dilapangkan rezeki dan dipanjangkan umurnya, maka jalinlah tali silaturahmi.”<sup>6</sup>*

Dari hadits di atas dapat diambil petunjuk bahwa jika seseorang menginginkan keberhasilan (Rizki ) dalam melaksanakan marketing dengan baik maka hendaklah bersilaturahmi, karena dengan bersilaturrhmi dapat mendapatkan informasi dari orang lain sehingga dapat mendatangkan rizki/peluang kepada kita.

Di era globalisasi yang sangat kompetitif ini, pemasaran diibaratkan sebagai denyut jantung bagi kelangsungan organisasi pendidikan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, pemasaran harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>7</sup>

Sekolah merupakan lembaga formal yang bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi individu, baik potensi fisik maupun psikis. *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan

---

<sup>5</sup> Siti Mamarah, “Strategi Peningkatan Mutu Dan Citra (*Image*) Sekolahdasar Negeri Di Ungaran Semarang”, *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Volume 3, No. 1, 2016, 117-130.

<sup>6</sup> HR. Bukhari No. 5986

<sup>7</sup> Fatkuroji, “Desain Model Manajemen Pemasaran berbasis layanan Jasa Pendidikan Pada MTs Swasta se-Kota Semarang”, *Jurnal Pendidikan Islam*, volume 9, No.1, 2015, 72-88.

bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.<sup>8</sup>

## B. KAJIAN TEORI

### Strategi Kepala Sekolah/Madrasah Dalam meningkatkan citra madrasah

#### 1. Pengertian Strategi

Kata *strategi* berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang memiliki arti ilmu perang atau panglima perang. Dari sini strategi diartikan sebagai suatu seni merancang operasi didalam peperangan. Selain itu, *strategi* juga dapat diartikan suatu keterampilan mengatur kejadian atau peristiwa.<sup>9</sup> Sedangkan kata *strategi* ditinjau dari kamus berarti Ilmu siasat, muslihat untuk mencapai sesuatu.<sup>10</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُذُوا حِذْرَكُمْ فَانْفِرُوا ثُبَاتٍ أَوَانْفِرُوا جَمِيعًا

*Hai orang-orang yang beriman, bersiap siagalah kamu, dan majulah (ke medan pertempuran) berkelompok-kelompok, atau majulah bersama-sama.*<sup>11</sup>

Dari sini dapat di ambil keterangan bahwa manajemen atau seni mengatur dalam suatu organisasi sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan. Kemudian kekompakan juga tak kalah penting sebagai pendorong cepatnya keberhasilan tersebut.

Strategi adalah merupakan seni untuk mengelola sumber daya yang ada agar dapat mencapai sasaran yang disetujui dengan efektif dan efisien. Strategi berkaitan erat dengan bagaimana melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Terminologi strategi muncul dari dunia militer sebagai suatu rancangan dan tindakan yang harus dilakukan untuk memenangkan peperangan. Dengan pengertian ini ada tekanan untuk melakukan penyerangan, menaklukkan, dan memenangkan.<sup>12</sup>

#### 2. Model-Model Strategi

Terdapat dua model dalam penyusunan strategi untuk mencapai tujuan organisasi yaitu; model *market-based* dan model *resource-based*. Masing-masing model menjelaskan kondisi yang harus dipelajari suatu organisasi dalam memperoleh input yang digunakan untuk memilih strategi.

---

<sup>8</sup> Shintia Sabrina, "Pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat (Humas) di SMA Negeri 12x11 enam lingkungan kabupaten padang pariman", *Jurnal administrasi Pendidikan*, Volume 2 no.1, 2014, 689-831.

<sup>9</sup> Isriani Hardini dan Dewi Puspitasari, *Strategi Pembelajaran Terpadu*, (Yogyakarta: Familia, 2012), 11

<sup>10</sup> Tim Pustaka Agung Harapan, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Pustaka Agung Harapan), 638

<sup>11</sup> QS. Surat An-Nisa` 71.

<sup>12</sup> Zamroni, *Managemen Pendidikan*, (Yogyakarta: PsapMuhammadiyah, 2007), 15

Model *market-based* menyatakan bahwa kondisi dan karakteristik lingkungan eksternal merupakan input utama dan penentu strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut model ini, pencapaian tujuan organisasi lebih banyak ditentukan oleh karakteristik lingkungan eksternal daripada lingkungan internal atau sumberdaya internal organisasi. Sedangkan model *resource-based* menyatakan bahwa lingkungan internal atau sumberdaya internal merupakan input utama dan penentu strategi untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>13</sup>

### 3. Kepala Sekolah/Madrasah

Kepala sekolah dalam satuan pendidikan merupakan pemimpin yang sekaligus mempunyai dua jabatan dan peran penting dalam melaksanakan proses pendidikan. Pertama, kepala sekolah adalah pengelola pendidikan di sekolah dan kedua kepala sekolah merupakan pemimpin formal pendidikan di sekolah.<sup>14</sup>

كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُورٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، الْإِمَامُ رَاعٍ وَمَسْئُورٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ وَمَسْئُورٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ فِي بَيْتِ زَوْجِهَا وَمَسْئُورَةٌ عَنْ رَعِيَّتِهَا، وَالْخَادِمُ رَاعٍ فِي مَالِ سَيِّدِهِ وَمَسْئُورٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَمَسْئُورٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ.

*Kamu sekalian adalah pemimpin dan kamu akan ditanya tentang kepemimpinanmu. Imam adalah pemimpin dan akan ditanya tentang kepemimpinannya. Orang laki-laki (suami) adalah pemimpin dalam keluarganya dan akan ditanya tentang kepemimpinannya. Isteri adalah pemimpin dalam rumah tangga suaminya dan akan ditanya tentang kepemimpinannya. Pelayan adalah pemimpin dalam menjaga hartanya dan akan ditanya tentang kepemimpinannya. Dan masing-masing dari kamu sekalian adalah pemimpin dan akan ditanya tentang kepemimpinannya”.*<sup>15</sup>

Kepala sekolah merupakan personel sekolah yang bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan-kegiatan sekolah, mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk menyelenggarakan seluruh kegiatan pendidikan dalam lingkungan sekolah yang dipimpinnya dengan dasar Pancasila yang bertujuan untuk:

- 1) Meningkatkan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
- 2) Meningkatkan kecerdasan dan ketrampilan.
- 3) Mempertinggi budi pekerti.
- 4) Memperkuat kepribadian.

<sup>13</sup> Buchari Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 64.

<sup>14</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan : Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam mengelola Sekolah dan madrasah*, (Yogyakarta : kaukaba, 2012), 106.

<sup>15</sup> HR Bukhari juz 1; 215

- 5) Mempertebal semangat kebangsaan dan cinta tanah air.<sup>16</sup>

#### 4. Peran, Fungsi dan Tanggung Jawab Kepala Sekolah/Madrasah

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dan keberlangsungan suatu satuan lembaga/organisasi adalah kemampuan/peran dari pada kepemimpinan yang ada pada suatu satuan lembaga/organisasi tersebut. Kegagalan dan keberhasilan suatu organisasi ditentukan oleh pemimpin karena pemimpin merupakan pengendali dan penentu arah dan tujuan yang akan dicapai suatu satuan lembaga/organisasi. Adapun peran kepala sekolah dapat diuraikan sebagai berikut ini:

- a) Kepala sekolah sebagai *Educator* (Pendidik), dalam hal ini kepala madrasah harus berusaha menanamkan, memajukan, dan meningkatkan sedikitnya empat nilai kepada para tenaga kependidikan yaitu: pembinaan mental tentang hal-hal yang berkaitan dengan sikap batin dan watak, pembinaan moral yang berkaitan dengan ajaran baik buruk suatu perbuatan, sikap, kewajiban sesuai tugas masing-masing, pembinaan fisik terkait kondisi jasmani atau badan dan penampilan secara lahiriyah serta pembinaan artistik terkait kepekaan manusia terhadap seni dan keindahan.
- b) Kepala sekolah sebagai *Manager* (pengelola) hendaknya mampu merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan agar lembaga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- c) Kepala sekolah sebagai *Administrator* merupakan penanggung jawab atas kelancaran pelaksanaan pendidikan dan pengajaran.
- d) Kepala sekolah sebagai *Supervisor* dituntut untuk mampu meneliti, mencari, dan menentukan syarat-syarat mana saja yang diperlukan untuk kemajuan lembaga.
- e) Kepala sekolah sebagai *Leader* (pemimpin) berupaya memberikan petunjuk dan pengawasan, meningkatkan kemauan tenaga kependidikan, membuka dan berkomunikasi dua arah dan mendelegasikan tugas.
- f) Kepala sekolah sebagai *Inovator* harus mampu mencari dan menentukan serta melaksanakan berbagai pembaharuan di madrasah.
- g) Kepala sekolah sebagai *Motivator*. Dalam hal ini harus memiliki strategi yang tepat untuk memberikan motivasi kepada tenaga kependidikan dalam melakukan tugas dan fungsinya.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Daryanto, *Administrasi Pendidikan*, (Jakarta:Reneka Cipta, 2010), 80.

Tanggung jawab kepala sekolah sebagai pemimpin lembaga pendidikan adalah sebagai penanggung jawab atas semua hal yang berkaitan dengan lembaga tersebut, sebagai pemimpin sekolah, dan sebagai supervisor sekolah. Inisiatif dan kreativitas kepala sekolah sangat dibutuhkan dalam pengembangan satuan pendidikan, yang bertujuan untuk menciptakan kegiatan belajar mengajar yang efektif dan efisien.

Fungsi utama kepala sekolah adalah 1) melaksanakan administrasi sekolah sehingga dapat tercipta situasi belajar yang baik. 2) melaksanakan supervisi pendidikan agar memperoleh peningkatan kegiatan mengajar guru dalam membimbing pertumbuhan peserta didik.<sup>18</sup> Seorang kepala sekolah tidak hanya bertanggung jawab atas kelancaran sekolah secara teknis akademis saja, melainkan juga bertanggung jawab dengan kondisi dan situasinya serta hubungannya dengan masyarakat sekitarnya. Kegiatan yang menjadi tanggung jawab kepala sekolah antara lain sebagai berikut:

- a. Kegiatan mengatur proses belajar mengajar.
- b. Kegiatan mengatur kesiswaan.
- c. Kegiatan mengatur personalia.
- d. Kegiatan mengatur peralatan pembelajaran.
- e. Kegiatan mengatur dan memelihara gedung dan perlengkapan. sekolah.
- f. Kegiatan mengatur keuangan.
- g. Kegiatan mengatur hubungan sekolah dengan masyarakat.<sup>19</sup>

## **5. Image/Citra sekolah**

Istilah pencitraan awal mulanya muncul dan banyak digunakan pada dunia industri terutama berkaitan dengan mutu produk. Namun apa yang terjadi di dunia industri merambah ke dunia pendidikan. Keberadaan globalisasi yang menjadi pemicu terjadinya penggunaan atau peminjaman istilah pada masing masing bidang, sehingga istilah citra produk yang di hasilkan oleh suatu industri digunakan pula pada sektor pendidikan. Namun yang membedakan adalah, jika pada dunia industri hasil produk berupa barang sedangkan pada bidang pendidikan yang merupakan pelayanan jasa berupa output atau lulusan.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Agus maimun dan Agus zainul fitri, *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetitif*, (Malang :UIN MALIKI PRESS, 2010), 180.

<sup>18</sup> *Ibd*, 180

<sup>19</sup> *Ibd*, 196.

<sup>20</sup> Aditia Fradito, "*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di Sdi Surya Buana Dan Min Malang 2)*", (Tesis, UIn Malang, 2016, 34).

*Image* atau citra dalam kamus besar diartikan sebagai rupa, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk.<sup>21</sup> Menurut Philip Kotler, *Image/Citra* adalah "image is the set of beliefs, ideas and impressions a person holds regarding an object are highly conditioned by that objects's image".<sup>22</sup> Citra adalah kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang seseorang mengenai suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut. *Image/citra* juga merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.<sup>23</sup>

Citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai suatu objek, orang atau suatu lembaga. Citra terbentuk dari bagaimana lembaga atau perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan.<sup>24</sup> Citra adalah atribut kognitif, ia pun bisa berupa ingatan tentang kejadian masa lalu, fakta atau pendapat. Namun citra hanya didasarkan pada kepercayaan, tradisi, sistem nilai, dan budaya. Dan merupakan produk konstruksi sosial pengetahuan yang dibentuk oleh pandangan dunia dan filsafat pribadi kita.<sup>25</sup>

Maka dapat dipahami *image* atau citra dapat diartikan sebagai persepsi, gambaran seseorang dan masyarakat mengenai organisasi atau produknya yang diperoleh dari informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai produk atau organisasi tersebut. Citra terbentuk dari bagaimana organisasi melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan.<sup>26</sup>

Citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak atau publik, mengingat citra lembaga merupakan cerminan identitas lembaga tersebut. Citra lembaga pendidikan, terbentuk berdasarkan berbagai komponen antara lain reputasi akademis atau mutu akademik dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja profesionalitas kepala sekolah, guru serta staf yang terkait di sekolah, memiliki jaringan organisasi yang baik untuk guru dan orang tua murid, serta kurikulum yang jelas agar tercipta lulusan yang baik pula.

### C. METODE PENELITIAN

---

<sup>21</sup> KBBI, Offline.

<sup>22</sup> Philip Kotler, *Marketing Management*, Edisi Bahasa Indonesia. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 338I.

<sup>23</sup> *Ibd*, 80.

<sup>24</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 92.

<sup>25</sup> Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar- Dasar Public Relation* (Bandung :Remaja Rosdakarya, 2003), 114.

<sup>26</sup> Bukhari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 92.



## 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif analitik. Data yang diperoleh adalah hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen dan catatan lapangan. Data-data yang diperoleh disusun oleh peneliti dituangkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.<sup>27</sup>

## 2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. sesuai dengan yang disampaikan oleh Bogdan dan Taylor bahwa metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Kirl dan Miller adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.<sup>28</sup>

## 3. Sumber data

Adapun data yang digunakan pada penelitian ini ada dua macam, yaitu:

### a. Data Primer

Data yang diperoleh dari sumbernya secara langsung, diamati dan dicatat secara langsung, seperti wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner.<sup>29</sup> Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara kepala madrasah, ketua PPDB dan juga observasi dari beberapa kegiatan di lingkungan MTs Negeri 2 Nganjuk.

### b. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaah terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi-referensi atau peraturan (literatur laporan, tulisan dan lain-lain yang memiliki relevansi dengan dengan fokus permasalahan penelitian.<sup>30</sup> Data skunder dalam penelitian ini diambil dari beberapa dokumen MTs Negeri 2 Nganjuk yang sekiranya dapat dibutuhkan. Dalam penelitian ini data sekunder meliputi sejarah berdirinya, visi, misi dan tujuan, struktur organisasi, keadaan siswa, serta sarana dan MTs Negeri 2 Nganjuk

## 4. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>27</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 87.

<sup>28</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ( Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 3.

<sup>29</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2009), 76.

<sup>30</sup> *Ibid*, 77

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, disini peneliti mengumpulkan data dengan cara: Wawancara, Observasi/Pengamatan, documenter.

## 5. Analisa Data

Dari pengumpulan data yang telah diperoleh, maka peneliti akan segera mengolah data-data tersebut dan akan mereduksi/merangkum dari data-data yang telah terkumpul sehingga menjadi data-data pokok dan penting, setelah data terangkum langkah selanjutnya adalah peneliti memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting yang berhubungan dengan penelitian, setelah itu data yang terangkum akan di jelaskan dengan uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori dan sejenisnya. Dan langkah yang terakhir adalah penarikan kesimpulan, bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya kurang jelas menjadi lebih jelas dan mendetail.

## 6. Uji Keabsahan Data

Dalam menganalisa data, peneliti harus menguji keabsahan data agar memperoleh data yang valid. Keabsahan data di sini menggunakan Triangulasi, Triangulasi pada dasarnya adalah cek dan ricek.<sup>31</sup>Dalam penelitian ini uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

## D. HASIL PENELITIAN

Dapat di simpulkan bahwa strategi kepala sekolah/madrasah dalam meningkatkan citra sekolah dengan cara 1) meningkatkan *personality*/karakteristik sekolah yang meliputi: a) kepercayaan masyarakat dengan cara meningkatkan kemampuan siswa agar dapat di terima di sekolah favorit pada jenjang berikutnya, b) tanggung jawab sosial dengan cara memberikan pembagian daging kurban dan zakat fitrah kepada siswa juga masyarakat yang kurang mampu, 2) meningkatkan *reputation*/reputasi sekolah yang meliputi: a) kinerja guru/karyawan dengan cara memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada siapa pun melalui pelayanan terpadu satu pintu dan melalui pelayanan dengan hati dan perasaan, b) keamanan transaksi sebuah bank dengan cara melalui bendahara sekolah jika itu berkaitan dengan kedinasan seperti DIPA, BOS dan lain-lain dan bendahara komite jika berkaitan dengan dana pendamping yang semuanya itu ada bukti fisik dan dapat di cek ulang, 3) meningkatkan *value*/nilai-nilai sekolah yang meliputi a) budaya lembaga yang meliputi sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan sekolah dengan cara menekankan kepada semua guru, karyawan, staf untuk selalu

---

<sup>31</sup> Nusa Putra dan Santi Lisnawati, *Penelitian Kualitatif Pendidikan Agama Islam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 45.

memperdulikan dan melayani siapapun yang berkepentingan dengan MTs Negeri 2 Nganjuk dengan cepat dan tidak ber belit-belit agar mereka tidak merasa kecewa, juga penerapan budaya salam, senyum, sapa, sopan dan santun (5s) serta saling membantu dan selalu ikhlas, b) karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan permintaan dan keluhan dengan melalui orang yang telah di tunjuk untuk melayaninya, 4) meningkatkan *corporate identity/identitas* sekolah yang meliputi komponen komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap lembaga seperti logo, warna dan slogan dengan cara memfokuskan kepada bangunan dengan tujuan agar semua siswa merasa nyaman dan proses belajar mengajar menjadi lancar juga tujuan lainnya agar siswa dapat memberikan gambaran yang baik terkait gedung di MTs Negeri 2 Nganjuk, dan setiap tahun dilakukan pengecatan ulang dan terkadang juga di gantinya warna cat dinding, dan 5) membuka program kelas bina prestasi dan kelas bilingual.

#### **E. KESIMPILAN**

Dapat disimpulkan bahwa Citra MTs Negeri 2 Nganjuk dalam kategori sangat baik. Strategi kepala sekolah/madrasah dalam meningkatkan citra lembaga di MTs N 2 Nganjuk adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan *Personality*/karakteristik sekolah yang meliputi: a) kepercayaan masyarakat b) tanggung jawab sosial.
2. Meningkatkan *Reputation*/Reputasi sekolah yang meliputi: a) kinerja guru/karyawan b) keamanan transaksi sebuah bank.
3. Meningkatkan *Value*/Nilai-nilai sekolah yang meliputi a) budaya lembaga yang meliputi sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan sekolah b) karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
4. Meningkatkan *Corporate Identity*/Identitas sekolah yang meliputi komponen komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap lembaga seperti, warna dan slogan 5) membuka program kelas bina prestasi dan bilingual.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

- Agus maimun dan Agus zainul fitri, *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetitif*. Malang :UIN MALIKI PRESS, 2010.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009).

- Alma, Buchari. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Alma, Bukhari. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Barnawi & Mohammad Arifin. *Buku Pintar mengelola sekolah swasta*. Jakarta: AR-RUZZ Media, 2014.
- Daryanto. *Administrasi Pendidikan*. Jakarta:Reneka Cipta, 2010.
- Fatkuroji. Desain Model Manajemen Pemasaran berbasis layanan Jasa Pendidikan Pada MTs Swasta se-Kota Semarang. *Jurnal Pendidikan Islam*, volume 9, No.1, 2015.
- Fradito, Aditia. *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di Sdi Surya Buana Dan Min Malang 2)*. Tesis, UIn Malang, 2016, 34.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Hardini, Isriani dan Dewi Puspitasari. *Strategi Pembelajaran Terpadu*. Yogyakarta: Familia, 2012.
- Hidayat, Ara dan Imam Machali. *Pengelolaan Pendidikan : Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam mengelola Sekolah dan madrasah*. Yogyakarta : kaukaba, 2012.
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Gaung Persada Press, 2009.
- Jawahirul Bukhori, Toha putra, 2010.
- KBBI, Offline.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Edisi Bahasa Indonesia. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- Mamarah, Siti, Strategi Peningkatan Mutu Dan Citra (*Image*) Sekolahdasar Negeri Di Ungaran Semarang. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Volume 3, No. 1, 2016.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Putra, Nusa dan Santi Lisnawati. *Penelitian Kualitatif Pendidikan Agama Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Qur'an in word, 2007
- Sabrina, Shintia. Pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat (Humas) di SMA Negari 12x11 enam lingkungan kabupaten padang pariman. *Jurnal administrasi Pendidikan*, Volume 2 No.1, 2014.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. *Dasar- Dasar Public Relation*. Bandung :Remaja Rosdakarya, 2003.

Tim Pustaka Agung Harapan. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Pustaka Agung Harapan. UU RI No. 20 Tahun 2003. Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta: Sinar Grafika, 2003.

Zamroni. *Managemen Pendidikan*. Yogyakarta: PsapMuhammadiyah, 2007.