

**IMPLIKASI PERUBAHAN NAMA TERHADAP *BRAND IMAGE*  
DAN UPAYA KEPALA SEKOLAH DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN NAMA  
(Multi Kasus MAN 1 KOTA KEDIRI dan MAN 2 KOTA KEDIRI)**

**Laily Nur Syayidah**  
**Universitas Islam Balitar Blitar**  
*syayidah.cantik@gmail.com*

## **ABSTRAK**

Dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka membangun *brand image* merupakan salah satu strategi yang digunakan lembaga pendidikan untuk menyikapi semakin kompetitifnya persaingan dalam upaya merekrut siswa. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian jenis kualitatif yang dilakukan di MAN 1 dan MAN 2 Kota Kediri dengan hasil bahwa upaya kepala madrasah dalam mensosialisasikan perubahan nama madrasah di MAN 1 dan MAN 2 Kota Kediri dilakukan dengan berbagai macam diantaranya melalui media cetak dan media elektronik dan sosialisasi juga pertemuan dengan wali murid untuk berinteraksi, serta dengan berbagai pihak di berbagai macam forum. Dengan meningkatkan mutu dan kualitas madrasah dalam bidang akademik dan non akademik tidak merubah pandangan stakeholder terhadap perubahan nama madrasah. Implikasi perubahan nama madrasah terhadap input siswa di MAN 1 Kota dan MAN 2 Kediri selalu meningkat. Dampak positif implikasi perubahan nama madrasah di MAN 1 dan MAN 2 Kota Kediri sama yaitu memudahkan administrasi madrasah untuk beberapa tahun kedepan karena nama madrasah yang ada di Indonesia sekarang belum urut sesuai dengan wilayahnya dan dampak positif atas perubahan nama madrasah memiliki ciri khas tersendiri dalam membentuk *image* masyarakat terhadap madrasah seperti halnya program keterampilan yang ada di MAN 1 Kota Kediri dan program asrama dan pendidikan karakter yang ada di MAN 2 Kota Kediri. Sedangkan dampak negatif pada perubahan nama madrasah di MAN 1 tidak merasa kehilangan nama MAN 2 dikarenakan adanya perubahan nama MAN 1 memberikan warna dan semangat yang baru bagi madrasah, sedangkan di MAN 2 merasa kehilangan nama MAN 3 dikarenakan nama madrasah yang MAN 3 tersebut sudah *branded* dan sudah sangat melekat dan berkesan bagi siswa bahkan alumni dari madrasah.

**Kata Kunci:** Implikasi Perubahan Nama, *Brand Image*.

## **A. PENDAHULUAN**

Heller R. mengatakan bahwa perubahan adalah elemen manajemen bisnis yang terpenting, agar kompetitif dalam pasar yang semakin agresif, organisasi dan orang-orang didalamnya haruslah bersikap positif terhadap perubahan. Menurut Heller R mengabaikan atau menyepelekan perubahan tren maka organisasi akan merugi. Perubahan merupakan

---

suatu hal yang pasti (terjadi dan akan terjadi), hal mana sudah diketahui oleh manusia sejak zaman dahulu, yang diungkapkan mereka melalui kata-kata “panta Rei’.

Dengan demikian manusia harus senantiasa berubah sesuai dengan tuntutan perubahan itu sendiri. Perubahan keorganisasian merupakan tindakan beralihnya sesuatu organisasi dari kondisi yang berlaku kini, menuju ke kondisi masa yang akan datang yang diinginkan guna meningkatkan efektivitasnya. Tujuan konkrit dari manajemen perubahan (*Change Management*) bagi beberapa organisasi yang berbeda mungkin tidak sama.

Namun, etos manajemen perubahan sama yaitu, menjadikan organisasi lebih efektif, efisien dan responsive terhadap perubahan yang terjadi di dalam organisasi. Proses perubahan biasa dilakukan melalui focus perubahan keorganisasian dan dimulai dari dunia usaha yang lebih dulu menyadari pentingnya perubahan baik organisasi yang kecil ataupun besar, baik disektor swasta ataupun publik.

Dalam proses perubahan kita mengenal sebuah istilah penting yakni seorang agen perubahan. Seorang agen perubahan yaitu seorang atau kelompok yang bertanggung jawab untuk mengubah pola perilaku yang ada pada orang tertentu *atau sistem sosial* tertentu. Robbins memberikan definisi kepemimpinan sebagai kemampuan mempengaruhi suatu kelompok menuju pada pencapaian tujuan. Sumber dari pengaruh mungkin bersifat formal, seperti yang diberikan pada jabatan manajerial dalam organisasi.

Sedangkan Greenberg Baron memberikan definisi kepemimpinan sebagai proses dimana satu individu mempengaruhi anggota kelompok lain menuju pencapaian tujuan kelompok atau organisasional yang di definisikan. Sedangkan pemimpin adalah individu dalam kelompok atau organisasi yang paling berpengaruh terhadap orang lain. Robbins dan Judge menyatakan bahwa kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok untuk menuju pencapaian sebuah visi atau serangkaian tujuan. Sementara itu, Kreitner dan Kinicki mendefinisikan kepemimpinan sebagai proses dimana seorang individu mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan bersama.

Dari beberapa uraian kepemimpinan di atas dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan pada hakikatnya adalah kemampuan individu dengan menggunakan kekuasaannya melakukan proses mempengaruhi, memotivasi, dan mendukung usaha yang memungkinkan orang lain memberikan kontribusi pada pencapaian tujuan organisasi (Wibowo, 2016:281).

Berdasarkan UU NO 32 Tahun 2004 tentang pemerintah Daerah, kebijakan dan kewenangan pengelolaan pemerintah ada yang bersifat sentralistik, dalam artian kewenangan pemerintah yang diserahkan kepada daerah dalam dalam mengelolanya atau desentralisasi termasuk dalam hal ini kebijakan pendidikan.

Perubahan organisasi bertujuan agar organisasi tidak menjadi statis melainkan tetap dinamis dalam menghadapi perkembangan jaman. Seorang pemimpin melakukan perubahan dengan visi dan strategi yang didasarkan pada asumsi tentang keadaan di masa

depan yang diperkirakan akan terjadi. Hanya pemimpin yang memiliki *personality, behavior, dan the sense of power* yang mampu menghadapi perubahan.

Dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka membangun *brand image* merupakan salah satu strategi yang digunakan 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. Sekolah yang memiliki persepsi kualitas yang baik dimata masyarakat akan membentuk citra merek yang kuat akan sekolah tersebut. Menurut Freddy Rangkutty.

### **1. Pengertian Kepala Sekolah**

Kepala madrasah dapat didefinisikan sebagai seorang tenaga fungsional guru yang diberi tugas untuk memimpin suatu madrasah dimana diselenggarakan proses belajar mengajar. Pemimpin yang dalam bahasa Inggris disebut leader dari akar kata to lead yang terkandung arti yang saling erat berhubungan: bergerak lebih awal, berjalan di depan, mengambil langkah pertama, berbuat paling dulu, memelopori, mengarahkan pikiran-pendapat tindakan orang lain, membimbing, menuntun, menggerakkan orang lain melalui pengaruhnya. Selanjutnya, penulis akan menjelaskan definisi kepemimpinan menurut para ahli. Definisi kepemimpinan yang dikemukakan oleh para ahli berbeda-beda antara yang satu dengan yang lain. Hoy dan Miskol, sebagaimana dikutip Purwanto, mengemukakan bahwa definisi kepemimpinan hampir sebanyak orang yang meneliti dan mendefinisikannya.

Kepala madrasah terdiri dari dua kata yaitu “kepala” dan “madrasah”.Kata “kepala” dapat diartikan “ketua” atau “pemimpin” dalam suatu organisasi atau sebuah lembaga. Sedang “madrasah (sekolah)” adalah sebuah lembaga dimana menjadi tempat menerima dan memberi pelajaran. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar bahasa Indonesia, (Jakarta, Perum Balai Pustaka, 1988:420).

Menurut Wahjosumidjo, secara sederhana kepala madrasah (sekolah) dapat didefinisikan sebagai seorang tenaga fungsional guru yang diberi tugas untuk memimpin suatu madrasah (sekolah) dimana diselenggarakan proses belajar mengajar, atau tempat dimana terjadi interaksi antara guru yang memberi pelajaran dan murid yang menerima pelajaran.

Kepemimpinan adalah suatu kegiatan dalam membimbing sesuatu kelompok sedemikian rupa, sehingga tercapailah tujuan dari kelompok itu. Dengan demikian secara sederhana definisi Kepala Madrasah adalah seorang tenaga fungsional guru yang diberi tugas untuk memimpin suatu sekolah dimana diselenggarakan pembelajaran atau tempat dimana terjadi interaksi antara guru yang memberi pelajaran dan peserta didik yang menerima pelajaran.

Dari definisi yang dipaparkan di atas maka dapat ditarik pengertian Kepala Sekolah adalah seorang yang mempunyai kemampuan dan proses mempengaruhi, membimbing, mengkoordinie, dan menggerakkan orang lain yang ada hubungannya dengan pengembangannya dengan pengembangan ilmu pendidikan dan pembelajaran supaya kegiatan-kegiatan yang dijalankan dapat lebih efektif dan efisien di dalam pencapaian tujuan-tujuan pendidikan dan pembelajaran.

## 2. Fungsi dan Tugas Kepala Madrasah

Lembaga formal yang kita kenal dengan istilah sekolah adalah suatu rangkaian kegiatan yang melibatkan sekelompok orang yang bekerja sama sebagai team dan didukung oleh berbagai sarana dan prasarana guna mencapai tujuan pendidikan. Dalam melaksanakan fungsinya, kelompok yang bekerja sama tersebut memerlukan sebuah bimbingan dan pengendalian secara sistematis dari seorang pemimpin, yang kemudian kita kenal dengan Kepala Madrasah.

Kepala sekolah sebagai pemimpin pendidikan dituntut untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya yang berkaitan dengan kepemimpinan pendidikan dengan sebaik mungkin, termasuk di dalamnya sebagai pemimpin pengajar. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar bahasa Indonesia*, (Jakarta Pusat Bahasa, 2008:420).

Peran seorang pemimpin, akan sangat menentukan kemana dan akan menjadi apa organisasi yang dipimpinnya. Sehingga dengan kehadiran seorang pemimpin akan membuat organisasi menjadi satu kesatuan yang menjadi lebih besar. Begitu juga dengan kepala madrasah sebagai pemimpin lembaga pendidikan formal mempunyai peranan yang sangat penting dalam pemberdayaan tenaga pendidik dan kependidikan.

Berbagai kasus masih banyak menunjukkan masih banyak kepala madrasah yang terpaku dengan urusan-urusan administrasi yang sebenarnya bisa dilimpahkan kepada tenaga administrasi. Dalam pelaksanaannya pekerjaannya kepala sekolah merupakan pekerjaan berat yang menuntut kemampuan ekstra (E. Mulyasa,2005:98).

Dalam melaksanakan tugasnya sebagai pemimpin formal suatu lembaga pendidikan, kepala sekolah atau madrasah sedikitnya harus mampu berfungsi sebagai educator, manajer, administrator, supervisor, leader, inovator dan motivator.

Berkenaan dengan fungsi Kepala Madrasah, diantaranya: (M. Ngalim Purwanto,1998:106).

- a. Kepala Madrasah sebagai *administor* pendidikan bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan pendidikan dan pengajaran disekolahnya.
- b. Kepala Madrasah sebagai *supervisor* yang diharuskan untuk meneliti, mencari, dan menentukan syarat-syarat mana sajakah yang diperlukan bagi kemajuan sekolahnya.

## 3. Pengertian *Brand Image*

---

*Brand image* adalah sekumpulan asumsi yang ada di benak konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari berbagai informasi dari berbagai sumber. Menurut beberapa para ahli, *pengertian brand image* adalah: *Brand image* menurut Kotler dan Amstrong, adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu (Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2001:225).

*Brand Image* Adalah sekumpulan Asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Menurut Kotler dan Keller, *Brand Image* adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Sedangkan Aaker.

Menurut Schiffman dan Kanuk menyebutkan faktor-faktor pembentuk *brand image* adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas dan mutu, berkaitan dengan kualitas produk dan barang yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu.
- b. Dapat dipercaya dan diandalkan, berkaitan dengan pendapatan atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu produk yang dikonsumsi.
- c. Kegunaan atau manfaat, yang berkaitan dengan fungsi dari suatu produk barang yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen
- d. Pelayanan, yang berkaitan dengan besar kecilnya akibat atau untung dan rugi yang mungkin dialami oleh konsumen.
- e. Harga, yang dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mempengaruhi suatu produk, juga dapat mempengaruhi *image* yang panjang.
- f. *Image*, yang dimiliki merek itu sendiri, yaitu berupa pelanggan, kesepakatan dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek dari produk tertentu.

Sedangkan menurut referensi yang lain faktor-faktor pendukung terbentuk *brand image* dalam keterkaitannya dengan asosiasi merek adalah:

*Favorability of brand association*/keunggulan asosiasi merek, salah satu faktor pembentuk *brand image* adalah keunggulan produk, dimana produk tersebut unggul dalam persaingan.

*Strangth of brand association / familiarity of brand association*/kekuatan asosiasi merek, setiap merek yang berharga mempunyai jiwa, suatu kepribadian khusus adalah kewajiban mendasar bagi pemilik merek untuk dapat mengungkapkan, mensosialisasikan jiwa / kepribadian tersebut dalam satu bentuk iklan, ataupun bentuk kegiatan promosi dan pemasaran lainnya.

*Uniquesness of brand assosiation*/keunikan asosiasi merek, keunikan asosiasi produk merupakan daya tarik tersendiri bagi perkembangan dari perusahaan.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau ucapan lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati (Nana Sudjana, 1989:16). Pendekatan ini dipandang mampu untuk menganalisis realitas sosial secara detail. Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengkaji, membuka, menggambarkan atau menguraikan sesuatu dengan apa adanya.

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti sangat penting dan diperlukan. Ia merupakan perencana, pelaksana, pengumpul data, analisis dan interpretasi data, yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah kesimpulan yang menjadi hasil penelitiannya. Jadi, dapat dikatakan bahwa peneliti merupakan instrumen kunci dalam menangkap makna yang terkandung dalam data dan sekaligus pengumpul data (Lexy J. Meuleong, 1989). Oleh sebab itu, peneliti harus terjun langsung ke lapangan dalam proses penelitian yang sesungguhnya

Sumber data dalam sebuah penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh (Suharsimi Arikunto, 1993:102). Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang utama adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya sebagai data pelengkap atau penunjang data utama seperti data tertulis, foto dan statistik (Noeng Muhajir, 1996:112). Sumber data dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti (Sugiono, 2014:223).

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber skunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (peneliti) misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder sebagai pendukung data primer yang diperoleh dari literatur dan dokumen-dokumen serta data yang diambil dari suatu organisasi atau lembaga.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dengan menggunakan Observasi, menurut Emzir dapat didefinisikan sebagai “perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu”. Kemudian wawancara kepada responden atau informan. (Soeratno, 1995:92). Kemudian dengan menggunakan metode dokumentasi.

### **4. Metode Analisis Data**

Proses yang akan dilakukan oleh penulis dalam menganalisa data yang sudah digali, diantaranya meliputi Mereduksi data dengan memilih hal yang pokok dan memfokuskan hal yang penting, dan kemudian penyajian data, hal ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antara kategori, bagan, atau grafik.

### **5. Teknik Analisis Data**

Dalam hal ini dilakukan dalam tiga teknik, yaitu :

Reduksi Data, reduksi data adalah Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Penyajian data, penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan penarikan kesimpulan sehingga menjadi titik akhir dari sebuah penelitian atau bisa disebut juga hasil akhir.

#### **6. Pengecekan Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data didasarkan atas kriteria tertentu. Kriteria itu terdiri atas derajat kepercayaan (kredibilitas), keteralihan, kebergantungan, dan kepastian. Masing-masing kriteria tersebut menggunakan teknik pemeriksaan sendiri-sendiri. Kriteria derajat pemeriksaan datanya dilakukan dengan. Perpanjangan ke-ikutsertaan, dilakukan peneliti pada waktu pengamatan dilapangan akan memungkinkan peningkatan kepercayaan data yang dikumpulkan karena dengan perpanjangan keikutsertaan, peneliti akan banyak mendapatkan informasi, pengalaman pengetahuan, dan dimungkinkan peneliti bisa menguji kebenaran informasi yang diberikan oleh distorsi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari respon serta membangun kepercayaan subjek yang diteliti.

Ketekunan pengamatan, hal ini bermaksud untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang dicari dan kemudian memusatkan pada hal-hal tersebut secara rinci. Triangulasi, adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lain.

#### **C. Hasil Dan diskusi**

Menurut kepala Sekoah MAN 1 dan MAN 2 Kota Kediri dalam mengimplementasikan informasi kepada masyarakat adalah dengan cara menggunakan media cetak seperti Koran, majalah, poster dan lain-lain, sedangkan menurut Ketua PPDB juga dengan menggunakan media online seperti media social facebook, Instagram, Group Watshap, serta web sekolah karena itu merupakan sara untuk bersosialisasi dengan mudah. Akan tetapi keduanya lebih menekankan prestasi siswa sehingga prestasi yang di raih keduanya juga bagus dan masyarakatpun memandang tidak terlalu ada perbedaan yang mencolok di antara keduanya.

Dampak positif dengan adanya implikasi perubahan nama menurut humas MAN 1 Kota Kediri adalah untuk memudahkan administrasi untuk beberapa tahun kedepan dengan urutnya nama sekolah berdasarkan daerahnya sangat membantu pusat untuk mengidentifikasi dan pemetaan perangkat sekolah serta luas wilayah dan kebutuhan sekolahnya. hal ini senada dengan yang disampaikan oleh salah satu guru yang ada di MAN

2 Kota Kediri, serta menurut komite MAN 2 menyebutkan bahwa madrasah memiliki ciri khas tersendiri dalam membentuk *image* masyarakat terhadap madrasah seperti halnya program keterampilan yang ada di MAN 1 Kota Kediri. Menurut Kepala sekolah di MAN 2 Kota Kediri yang menjadi ciri khas adalah adanya program asrama dan pendidikan karakter yang sangat di unggulkan di MAN 2 Kota Kediri.

Sedangkan dampak negatif menurut Kepala Sekolah MAN 1 Kota Kediri bahwa pada perubahan nama madrasah di MAN 1 tidak merasa hilang nama MAN 2 dikarenakan adanya perubahan nama MAN 1 memberikan warna dan semangat yang baru bagi madrasah, Sedangkan Menurut Kepala Sekolah MAN 2 Kota Kediri menyebutkan bahwa di MAN 2 merasa kehilangan nama MAN 3 dikarenakan nama madrasah yang MAN 3 tersebut sudah *branded* dan sudah sangat melekat dan berkesan bagi siswa bahkan alumni dari madrasah, dan juga masyarakat juga belum bisa menerima dengan lapang dada.

#### **D. Kesimpulan**

Upaya kepala madrasah dalam mensosialisasikan perubahan nama madrasah di MAN 1 dan MAN 2 Kota Kediri dilakukan dengan berbagai macam diantaranya melalui media cetak dan media elektronik sehingga sosialisasinya terealisasi. Kemudian ditambah dengan pertemuan dengan wali murid dan kepala madrasah juga aktif berinteraksi dengan berbagai pihak di berbagai macam forum. Dengan meningkatkan mutu dan kualitas madrasah dalam bidang akademik dan non akademik seperti halnya prestasi yang diraih oleh siswa apalagi di MAN 2 Kota Kediri banyak sekali prestasi yang diperoleh kepala madrasah, dengan hal ini tidak merubah pandangan stakeholder terhadap perubahan nama madrasah. Implikasi perubahan nama madrasah terhadap input siswa di MAN 1 Kota dan MAN 2 Kediri selalu meningkat.

Dampak positif implikasi perubahan nama madrasah di MAN 1 dan MAN 2 Kota Kediri sama yaitu memudahkan administrasi madrasah untuk beberapa tahun kedepan karena nama madrasah yang ada di indonesia sekarang belum urut sesuai dengan wilayahnya dan dampak positif atas perubahan nama madrasah memiliki ciri khas tersendiri dalam membentuk *image* masyarakat terhadap madrasah seperti halnya program keterampilan yang ada di MAN 1 Kota Kediri dan program asrama dan pendidikan karakter yang ada di MAN 2 Kota Kediri. Sedangkan dampak negatif pada perubahan nama madrasah di MAN 1 tidak merasa hilang nama MAN 2 dikarenakan adanya perubahan nama MAN 1 memberikan warna dan semangat yang baru bagi madrasah, sedangkan di MAN 2 merasa kehilangan nama MAN 3 dikarenakan nama madrasah yang MAN 3 tersebut sudah *branded* dan sudah sangat melekat dan berkesan bagi siswa bahkan alumni dari madrasah.

## E. Referensi

- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar bahasa Indonesia, (Jakarta, Perum Balai Pustaka, 1988).
- E. Mulyasa, Menjadi Kepala Sekolah Profesional, dalam Konteks Menyukkseskan MBS dan KBK, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005).
- Heller R. Essential Managers: Managing Change (cetakan pertama), (Jakarta: Penerbit Dian Rakyat).
- Kotler, philip dan Gary Amstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, (Jakarta: Indeks, 2001).
- Lexy J. Meuleong, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1989).
- M. Ngalim Purwanto, Administrasi dan Supervisi Pendidikan (Baandung: Rosda Karya, 1998).
- N.A. Ametembun, Kepemimpinan Pendidikan, (Malang: IKIP Malang, 1975).
- Nana Sudjana, Penelitian dan Penilaian Pendidikan (Bandung: Sinar Baru, 1989).
- Ngalim Purwanto, Administrasi dan Supervisi Pendidikan,(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).
- Noeng Muhajir, Metodologi Penelitian Kualitatif (Yogyakarta, Rake Sarasin, 1996).
- Rangkuti, Freddy, Analisis Swot Teknik membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004).
- Soeratno, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Yogyakarta, UPP AMP YKPN, 1995).
- Sugiono, Metode Penelitian Manajemen (bandung: Alfabeta, 2014).
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (Jakarta: Rineka Cipta, 1993).
- Wahjosumidjo, Kepemimpinan Kepala Sekolah, Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999).
- Soerdji Lazaruth, Kepala Madrasah dan Tanggug Jawabnya (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1984).
- Wibowo, Perilaku Dalam Organisasi (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).