

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

Hingga era kemajuan teknologi pada saat ini madrasah tetap eksis menjadi lembaga pendidikan yang mampu memberikan multi keilmuan kepada santri-santrinya. walaupun banyaknya lembaga-lembaga pendidikan yang bersifat umum namun madrasah salaf masih mampu mempertahankan ke eksistensinya kepada masyarakat.

Dengan adanya madrasah yang berbasis salaf menjadi wadah atau tempat untuk berkembangnya dunia keilmuan islam serta kebudayaan yang mampu menjadi garda utama dalam merubah kepribadian untuk lebih baik lagi.

Sejarah telah membuktikan bahwa konsistensi madrasah salaf terhadap *manhaj al-fikr al-salafy* (metode berfikir sesuai nilai-nilai salaf) telah menjadikannya mampu bertahan dari segala deraan dan tantangan zaman. walaupun dengan banyaknya terpaan dan tantangan di era saat ini, namun madrasah salaf mampu berdiri kooh dan bersaing dengan lembaga pendidikan yang lainnya. Demikian pula, madrasah salaf juga tetap mempertahankan nilai-nilai moderasi dan toleransinya ketika bermunculan lembaga-lembaga pendidikan islam yang lainnya yang telah lupa akan penanaman nilai-nilai toleransi dan moderasi terhadap para peserta didiknya.

Di tengah pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, dengan segala dampak positif dan negatifnya, keniscayaan manusia masa depan yang tetap teguh dalam beriman dan bertaqwa di satu sisi dan menjadi manusia yang cerdas, terampil, mandiri dan sanggup berkompetisi dengan yang lainnya. Pada sisi lainnya adalah obsesi dan cita-cita yang tidak dapat ditawar lagi. Oleh sebab itu, generasi muda wajib dipersiapkan demi mampu bertahan, bersaing dan mempunyai kualitas serta cakap dalam bidang tertentu.

Perlu dibangun kekuatan pribadi-pribadi yang menjadi cikal bakal keluarga dan masyarakat demi mewujudkan idealitas tersebut. Karena dalam membangun bangsa diperlukan individu yang shalih dari cikal bakal keluarga atau masyarakat, dalam hal ini adalah yang layak untuk memikul amanah yang diamanahkan kepadanya, maka pembangunan individu menjadi hal yang niscaya. Perlu adanya keseriusan dan penuh tanggung jawab dalam

mencapai tujuan tersebut, mengingat ia adalah alat masyarakat yang sangat penting dalam melakukan tugas sosial demi mewujudkan kepentingan bersama, memperkuat peradaban insani dan menjunjung nilai-nilai keshalihan.

Kesalihan pribadi lahir berasal dari ketaqwaan yang bersifat individual sedangkan keshalihan masyarakat lahir dari ketaqwaan yang bersifat kolektif. Semua secara bersama-sama mempunyai rasa kesadaran terhadap sejarah, kesadaran mengenai kejadian sosial dan kesadaran mengenai kewajiban untuk melaksanakan perubahan sebagai perwujudan kewajibannya sebagai makhluk sosial yang bermoral dalam melakukan misi yang utama, yaitu membangun peradaban.

Madrasah Qudsiyyah adalah salah satu lembaga pendidikan islam yang berupa madrasah salaf di Kudus. Madrasah Qudsiyyah didirikan oleh K.H.R. Asnawi, yaitu adalah salah satu ulama karismatik yang mendirikan dan penggerak Nahdlatul Ulama keturunan Sayyid Ja'far Shodiq Sunan Kudus.

Pada usianya yang ke satu abad, Lembaga Pendidikan Islam Qudsiyyah membuka unit pendidikan baru, yaitu Madrasah Tsanawiyah Qudsiyyah Putri dan Pondok Pesantren Qudsiyyah Putri. Akhirnya, pada Sabtu Legi, 21 Syawal 1438 H bertepatan dengan 14 Juli 2017 TU Pondok Pesantren Qudsiyyah Putri Kudus berdiri dan diresmikan oleh Nadhir Qudsiyyah, KH. Sya'roni Achmadi dan Mustasyar PBNU KH. Maimoen Zubair. Adapun lokasinya berada di Jl. Lambao No. 1 Singocandi Kota Kudus.²

MTs Qudsiyyah (Putri) telah berdiri selama 3 tahun lamanya, sehingga kelas IX tahun 2020 adalah angkatan pertama dari lulusan MTs Qudsiyyah (Putri) Kudus.⁷⁵

2. Profil MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

Nama Sekolah : MTs. Qudsiyyah Putri Kudus
 Nama Yayasan : Yayasan Pendidikan Islam Qudsiyyah
 Alamat Sekolah : Jl. Lambao Singocandi No. 1 Gedangsewu
 Kelurahan : Singocandi
 Kecamatan : Kota
 Kabupaten/Kota : Kudus
 Provinsi : Jawa Tengah
 Kode Pos : 59327
 Status Sekolah : Swasta

⁷⁵ Nuruddin, wawancara oleh penulis, 8 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

Jenjang Akreditasi :-

Tahun Berdiri : 2018

Nama Pokok Sekolah Nasional (NPSN) :70014178⁷⁶

3. **Visi, Misi dan Tujuan Madrasah**

a. **Visi MTs Qudsiyyah Putri Kudus**

Menjadi madrasah yang unggul dalam penguasaan Al Qur'an dan Kitab Salaf serta melahirkan generasi sholihah, salaf, dan mandiri.

b. **Misi MTs Qudsiyyah Putri Kudus**

- 1) Menumbuhkan penghayatan terhadap ajaran agama dan mendorong pengamalan ibadah keagamaan bagi setiap warga madrasah dalam rangka meningkatkan kualitas iman dan taqwa.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan proses belajar mengajar dan bimbingan secara efektif dan efisien.
- 3) Menumbuhkan semangat berprestasi dan keunggulan pada seluruh warga madrasah sehingga dapat memperkuat daya kompetitif baik tingkat nasional maupun global
- 4) Memberikan latihan dalam kegiatan ekstra kurikuler dan berbagai keterampilan kepadaseluruh warga madrasah.
- 5) Menumbuhkembangkan budaya tertib, dan budaya belajar kepada seluruh warga madrasah.
- 6) Memupuk dan mengembangkan bakat seni dalam rangka pelestarian budaya daerah dan nasional yang islami
- 7) Memupuk dan mengembangkan peduli lingkungan hidup (pencegahan kerusakan, pencegahan pencemaran dan pelestarian lingkungan hidup).

c. **Tujuan MTs Qudsiyyah Putri Kudus**

- 1) Terselenggaranya berbagai kegiatan dan pengkajian tentang ilmu Al Qur'an
- 2) Terselenggaranya berbagai kegiatan keagamaan dan pengkajian ilmu agama, khususnya kitab-kitabsalaf
- 3) Meningkatnya keterampilan dan kemampuan siswi berkomunikasi dengan bahasa Arab dan bahasa Inggris
- 4) Meningkatnya pemahaman dan ketrampilan siswi dalam praktik ibadah (*fikih Nisa* ')
- 5) Meningkatnya ketrampilan siswi dalam membuat kalender hijriyyah dan miladiyyah secara mandiri

⁷⁶ Data Dokumentasi, Profil MTs. Qudsiyyah Putri Kudus (Dikutip pada tanggal 8 Februari 2023) , terlampir

- 6) Meningkatnya jiwa kepramukaan (kedisiplinan, tanggung jawab, kejujuran dan lain-lain) dalam diri siswi
- 7) Memiliki kelompok siswi yang terampil dalam aplikasi program komputer minimal Ms Office, excel dan Desain Grafis
- 8) Memiliki kelompok siswi karya ilmiah remaja (KIR).
- 9) Memiliki kelompok siswi yang siap mengikuti PORSENI di tingkat kabupaten, provinsi, dan nasional
- 10) Meningkatnya minat siswi untuk memanfaatkan perpustakaan sebagai sarana penunjang pendidikan.⁷⁷

4. Data Guru dan Tenaga Kependidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

Berikut merupakan data guru dan tenaga kependidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus antara lain:

- a. Data pendidik dan tenaga pendidik MTs. Qudsiyyah Putri Kudus antara lain:

Tabel 4.1

NO	NAMA	JABATAN
1	Muhammad Nuruddin, M.Pd.I.	Kepala Madrasah
2	Miftakhur Rohman, M.Pd.	Waka Kurikulum
3	H. Solikul Hadi, S.Pd.	Waka Humas
4	Muhammad Torig	Waka Sarpras
5	Istiqomah, S.Pd.	Waka Kesiswaan
6	M. Isbah Kholili, M.Pd.	Guru
7	Abdur Rahman	Guru
8	Mukhammad Subkhan	Guru
9	Muhammad Ainun Najib	Wali Kelas
10	M. Arif Muhlisin, S.Pd.I.	Wali Kelas
11	Fatkhur Rozak	Wali Kelas
12	Uchaida Naila Sofa, S.Pd.	Wali Kelas
13	Lailatus Sa'diyah, S.Pd.	Wali Kelas
14	Rumikutsiyah, S.Pd.	Guru
15	Umdatul Husna, S.E.	Wali Kelas
16	Hany Hidayati, S.Pd.	Wali Kelas
17	Hidayah Hidzyam Diniy, M.Pd.	Guru
18	Nasimatul Wardiyah, S.Pd.I.	Wali Kelas
19	Evariska Asriani, S.Pd.	Guru BK
20	Diana Nurul Aini, S.Pd.	Wali Kelas
21	Ainul Athiyah, S.Ag.	Wali Kelas
22	Chusnus Shalichah, M.Si.	Wali Kelas

⁷⁷ Data Dokumentasi, Visi, Misi dan Tujuan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus (Dikutip pada tanggal 8 Februari 2023) , terlampir

23	Asnawi Basyar, S.Ag.	Wali Kelas
24	Hani'atuz Zakiyyah, S.Pd.	Wali Kelas
25	Fina Nurul Adha, S.Pd.	Wali Kelas
26	Afsana Noor Maulida Zahro	Wali Kelas
27	M. Khothibul Umam, S.Pd.I.	Tata Usaha
28	Wulida Sulusillaili, S.Kom.	Tata Usaha
29	Salis Anisah, S.Sy.	Tata Usaha
30	Haniah Urwatul Wutsqo, S.I.Pust.	Perpustakaan

Sumber: Data Penelitian, 8 Februari 2023⁷⁸

5. Data Santri MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

Berikut adalah data santri MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

Tabel 4.2

Kelas	Jumlah Kelas	Jumlah Murid		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
VII	6	0	233	233
VIII	6	0	230	230
IX	0	0	0	0
	Jumlah	0	463	463

Sumber: Data Penelitian, 8 Februari 2023⁷⁹

B. Deskripsi Data Penelitian

Berbagai upaya dan strategi dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus demi untuk mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan sederajat yang lainnya. Agar MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mampu bersaing dan unggul dalam menghadapi ketatnya persaingan lembaga pendidikan di era saat ini. Dengan penerapan strategi *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mampu menjadi lembaga pendidikan yang mendapat persepsi positif dari masyarakat, sehingga dengan hal tersebut memberikan dampak yang positif terhadap MTs. Qudsiyyah putri Kudus. Adapun berikut ini merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam melakukan strategi dalam pelaksanaan *brand image*.

⁷⁸ Data Dokumentasi, Data Pendidik dan Tenaga Pendidik MTs. Qudsiyyah Putri Kudus (Dikutip pada tanggal 8 Februari 2023) , terlampir

⁷⁹ Data Dokumentasi, Data Santri MTs. Qudsiyyah Putri Kudus (Dikutip pada tanggal 8 Februari 2023) , terlampir

1. Strategi Membangun *Brand Image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan

Untuk meningkatkan kualitas lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan dan mendapatkan *image* yang baik dari masyarakat, MTs. Qudsiyyah Putri Kudus melakukan beberapa langkah strategi *brand image*. Oleh karena itu peneliti akan mengungkap strategi dan langkah-langkah dalam upaya membangun *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa kepala madrasah melakukan beberapa langkah strategi *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan.

“Di benarkan bahwasanya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menerapkan strategi *brand image* lembaga pendidikan. Adapun dalam prosesnya lembaga MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menarapkan langkah awal yaitu *positioning, differentiation, brand sarvice proses*”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas pihak lembaga MTs. Qudsiyyah Kudus yang disampaikan oleh kepala MTs. Qudsiyyah Putri Kudus membenarkan bahwa di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus ini melakukan pelaksanaan strategi *brand image* lembaga pendidikan. Memang ketika membahas *brand image* lebih sering dikaitkan dalam dunia ekonomi dan bisnis, namun pada saat ini lembaga pendidikan seperti MTs. Qudsiyyah Putri Kudus wajib melakukan strategi *brand image* lembaga pendidikan. Hal ini dikarenakan pada era saat ini banyak bermunculan lembaga-lembaga pendidikan yang akhirnya antara satu lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lainnya saling bersaing utuk mendapatkan citra positif dari masyarakat. Adapun langkah pertama yang dilakukan oleh lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam pelaksanaan *brand image* di awali dengan langkah memposisikan lembaga pendidikan atau yang lebih dikenal dengan istilah *positioning*. Dengan mengetahui posisi lembaga pendidikan seperti MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, maka akan mengetahui posisi lembaga pendidikan. Sehingga dalam melakukan aksi membangun *brand image* yang selajutnya, karena pelaksanaan *brand image* bukan pelaksanaan yang hanya sementara, namun pelaksanaan yang

⁸⁰ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

dilakukan secara terus menerus. Setelah melakukan *positioning* lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yang selanjutnya dilakukan adalah *differentiation* yaitu mencari perbedaan antara MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga pendidikan yang lainnya. Ketika telah mengetahui posisi dan perbedaan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga pendidikan yang lain maka pelaksanaan *branding* dapat dilakukan.

“Di MTs. Qudsiyyah Putri ini mempunyai perbedaan dengan lembaga-lembaga pendidikan sederajat yang lainnya. Yang paling menonjol adalah adanya pondok pesantren yang ada di dalam madrasah dan yang paling utama adalah keagamaanya. Adapun santri 80% merupakan santri mukim. Dalam pemasarannya tentunya pihak kami menggunakan kecanggihan teknologi dengan pemasaran di sosial media seperti *Youtube, Instagram, Facebook dan Wibesite*. Adapun pihak lembaga kami harus selalu mempunyai inovasi, dikarenakan saat ini antara lembaga pendidikan mempunyai persaingan yang ketat”⁸¹

Dari hasil wawancara tersebut di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mempunyai beberapa perbedaan dengan madrasah-madrasah atau lembaga pendidikan yang lainnya. Dengan adanya perbedaan tersebut menjadi nilai jual tersendiri kepada masyarakat. Perbedaan yang paling mendasar di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga pendidikan yang lainnya adalah sikap mental sepiritual. Di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sendiri di kalangan masyarakat lebih terkenal dengan julukan Pondok Pesantren Qudsiyyah Putri Kudus, karena di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus terdapat pondok yang ada di dalamnya dan dihususkan untuk santri MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Dari keseluruhan jumlah santri MTs. Qudsiyyah Putri Kudus 80% merupakan siswa yang mukim di Pondok Pesantren Qudsiyyah Putri.

Terdapat banyak perbedaan antara MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga pendidikan sederajat yang lainnya. Maka dengan perbedaan tersebut, di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus para santri yang bersekolah bukan hanya dari masyarakat kudus, namun banyak para santri dari luar kota bahkan dari luar kepulauan.

⁸¹ Nuruddin, Wawancara oleh penulis 2 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam pelaksanaan *brand image* yaitu dengan memperkenalkan kepada masyarakat dengan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah putri kudus dan bersosialisasi aktif di sosial media yang berupa *facebook*, *instagram*, *wibesate* dan *youtube* dengan menayangkan kegiatan-kegiatan yang ada di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

Lembaga MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mengakui akan adanya persaingan antara lembaga pendidikan, oleh karena itu MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menciptakan program-program unggulan yang membedakan antara MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga-lembaga pendidikan yang lainnya. Dengan program-program tersebut diharapkan menjadi nilai jual yang tinggi di masyarakat dibandingkan dengan lembaga-lembaga pendidikan yang lainnya. Strategi yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus terbukti berhasil dan sukses, dengan dasar banyaknya pendaftar di setiap tahun ajaran baru.

“Dalam memposisikan lembaga pendidikan dan mencari perbedaan tentunya harus dibarengi dengan pelaksanaan *branding* yang kuat dan harus dilakukan dengan proses dan *service* yang bagus”.⁸²

Dari hasil wawancara tersebut terlihat jelas bahwasanya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus bahwasanya pelaksanaan strategi *positioning* dan *diferenting* harus di *backup* dengan *brand sarvice procces*. Dan berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa membangun dan menjaga *brand image* lembaga pendidikan merupakan hal yang sangat penting. Adapun dalam melakukan langkah-langkah dan strategi agar *brand* lembaga pendidikan semakin bagus dan terjaga maka perlu penerapan *positioning*, *differenting* dan di *buckup* dengan *brand sarvice procces*.

Membangun sebuah *brand image* lembaga pendidikan bukan serta merta dilakukan dengan waktu yang singkat, namun membutuhkan proses, begitu juga dengan hasilnya. Langkah-langkah yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam membentuk *brand image* diantara lain:

1. *Positioning*

Positioning adalah upaya membangun *brand image* lembaga pendidikan dengan memposisikan diri lembaga pendidikan agar mempunyai posisi yang berbeda dengan

⁸² Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

lembaga pendidikan yang lainnya. *Positioning* juga menjadi eksistensi *brand image*.

MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan Madrasah kelas menengah berbasis Islam dan terdapat pondok pesantren yang ada di dalamnya, hal ini menjadikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus telah mengetahui posisi lembaga pendidikannya. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh pimpinan Pondok Pesantren Qudsiyyah Putri Kudus

“Memposisikan diri merupakan hal yang sangat penting bagi lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, karena dengan memposisikan diri MTs. Qudsiyyah mengetahui letak posisi, sehingga lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mampu menentukan arah gerak dan langkah-langkah ke depannya. MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan madrasah kelas menengah yang berbasis pondok pesantren dan di muatan keilmuan madrasahnyanya terdapat muatan-muatan pelajaran salaf, diantara lainnya adalah *Fiqih Nisa'*, *Falak*, *Faroidh*, *Arudh*. Program unggulan *tahfidz* tersebut terdapat dua jenis yaitu program *tahfidz Al-Qur'an* yang dihususkan bagi santri yang bertempat di pondok MTs. Qudsiyyah Putri dan *tahfidz Alfiyah* berlaku untuk seluruh santri MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Hal itulah yang menjadi pembeda antara MTs. Qudsiyyah Putri dengan lembaga pendidikan yang lainnya. Dengan itulah MTs. Qudsiyyah Putri Kudus tahu arah gerak dalam *branding*”.⁸³

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwasanya MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan lembaga pendidikan yang unggul dalam bidang keagamaan. Hal ini terbukti dengan adanya program-program yang dilakukan oleh madrasah. Adapun program-program tersebut adalah beberapa muatan ilmu-ilmu salaf seperti, *Fiqih Nisa'*, *Arudhl*, *Faraidh*, *Falak* dan program *tahfidz Alfiyah* serta *Al-Qur'an*. Dengan program-program tersebut MTs. Qudsiyyah Putri Kudus telah mengetahui posisi dan arah *branding* ke depannya.

2. *Differentiation*

Differentiation merupakan bentuk pembeda lembaga satu dengan lembaga yang lainnya. *Differentiation* merupakan hal yang sangat pokok dalam pelaksanaan *brand image*

⁸³ Isbah Kholili, wawancara oleh penulis, 8 februari 2023, wawancara 2, transkrip

lembaga pendidikan. Ketika lembaga pendidikan mampu melakukan *differentiation* dengan baik dan sempurna, maka *brand image* lembaga pendidikan mampu berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuan yang telah di tentukan, namun apabila yang terjadi sebaliknya, maka *brand image* lembaga pendidikan mengalami kegagalan dan tidak dapat mencapai tujuan yang telah di tentukan, maka dalam mengantisipasi hal-hal yang tidak di inginkan diperlukan *differentiation* yang kuat. Hal ini berdasarkan pemaparan dari kepala MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

“MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mempunyai beberapa keunggulan dalam bidang keagamaan dibandingkan dengan lembaga-lembaga pendidikan yang lainnya. Adapun program-program unggulan tersebut yang menjadi *differentiation* adalah program keilmuan salaf dalam pelajarannya dan program *tahfidz alfiyah* dan *Al-Qur'an* adapun bagi santri yang tidak berada dipondok dikenakan program *tahfidz alfiyah* dan hal itu menjadi penentu kenaikan kelas”.⁸⁴

Dari pemaparan tersebut strategi yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus adalah dengan memperkuat keunggulan yang menjadi perbedaan antara MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga pendidikan yang lainnya. Adapun perbedaan dari program-program unggulan yang di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga pendidikan yang lainnya adalah muatan ilmu salaf seperti *Fiqih Nisa'*, *Falak*, *Faraidh*, *Arudh* dan program *tahfidz alfiyah* dan *Al-Qur'an*.

a. Program Keilmuan Salaf

Program keilmuan salaf merupakan salah satu program unggulan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Program ini menjadi pembeda dari program-program yang ada di lembaga pendidikan yang lainnya. Program keilmuan salaf di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan program yang diperuntukan oleh seluruh santri yang ada di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, baik itu santri yang mukim pondok maupun santri yang tidak mukim pondok.

⁸⁴ Isbah Kholili, Wawancara oleh penulis, 7 Februari 2023, wawancara 2, transkrip

Program-program keilmuan salaf ini terdiri dari beberapa mata pelajaran yaitu, *fiqih nisa'*, *arudlh*, *falak*, *faroidh*. Pihak lembaga Pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus memberikan klaim bahwasanya program-program tersebut hanya ada di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Dengan adanya program-program keilmuan salaf tersebut pihak lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mampu menunjang kualitas pendidikan para santri dalam keilmuan agama, dan dengan adanya program muatan salaf tersebut mampu menjadikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menjadi lembaga pendidikan Islam yang diminati oleh banyak masyarakat.

b. Program *Tahfidz Alfiyah* dan Al-Qur'an

Program unggulan selanjutnya yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus adalah adanya program unggulan berupa *tahfidz alfiyah* dan Al-Qur'an. Program ini juga menjadi pembeda antara program-program unggulan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan program-program unggulan yang ada di lembaga pendidikan lainnya. Program *tahfidz alfiyah* dan *tahfidz Al-Qur'an* mempunyai perbedaan dalam penerapan kepada para santri di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

Program *tahfidz alfiyah* merupakan salah satu program yang wajib dilakukan oleh semua santri yang ada di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Program *tahfidz alfiyah* ini menjadi salah satu syarat penentu kenaikan kelas.

Program *tahfidz Al Qur'an* merupakan salah satu program juga yang dilaksanakan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Dalam pelaksanaannya program *tahfidz Al-Qur'an* di hususkan hanya bagi para santri yang mukim di pondok dan memilih program prondok yang berupa program *tahfidz al qur'an*.

Bagi para santri yang mengambil program *tahfidz Al-Qur'an* tetap diwajibkan untuk mengafal *alfiyah* di madrasah seperti santri yang lainnya. Adapun bagi para santri yang mengambil program *tahfidz alfiyah* terfokuskan dalam *alfiyah* yang husus di setorkan di Pondok Pesantren Qudsiyyah Putri Kudus dan tetap malakukan hafalan di madrasah seperti yang dilakukan oleh santri santri yang lainnya.

Dengan adanya program *tahfidz* ini mampu menjadikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menjadi salah satu madrasah menengah khusus putri yang mempunyai program *tahfidz alfiyah* dan Al-Qur'an. Sehingga dengan pelaksanaan program tersebut MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menjadi madrasah yang mendapatkan nilai positif dan mampu melaksanakan program *brand image* lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

3. *Brand Service Procces*

Dalam pelaksanaan *brand sarvice procces* di MTs. Qudsiyyah putri ini bertujuan demi memelihara program *brand image* lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, dan menjaga serta memuaskan para wali santri yang telah mempercayakan para putrinya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

Kegiatan-kegiatan *brand sarvice procces* yang dilakukan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus berupa pelayanan kepada santri dan wali santri sebagai bentuk memelihara pelaksanaan *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

“Perlunya pelaksanaan servis dan proses bertujuan untuk menjaga lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri agar mampu berhasil dalam melakukan pelaksanaan *brand image*. Ketika pelaksanaan servis dan proses tidak dilakukan ataupun gagal maka dalam pelaksanaan *brand image* yang dilakukan akan menjadi gagal dan sia-sia. Jika dalam pelaksanaan proses dan servis dapat dilaksanakan dengan baik, maka pelaksanaan *brand image* akan terlaksana dengan baik dan membuahkan hasil”.⁸⁵

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwasanya ketika pelaksanaan *brand image* tentunya harus dijaga dengan pelaksanaan servis dan proses yang baik dan minim kesalahan serta pelayanan yang prima agar dalam hasilnya juga prima. Pelaksanaan *brand sarvice procces* yang ada di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus juga menjadi kegiatan yang mendukung dalam pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Telah disebutkan di awal bahwasanya di antara pelaksanaan *brand sarvice procces* merupakan kegiatan pelayanan.

⁸⁵ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023 , wawancara 1, transkrip

Pelayanan yang ada di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sangatlah memuaskan, baik pelayanan kepada santri ataupun wali santri.

“Ketika dalam melaksanakan *positioning* kemudian dengan proses *differensiasi* tadi haruslah dilakukan dengan pelaksanaan proses yang baik beserta dengan pelayanannya”.⁸⁶

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasanya sangat diperlukan adanya peranan untuk menjaga program-program yang telah terbentuk demi menunjang kualitas dan mutu dari lembaga pendidikan. Lembaga MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam pelaksanaan program *brand image* dapat dikatakan berhasil karena dalam pelaksanaan penilaian akreditasi memperoleh nilai yang unggul.

2. **Faktor Pendukung *Brand Image* Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus**

Dalam pelaksanaan membangun *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus untuk mampu melakukan persaingan lembaga pendidikan diperlukan beberapa langkah-langkah dan strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Dengan pelaksanaan observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti akan mengungkap langkah-langkah dan strategi yang ditempuh oleh kepala sekolah dalam pelaksanaan *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan. Berikut ini adalah bentuk pemaparan secara terperinci oleh peneliti:

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan observasi, wawancara dan dokumentasi oleh peneliti dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mendukung adanya pelaksanaan *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan yaitu, nama besar Yayasan Pendidikan Islam Qudsiyyah, tingkah laku santri, kualitas lulusan, dan kegiatan atau program unggulan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dan hubungan alumni dari madrasah Qudsiyyah Kudus. Adapun penjelasan faktor *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan sebagai berikut:

⁸⁶ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

- a. Nama Besar K.H.R. Asnawi Sebagai Pendiri Madrasah Qudsiyyah Kudus

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menemukan faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan *brand image* di Lembaga MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Adapun faktor-faktor yang mendukung terbentuknya *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus diantara lainnya adalah peran tokoh pendiri Madrasah Qudsiyyah Kudus yaitu K.H.R. Asnawi. K.H.R. Asnawi merupakan pendiri utama dari Madrasah Qudsiyyah pada tahun 1919 M. Beliau termasuk tokoh ulama' nasional dan pahlawan sekaligus termasuk pendiri dari Nahdlatul Ulama'.

“Besarnya nama MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan berkat nama pendiri dari Madrasah Qudsiyyah dan lulusan dari Madrasah Qudsiyyah yang terkenal akan keilmuan dalam agamanya”.⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwasanya peran tokoh pendiri Madrasah Qudsiyyah merupakan salah satu faktor besar dalam kemajuan nama besar Madrasah Qudsiyyah khususnya MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Yayasan Pendidikan Islam Qudsiyyah sendiri merupakan salah satu yayasan lembaga pendidikan islam yang tertua di kabupaten Kudus. Madrasah Qudsiyyah telah berdiri mulai tahun 1919 M, sehingga dalam sejarahnya sampai saat ini YAPIQ telah mempunyai ribuan alumni dan telah terbukti dengan kualitas lulusannya terutama dalam bidang keagamaan. Dengan hal ini MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam melaksanakan proses *brand image* lembaga pendidikan telah terbantu dengan adanya kebesaran nama K.H.R. Asnawi selaku tokoh pendiri dari Madrasah Qudsiyyah Kudus.

Peranan alumni sangatlah berpengaruh dalam pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Dalam hal ini peranan alumni yang dimaksud adalah alumni madrasah Qudsiyyah, mengingat MTs. Qudsiyyah Putri Kudus baru berdiri sehingga alumninya tergolong masih sedikit. Peranan alumni dalam pelaksanaan *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sangat memberikan dampak yang besar, hal ini terjadi berdasarkan kuantitas dan kualitas dari para alumni Madrasah Qudsiyyah.

⁸⁷ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara12,transkip

b. Program Unggulan Madrasah

Dalam pelaksanaan penelitian oleh peneliti dengan penggalian data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi mendapatkan salah satu pembentuk *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus adalah Pondok Pesantren di dalam lingkungan Madrasah, hal ini sesuai dengan hasil wawancara terhadap kepala sekolah MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

“Di MTs. Qudsiyyah Putri ini yang menonjol dan terlihat pembeda dengan lembaga pendidikan lainnya yaitu adanya pondok Pesantren di dalam Madrasah”.⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pengasuh dari pondok pesantren Qudsiyyah putri Kudus beliau bapa Isbah Kholili menjelaskan bahwasanya dalam pembentukan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus adalah adanya pondok pesantren di dalam lingkungan Madrasah. Hal tersebut sangatlah mendukung dan berpengaruh dalam pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Karena di kabupaten Kudus sendiri lembaga pendidikan yang sederajat dengan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yang memiliki pondok pesantren di lingkungan madrasah belum ada walaupun ada pondok pesantren tersebut berada di luar lingkungan madrasah.

Dengan adanya pondok pesantren di dalam lingkungan madrasah menjadi salah satu hal yang unik dan menarik sehingga mampu meningkatkan nilai jual yang tinggi pada masyarakat agar menyekolahkan putri-putrinya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Kelebihan dalam penempatan pondok pesantren di dalam lingkungan madrasah memudahkan para guru dalam kesehariannya untuk mengawasi dan mengontrol tingkah laku dan keseharian dari para santri. Kelebihan yang lainnya dengan adanya ponpes dan madrasah dalam satu ruangan dan satu lembaga menjadikan kemudahan serta dalam memberikan pelajaran kepada para santri, hal ini dapat terjadi karena dengan satu lembaga pondok pesantren dan madrasah mampu saling bersinergi agar mampu mewujudkan kualitas dari para santri. Dan dengan adanya pondok pesantren di dalam lingkungan madrasah, antara pihak madrasah dan

⁸⁸ Isbah Kholili, Wawancara oleh penulis, 7 Februari 2023, wawancara 2, transkrip

pondok pesantren masih dalam naungan sehingga dalam memberikan pendidikan maupun kegiatan yang lainnya mampu saling menunjang dan seimbang, sehingga dalam pelaksanaan dan hasilnya mampu optimal.

“Adapun program unggulan yang lainya adalah keilmuan salafnya yang menjadi ciri khas dan identik dari MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Keilmuan keilmuan tersebut seperti mata pelajaran *Fiqih Nisa’, Faraidh, Falak dan Arudh*”.⁸⁹

Dari hasil pemaparan di atas berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada kepala sekolah MTs. Qudsiyyah Putri Kudus peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwasanya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam melaksanakan *brand image* terdapat beberapa faktor-faktor pendukung yang menjadi pembeda antara MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan lembaga lembaga pendidikan yang lainya. Dari wawancara tersebut jelas bahwasanya keilmuan salaf yang ada di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menjadi pembeda dengan lembaga pendidikan sederajat yang lainnya dari MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, seperti mata pelajaran *Falak, Faraidh, Fiqih Nisa’ dan Arudh*.

Dalam pelaksanaan pembelajaran muatan keilmuan salaf seperti *Fiqih Nisa’, Arudh, Falak dan Faraidh* mempunyai perbedaan dalam pemberian pembelajaranya. keilmuan *Fiqih Nisa, Falak, Arudh dan Faraidh* diberikan kepada santri mulai kelas tujuh sampai sembilan, sedangkan pemberian pelajaran faraidh hanya dimulai ketika kelas sembilan.

Lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus memberikan klaim bahwasanya mata pelajaran tersebut tidak dimiliki oleh lembaga-lembaga pendidikan yang sedrajat dengan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Adapun menurut peneliti berdasarkan observasi di lembaga pendidikan yang sedrajat dengan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus bahwasanya beberapa keilmuan salaf yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan yang sedrajat dengan MTs. Qudsiyyah Putri adalah keilmuan *arudh*.

Ilmu *Arudh* sendiri merupakan salah satu ilmu yang saat ini jarang diajarkan di Lembaga pendidikan salaf. Ilmu arudh

⁸⁹ Isbah Kholili, Wawancara oleh penulis, 7 Februari2023, wawancara 2, transkrip

adalah ilmu yang mempelajari tentang nada-nada lagu berbahasa arab. Dengan adanya keilmuan *arudh* mampu menjadi nilai jual yang tinggi terhadap masyarakat karena di MTs. Qudsiyyah Putri dalam memberikan pembelajaran kepada para santri terhadap keilmuan salaf dapat dikatakan lengkap.

“Dan program unggulan yang lainnya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus adalah adanya storan wajib *alfiyah* bagi para santri dan itu menjadi faktor lulus atau naik kelas dan tidaknya para santri”.⁹⁰

Dari hasil wawancara tersebut dapat difahami bahwasanya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mempunyai program unggulan yang berupa *tahfidz alfiyah*, dan yang menjadi perbedaan program tersebut dengan program yang ada dilembaga pendidikan sedrajat dengan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus adalah diwajibkannya *tahfidz alfiyah* yang menjadi syarat kenaikan kelas di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sedangkan yang berlaku dilembaga pendidikan yang lainnya terkadang tidak menjadi syarat untuk kenaikan kelas.

Dengan program-program unggulan yang ada di MTs. Qudsiyyah Kudus belum menjadi penentu akreditasi sekolah yang baik. Hal ini berdasarkan hasil wawancara kepada kepala sekolah MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

“Sampai saat ini akreditasi dari MTs. Qudsiyyah masih belum bisa dilaksanakan karena terdapat beberapa persyaratan yang belum bisa dipenuhi”.⁹¹

Berdasarkan hasil dari pemaparan tersebut dapat dipahami bahwasnya dalam pelaksanaan akreditasi lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus masih belum dapat mendapatkan nilai A karena terdapat beberapa persyaratan yang belum bisa dipenuhi. walaupun dengan demikian bukan menjadi pelunturnya semangat MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam melaksanakan *brand image* dan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus tidak terhilang citra nama baik lembaga pendidikannya, masyarakatpun masih antusias untuk menyekolahkan para putri-putrinya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

⁹⁰ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara , transkrip

⁹¹ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

Pelaksanaan akreditasi lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus masih terhalang beberapa kendala. Terlebih MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan lembaga pendidikan yang baru berdiri. Dengan demikian menjadikan hambatan dalam pelaksanaan akreditasi namun hal ini tidak menjadi kendala terhadap *image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

c. Kualitas Lulusan

Kualitas lulusan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus memiliki kualitas lulusan yang baik, hal ini berdasarkan hasil wawancara yang peroleh dari kepala sekolah sebagai berikut.

“*Brand image* bukan hanya membahas dalam prosesnya, namun juga hasil dari lulusanya. Di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam kwalitasan lulusanya di kategorikan mempunyai kualitas yang baik. Hal tersebut dibuktikan dengan lulusan yang diterima dimana saja”.⁹²

Berdasarkan hasil pemaparan wawancara di atas menunjukan bahwasanya *brand image* di lembaga pendidikan bukan dengan hanya sekedar program-program dari lembaga pendidikan saja. Namun kualitas lulusan juga menjadi salah satu faktor yang mendukung *brand image* dari lembaga pendidikan. Dengan kualitas lulusan yang baik, maka lembaga pendidikan akan diharumkan atas kualitas lulusanya.

d. Akhlakul Karimah Santri

Berdasarkan hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti dilapangan, bahwa salah satu yang menjadi faktor pendukung bagi pelaksanaan *brand image* lembaga MTs. Qudsiyyah Putri Kudus adalah penerapan atau implementasi pendidikan akhlak serta nilai-nilai yang baik dan sopan yang diajarkan oleh para guru di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

“Pengaplikasian akhlak yang karimah atau mulia juga menjadi salah satu sebab dalam pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus ini”.⁹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasanya para santri MTs. Qudsiyyah Putri Kudus memiliki sikap atau akhlak yang baik dan terpuji. Hal ini

⁹² Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

⁹³ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

terjadi berkat adanya pendidikan akhlak dan pengaplikasian akhlak serta nilai-nilai yang baik yang di madrasah. Berdasarkan pelaksanaan observasi peneliti juga melihat secara langsung bagaimana implementasi pendidikan akhlak yang terbangun dan diterapkan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Dalam implementasinya peneliti melihat tingkah laku santri ketika bertemu dengan para guru dengan sikap menundukan kepala dan berhenti untuk memberi penghormatan kepada para guru. Begitu juga dalam pelaksanaan pembelajaran para santri memberikan penghormatan kepada guru ketika masuk kelas dengan berdiri dan mengucapkan salam, adapun dalam proses pembelajaran para santri mendengarkan dengan seksama dan serius dalam kegiatan pembelajaran. Ketika selesai pembelajaran para santri memberikan penghormatan dan bersalaman kepada guru pengajar sebelum guru pengajar keluar dari kelas. Dalam hal ini perilaku santri menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, sehingga orang tua dalam menyekolahkan anaknya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merasa tenang dan percaya dalam menyekolahkan anak-anaknya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

e. Sosial Media

Pada era globalisasi ini sosial media yang menjadi peranan utama dalam memberikan dan menerima segala informasi yang terjadi di seluruh dunia. Sosial media mempunyai tempat yang strategis pada era saat ini. Semakin majunya teknologi dunia informatika menjadikan sosial media menjadi sebuah sarana dalam memberikan dan menerima secara cepat dan *uptodate*. Peranan sosial media memberikan nilai positif dalam segala bidang dan aspek dan tidak mengenyampingkan nilai negatifnya.

Peranan sosial media dimanfaatkan oleh segala bidang aspek termasuk dalam dunia pendidikan dalam memberikan informasi dan edukasi. Hal ini dimanfaatkan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus untuk memperkalkan kepada seluruh masyarakat melalui sosial media, seperti *instagram, tweeter, facebook, youtube dan wibesite*.

Dengan sosial media MTs. Qudsiyyah Putri Kudus masyarakat luas mampu mengenal dan tahu tentang MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Hal ini berdampak positif dalam pembentukan *image* positif MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

3. Dampak Pembentukan *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

Sebuah tindakan atau sesuatu yang dilakukan oleh manusia tentunya akan mengakibatkan akibat atau dampak dari tindakan atau sesuatu yang dilakukan. Dampak atau akibat tersebut bisa bersifat positif dan terkadang juga mempunyai akibat yang negatif. Dalam hal ini pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam pelaksanaannya tentunya mempunyai dampak atau akibat dalam pelaksanaan *brand image* tersebut. Adapun implikasinya adalah:

a. Kualitas Pelayanan Menjadi Lebih Baik

Melihat dari dampak pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Berdasarkan hasil dari hasil wawancara terhadap kepala MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sebagai berikut:

“Karena di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus ingin menjadi lembaga pendidikan yang unggul dan maju sehingga mengharuskan bagi kami untuk selalu memperbarui dan meningkatkan kualitas tenaga pendidik dan kependidikan guru sehingga para santri merasa puas dalam menerima pelayanan dan pengajaran di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Pelayanan selalu kami utamakan terhadap siapapun yang berkunjung di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Oleh karena itu *stake holders* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus wajib untuk berperilaku yang baik, sopan dan ramah”.⁹⁴

Dari hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya keperibadian dalam bertingkah laku haruslah dijaga dengan baik, pelayanan dilaksanakan secara cepat, kebersihan dan kenyamanan harus dijaga, hal ini merupakan tugas yang harus dijaga bagi MTs. Qudsiyyah Putri Kudus karena MTs. Qudsiyyah Putri Kudus ingin mempunyai kesan yang baik di masyarakat dan para santri. Tentunya hal ini tidak mudah untuk dilakukan, namun banyak lembaga pendidikan yang tidak melakukan hal tersebut. Sehingga pelayanan yang cepat, kepribadian yang baik dalam seluruh

⁹⁴ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 februari 2023, wawancara 1, transkrip

pelayanan termasuk dalam pengajaran menjadi keunggulan yang kompetitif dalam persaingan lembaga pendidikan.

b. Minat Masyarakat Meningkatkan

Pelaksanaan *brand image* di lembaga pendidikan mempunyai dampak positif terhadap minat masyarakat untuk dapat menyekolahkan anak-anaknya di lembaga pendidikan. MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan sangat membuahkan hasil yang baik. Hal ini terbukti dengan meningkatnya peserta didik di setiap tahunnya. Hal ini diungkapkan oleh kepala MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sebagai berikut:

“Dari hasil pelaksanaan *brand image* yang kita laksanakan sudah terasa dengan hasilnya dengan tahun demi tahun pendaftar di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus semakin meningkatkan. Tentunya dengan peningkatan tersebut MTs. Qudsiyyah Putri Kudus harus selalu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan pengajarannya. Sehingga masyarakat dapat selalu mempercayai kinerja dalam mendidik anak-anaknya”.⁹⁵

Dari hasil wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya terdapat dampak yang nyata dari pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yaitu minat masyarakat yang meningkat dalam menyekolahkan anak-anaknya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Hal ini terbukti dengan bertambahnya pendaftar dari tahun ke tahun yang semakin meningkat.

c. Siswa Memiliki Akhlak yang Baik

Implikasi terhadap pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yang selanjutnya adalah terbentuknya keperibadian serta tingkah laku para santri yang baik, hal ini menunjukkan bahwa implikasi atau dampak dari diterapkannya pendidikan agama khususnya tentang pendidikan akhlak yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus terhadap para santri-santrinya. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh bapak Nuruddin selaku kepala MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

“MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan Madrasah yang berbasis salaf serta adanya pondok pesantren yang ada di dalam madrasah. Hal ini menunjang untuk selalu mendidik para santri agar selalu

⁹⁵ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

berperilaku yang sopan dan baik kepada siapapun, karena di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sangat menjunjung tinggi nilai-nilai akhlak”.⁹⁶

Dengan keperibadian yang baik oleh para santri di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus memberikan implikasi terhadap pelaksanaan *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan. Hal tersebut memberikan kenyamanan kepada orang tua sehingga mereka dalam menyekolahkan anak-anaknya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merasa tenang.

d. Kepercayaan Masyarakat yang Tinggi

Implikasi yang lainnya adalah kepercayaan masyarakat terhadap madrasah sehingga masyarakat menyekolahkan anak-anaknya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Hal ini berdasarkan dari hasil wawancara yang disampaikan oleh kepala madrasah

“Dengan adanya rasa kepercayaan masyarakat terhadap madrasah, hal tersebut menjadi pelecut bagi madrasah untuk meningkatkan kualitas lembaga. Karena kepercayaan masyarakat terhadap kami merupakan bentuk tanggung jawab yang harus kami penuhi sebagai lembaga penyedia pendidikan”.⁹⁷

Dari hasil wawancara tersebut dapat difahami bahwasanya kepercayaan masyarakat didapat bukan dengan cara yang mudah, namun membutuhkan sebuah strategi yang baik. Dengan strategi *brand image* dan hasil yang telah terbukti mampu menjadikan masyarakat menjadi percaya terhadap lembaga pendidikan.

Kepercayaan masyarakat bukan hanya sekedar rasa percaya saja, namun merupakan tanggung jawab lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas yang baik terhadap pelayanan dan pendidikan kepada para santri.

⁹⁶ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

⁹⁷ Nuruddin, Wawancara oleh penulis, 02 Februari 2023, wawancara 1, transkrip

C. Analisis Data Penelitian

Berbagai strategi *brand image* lembaga pendidikan di MTs. QudsiyyahPutri Kudus telah dilaksanakan untuk mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan yang lainnya. Dengan pelaksanaan *brand image* yang telah dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus tentunya akan menghasilkan hasil yang baik di masyarakat, sehingga dengan pelaksanaan *brand image* tersebut mampu mengangkat nilai jual MTs. Qudsiyyah Putri Kudus di masyarakat. Pada analisis data penelitian ini, peneliti akan mengkaji data penelitian yang telah dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Analisis Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus

Penerapan strategi ialah suatu keputusan sekolah dalam penempatan misi serta sasaran sekolah, pemakaian strategi pemasaran di dunia pembelajaran dinilai sangat berarti untuk dapat menggapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh sekolah dengan memandang kekuatan dalam sekolah maupun luar sekolah.

Telah menjadi pengetahuan secara umum bahwasanya di era saat ini, era yang mempunyai kemajuan teknologi yang sangat pesat sehingga hal ini dimanfaatkan oleh semua elemen untuk mampu bersaing dan menjadi yang termaju. Persaingan-persaingan yang terjadi bukan hanya sekedar dalam dunia bisnis, namun juga terjadi dalam dunia lembaga pendidikan. Sehingga dalam pelaksanaan tersebut diperlukan sebuah strategi. Dikutip dari Azhar Arsyad yang mengemukakan tentang arti dari strategi, bahwasanya strategi adalah perencanaan untuk mengalahkan musuh dengan memakai sumber-sumber efektif.⁹⁸

Pernyataan tersebut juga didukung dengan pernyataan dari Kenneth R. Andrews yang menyatakan bahwa strategi merupakan pola keputusan dalam industri yang memastikan serta mengatakan sasaran, iktikad ataupun tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.⁹⁹ Strategi merupakan tempat untuk menempatkan misi, sasaran organisasi dengan melihat kekuatan internal dan

⁹⁸ Azhar Arsyad, *Pokok Menejemen: pengetahuan Praktis bagi Pimpinan dan Eksekutif* (yogyakarta: Pustaka Pelajar 2002), 26

⁹⁹ Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005)199

eksternal serta memastikan dalam penerapannya secara tepat, sehingga organisasi mampu mencapai tujuan dengan tepat.¹⁰⁰

Brand merupakan bentuk janji kepada masyarakat, sedangkan *image* merupakan kepercayaan yang bersifat positif dari masyarakat, oleh karena itu dalam untuk membuat serta menjaga *brand* tentu harus melakukan sebuah strategi yang harus dilaksanakan¹⁰¹. Adapun strategi yang digunakan untuk membangun *brand* yaitu dengan melakukan tiga cara dasar dalam menyusun strategi *brand image* demi terciptanya lembaga pendidikan yang baik, unggul dan berdaya saing, yaitu *positioning*, *positioning* adalah penempatan posisi lembaga pendidikan agar berbeda dengan lembaga pendidikan yang lainnya. Selanjutnya adalah *differenting* yaitu mencari perbedaan yang bersifat inti dan unggul dengan lembaga pendidikan lainnya. Sehingga dalam pelaksanaan strategi *brand image* dengan adanya *differenting* mampu menjadi mudah dan lembaga pendidikan akan mendapatkan *image* yang baik dari masyarakat¹⁰².

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Hermawan Kartajaya yang mendefinisikan *brand* adalah hasil dari semua langkah yang dijalankan terhadap suatu produk, ketika menentukan STP (segmentasi, target dan posisi) dan differensiasi serta didukung dengan marketing mix (strategi produk, harga, distribusi dan promosi) dan strategi *seling*, sebenarnya hal tersebut sedang membangun dan mengembangkan sebuah *brand*.¹⁰³

Dari beberapa teori tersebut menjadi langkah-langkah yang dilakukan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam melaksanakan *brand image* lembaga pendidikan untuk mampu bersaing dengan lembaga pendidikan yang lainnya tentu melakukan beberapa langkah dan strategi agar dalam pencapaian tujuan sekolah dapat terlaksana dengan tepat sasaran. Sebelum melaksanakan brand image lembaga MTs. Qudisyyah Putri Kudus tentunya diperlukan sebuah strategi yang matang, sehingga dalam pelaksanaan *brand image* dapat dilaksanakan

¹⁰⁰ Ahmad Elly Wibowo, "Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo" (Tesis, IAIN Ponorogo 2018), 85

¹⁰¹ Kotler, Philip dan Gary Amstrong, "Dasar-Dasar Pemasaran. (Jakarta:Indeks, 2001) 225

¹⁰² M.E.Porter, "Strategi Bersaing(Competitive Strategy)"Tangerang: Karisma,(2007),. 71-72

¹⁰³ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing* (Bandung, Penerbit Mizan, 2007), 13

tepat sasaran. Strategi yang dibangun dalam pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan yang diterapkan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus antara lain:

a. *Positioning*

Positioning adalah menempatkan posisi lembaga pendidikan agar berbeda dengan lembaga pendidikan yang lainnya sehingga mampu mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Dikutip dari jurnal strategi positioning dalam persaingan bisnis oleh haryadi bahwasanya menurut Kotler dan Keller positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mendapatkan tempat khusus dalam pikiran pasar sasaran¹⁰⁴.

Berdasarkan teori-teori tersebut *positioning* menjadi penentu sebuah merek MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam memposisikan diri sebagai lembaga pendidikan yang serasa pondok pesantren hal ini dikarenakan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mempunyai pondok pesantren yang ada dalam lingkungan madrasah dan mempunyai mata pelajaran yang berbasis salaf, seperti *Fiqih Nisa'*, *Faridh*, *Falak*, *Arudh*.

Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Porer dalam bukunya Hermawan Kartajaya *marketing on positioning*. Strategi merupakan upaya menghasilkan posisi yang unik dan *valuabe* bagi pelanggan.¹⁰⁵

Dalam buku Hermawan Kartajaya yang berjudul *marketing on brand* menerangkan kalau dalam membangun *positioning* yang pas hingga dibuthkan empat langkah, yaitu¹⁰⁶:

- 1) Alibi pelanggan membeli
- 2) Mencerminkan kekuatan serta keunggulan kompetitif pelanggan
- 3) Bertabiat yang unik
- 4) Berkepanjangan serta relevan

¹⁰⁴ Amiluddin, “ Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pajero Sport pada PT. Bosowa Berlian Motor” (Tesis Universitas Muhammadiyah Makasar 2015), 12

¹⁰⁵ Hermawan Karajaya, Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing (bandung: Penerbit Mizan, 2007), 12

¹⁰⁶ Dany Rohmat Santoso, “ Analisis Strategi Sigmenting, Targeting, dan Positioning Pada Brilliant English Course Kampung Inggris Pare Kediri” (Artikel Universitas Nisantara PGRI Kediri, 2017) , 6

Teori tersebut digunakan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, yaitu dengan memposisikan lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus berbeda dengan lembaga pendidikan yang lainnya, yaitu dengan adanya pondok pesantren di dalam lingkungan madrasah. Dengan keunggulan tersebut mampu menjadi daya tarik bagi masyarakat yang ingin menyekolahkan anak-anaknya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan keunggulan pendidikan keagamaanya. Sehingga hal tersebut menjadi ciri khas dan identik bagi MTs. Qudsiyyah Putri Kudus karena belum tentu lembaga pendidikan yang lainnya mampu menirukan program yang dibangun di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

Selain itu MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler tentang sebuah merek¹⁰⁷. MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan *positioning* sekolah dan pondok pesantren sudah cukup menyampaikan pesan bahwasanya MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan madrasah yang unggul dalam bidang keagamaanya husunya dalam keilmuan salafnya.

b. *Differentiation*

Differentiaton merupakan strategi pembeda satu lembaga dengan lembaga yang lainnya. *Differentiation* sangat diperlukan dalam pembentukan *brand image* dalam lembaga pendidikan, karena dengan langkah strategi *differentiation* menjadi pondasi dasar dalam pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan, dalam hal ini dengan adanya *positioning* diperlukan adanya *differentiation*, jika dalam *positioning* tanpa adanya *differentiation* maka *positioning* akan lemah¹⁰⁸. Dalam pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan keberhasilan dalam pelaksanaannya juga ditentukan dalam langkah strategi *differentition*. Teori tersebut dilaksanakan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam melaksanakan langkah dalam membangun *brand image* lembaga pendidikan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yaitu dengan memperkuat perbedaan dengan lembaga pendidikan yang lainnya. Adapun perbedaanya yaitu dari segi

¹⁰⁷ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium* (Jakarta: PT. Prehellindo, 2002), 625

¹⁰⁸ Haryadi, "Strategi Positioning dalam Persaingan Bisnis(Points Of Dfference Points Of Parity" AJIE 3, no. 3 (2018), 264

mata pelajarannya dan adanya pondok pesantren di dalam lingkungan madrasah.

perihal ini cocok dengan teori manfaat merek oleh Keller¹⁰⁹, bahwa manfaat merek merupakan pusat utamadalam menciptakan asosiasi serts makna yang unik serta membedakan produk para pesaing. Sehingga dengan produk-produk yang bagus dan berbeda maka akan membuat lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus lebih unggul dari lembaga pendidikan yang lainnya. Dalam hal ini lembaga-lembaga pendidikan yang lainnya mempunyai program keilmuan salaf, program *tahfidz* dan adanya pondok pesantren. Sehingga hal ini menjadikan satu keunggulan yang kompetitif MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan.

c. *Brand sarvice procces*

Brand sarvice proses merupakan salah satu langkah yang harus dijalankan dalam pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan untuk menjaga konsistensi pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan. *Brand sarvice proscces* adalah bentuk kegiatan pelayanan yang prima terhadap program-program atau langkah-langkah yang disusun dan dilaksanakan dalam pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan untuk mampu bersaing dengan lembaga pendidikan yang lainnya¹¹⁰.

Pelaksanaan *positioning, differentiation* tentu harus di imbangi dengan pelaksanaan *brand sarvice procces*, hal tersebut bertujuan agar dalam pelaksanaan *positioning, differentiation brand image* lembaga pendidikan dapat berjalan sesuai dengan perencanaan dan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan.

Kegiatan *brand sarvice procces* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam persaingan lembaga pendidikan dilaksanakan dengan pelaksanaan program-program *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dan pelayanan yang prima sehingga mampu memberikan kepuasan terhadap para santri, wali murid dan masyarakat.

¹⁰⁹ Kevin Lane Keller *Strategy Nbrand Management*(Buiding, Measuring, And Managing Brand Equity)(Prantice Hall, New Jersey, 2008), 58

¹¹⁰ Ahmad Elly Wibowo, “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo”(Tesis, IAIN Ponorogo 2018), 89

2. Analisa Faktor-Faktor Pembentuk *Brand Image* untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

a. Nama Besar K.H.R. Asnawi Sebagai Pendiri Madrasah Qudsiyyah Kudus

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi nama besar K.H.R. Asnawi sebagai pendiri Madrasah Qudsiyyah kudus menjadi salah satu faktor dalam menunjang *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti hal ini terjadi sebab nama besar Madrasah Qudsiyyah Kudus.

K.H.R. Asnawi adalah ulama besar Indonesia khususnya di daerah Kudus pada awal abad ke-20. Beliau merupakan bagian penting jaringan ulama' dan kiyai pada masanya. Beliau juga merupakan guru dari para ulama' dan kiyai di Kudus. Sehingga dengan peran keilmuan dan kekarismatikan beliau nama Madrasah Qudsiyyah Kudus menjadi masyhur berkat beliau sebagai pendiri.

Secara historis Madrasah Qudsiyyah kudus adalah salah satu madrasah tertua di kabupaten Kudus yang didirikan oleh K.H.R. Asnawi semenjak tahun 1919 M. Dalam perjalananya madrasah qudsiyyah mampu bertahan dan bersaing dengan lembaga pendidikan yang lainya dan sampai saat ini madrasah Qudsiyyah masih menjadi madrasah yang eksis dan sangat diminati oleh masyarakat Kudus dan sekitarnya bahkan sampai luar daerah dan pulau menjadi tujuan masyakat yang ingin menyekolahkan anaknya di bidang keagamaan.

Dalam perjalananya madrasah qudsiyyah mampu mencetak para lulusan yang terbaik dalam bidang keagamaan, sehingga hal ini selaras dengan program-program yang diunggulkan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yang menjadi pembeda dengan lembaga yang lainya. hal ini menjadi penunjang yang signifikan terhadap pelaksanaan *brand image* lembaga pendidikan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

Dengan dasar nama besar K.H.R. Asnawi sebagai pendiri Madrasah Qudsiyyah, MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mampu melakukan *brand image* kepada masyarakat secara mudah tanpa harus melakukan

sosialisasi ke sekolah-sekolah dan lain sebagainya. Namun hal ini tidak menjadikan pasif MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam melaksanakan *brand image* lembaga pendidikan. MTs. Qudsiyyah Putri Kudus selalu menjaga *image* positif dari masyarakat dan selalu berinovasi dalam pembuatan program agar mampu selalu eksis di minati oleh masyarakat secara luas khususnya bagi para masyarakat yang ingin menyekolahkan anak-anaknya dalam bidang keagamaan.

Dalam pembahasan ini juga terkait dengan hubungan alumni. Alumni yang dimaksud adalah alumni dari madrasah Qudsiyyah Kudus, mengingat MTs. Qudsiyyah Putri Kudus berdiri dan hanya mempunyai beberapa alumni yang secara kuantitas tergolong sedikit. Dengan keberadaan alumni madrasah Qudsiyyah Kudus ini mampu menjadi tiang dalam pelaksanaan *brand image* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam pemasaran kepada masyarakat. Pemasaran yang dilakukan bukan hanya sekedar pemasaran belaka, namun harus di iringi dengan sempel kualitas lulusan. Sempel kualitas lulusan ini menjadi iklan dalam pemasaran MTs. Qudsiyyah Putri Kudus, dengan jumlah lulusan madrasah Qudsiyyah yang mempunyai kuantitas yang banyak dan berkualitas khususnya dalam ilmu keagamaan menjadi dasar dalam memperkenalkan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus kepada masyarakat. Tentunya dengan ada fakta kualitas lulusan dari madrasah Qudsiyyah Kudus mampu menjadikan masyarakat tertarik untuk mendidik para putrinya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

b. Program Unggulan Madrasah

Dalam usaha pelaksanaan program unggulan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus diantara program tersebut dengan cara membuat sebuah kegiatan-kegiatan. Mengingat *image* akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain¹¹¹.

Brand dapat dibentuk dengan cara membuat sebuah kegiatan-kegiatan yang melibatkan dengan pihak luar seperti pelaksanaan kegiatan kunjungan-kunjungan dari pihak luar baik

¹¹¹ Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 3, 2003), 332.

dari lembaga pendidikan maupun sebuah instansi lainnya atau juga dengan kegiatan-kegiatan umum yang mampu mengundang masyarakat agar dapat ikut serta andil dalam kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini bersifat positif dalam membangun *image* sekolah.¹¹² keberhasilan dalam membangun brand image lembaga pendidikan sangat dibutuhkan agar masyarakat luas tahu dan tertarik dengan lembaga pendidikan tersebut.

Hal ini sesuai dengan faktor-faktor pembentuk *brand image* Schiffman dan Kanuk tentang manfaat dan pelayanan yang di kutip oleh Nurul Afida¹¹³. MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan madrasah yang sering mengadakan kegiatan-kegiatan yang mampu menarik minat masyarakat untuk dapat menyekolahkan anak-ananya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus.

Dalam pelaksanaan program-program unggulan di MTs. Qudsiyyah putri Kudus bukan hanya sekedar dengan pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh madrasah, kegiatan yang diadakan oleh madrasah terhadap wali santri merupakan bentuk *brand* MTs. Qudsiyyah Putri Kudus bahwasanya dalam memberikan pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mampu memberikan keberhasilan kepada para santrinya. adapun kegiatan yang dijalankan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus merupakan bentuk cerminan kegiatan pembelajaran yang dilakukan oleh madrasah. Dari pelaksanaan kegiatan tersebut diharapkan MTs Qudsiyyah Putri Kudus mampu mendapatkan *image* yang baik dari wali santri dan masyarakat. Adapun program-program unggulan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus yang mampu meningkatkan *image* lembaga pendidikan dalam persaingan merupakan wujudnya pondok pesantren di dalam lingkungan madrasah dan pemberian mata pelajaran salaf husunya dalam Ilmu *Arudh*. Dengan program-program tersebut MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mempunyai daya nilai jual yang tinggi di masyarakat karena dengan program-program unggulannya mampu menyaingi lembaga pendidikan yang lainnya.

¹¹² Ahmad Elly Wibowo, “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo”(Tesis, IAIN Ponorogo 2018), 89

¹¹³ Yulia, “ Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMA N 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Probolinggo,(UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2016) , 194

Buchori Alma membagi beberapa unsur-unsur citra dalam tiga jenis, yaitu:¹¹⁴

- 1) *Mirror image*, sebuah yayasan pendidikan diwajibkan mampu melihat sendiri tentang citra yang mereka tampilkan dalam memberikan pelayanan kepada publik dan lembaga harus melakukan evaluasi terhadap penampilanya.
- 2) *Multiple image*, beberapa masyarakat tentu terkadang mempunyai pandangan yang berbeda terhadap citra dari sebuah lembaga pendidikan, dan berhak memberikan sebuah penilaian dan kritik terhadap lembaga pendidikan.
- 3) *Current image*, keadaan citra yang harus dimiliki oleh elemen yang ada pada dalam lembaga pendidikan, sehingga ketika ada suatu kekurangan maka dapat dilakukan sebuah perbaikan

Dari pendapat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa, MTs. Qudsiyyah Putri Kudus setidaknya melakukan evaluasi diri apakah telah berhasil memberikan pelayanan secara maksimal kepada halayak umum tentunya pembenahan perlu ditingkatkan. dalam memberikan sebuah penilaian terhadap sebuah lembaga pendidikan, masyarakat mempunyai perbedaan corak dalam memberikan penilaiannya. Ada yang merasakan terlayani dengan puas, bagus atau masih banyak yang merasa kurang puas. Dengan kenyataan yang terjadi dilapangan tentu lembaga pendidikan perlu melakukan evaluasi dan pembenahan untuk lebih baik dan maksimal lagi.

c. Kualitas Lulusan

Berdasarkan temuan peneliti yang ada di lapangan, menghasilkan bahwasannya MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sangat mempedulikan terhadap kualitas lulusan yang dihasilkan agar berhasil dan dapat diterima di jenjang pendidikan yang selanjutnya. Dengan hal ini terciptalah brand image lembaga pendidikan dengan melalui kualitas lulusan, mengingat kualitas lulusan menjadi dasar dalam pembentukan *brand image* dalam suatu lembaga pendidikan.

Agar dalam mendapatkan calon peserta didik yang berkualitas diterapkanlah cara seleksi bagi para peserta didik. Hal ini berdasarkan terhadap dapat memperoleh kualitas yang baik dan unggul bukan hanya sekedar memperhatikan kuantitas. Dengan penerapan sitem seleksi diharapkan dalam kualitas

¹¹⁴ Buchori Alma, “Buchori Alma, “Manajemen Corporate & Pemasaran Jasa Pendidikan”, (Bandung:Alfabeta, 2009), 92-93.

output (lulusan) yang dihasilkan dapat meneruskan dijenjang selanjutnya yang berkualitas. Mengingat kenyataan yang ada pada saat ini mutu kualitas lulusan pada lembaga pendidikan sangatlah diperhatikan oleh masyarakat¹¹⁵.

Pelaksanaan sistem seleksi tersebut selaras dengan sebuah teori tentang faktor-faktor dalam pembentuk *brand image* oleh Schiffman dan Kanuk tentang Kualitas atau mutu¹¹⁶, karena pelaksanaan proses seleksi untuk dapat masuk di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mengutamakan kualitas yang unggul bukan hanya sekedar kuantitas, dengan hal ini talah menjadi proses pertama yang bagus, dengan masuknya para santri yang berkualitas serta ditunjang dengan pelaksanaan sistem pembelajaran yang bermutu, maka memungkinkan menjadikan lulusan yang berkualitas unggul. Dengan para lulusan yang berkualitas unggul mampu mendorong dan mengangkat *image* madrasah menjadi lebih baik lagi.

Brand image lembaga pendidikan tidak serta-merta dilihat dengan hanya dari keunggulan yang dilakukan oleh madrasah, akan tetapi kualitas lulusan di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menjadi hal yang utama dalam faktor pembentuk *brand image* madrasah. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata para lulusan dari MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dapat diterima dan meneruskan pendidikannya di jenjang pendidikan yang selanjutnya. Supaya mampu menghasilkan kualitas lulusan yang prima maka diperlukan empat hal yang saling berkaitan. Empat hal ini sesuai dengan pernyataan dari rahmad krisyanto dalam bukunya *public relation* berikut ini. Image lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, adapun area yang dimaksud yaitu¹¹⁷:

- 1) Produk (kualitas lulusan).
- 2) kerja sama, tepat waktu, keahlian yang beragam dan semangat keanggotaan
- 3) Ruang kantor, ruang informasi, laborat.

¹¹⁵ M. Rosul Asmawi, "Strategi Meningkatkan Lulusan Bermutu Di Perguruan Tinggi". (Jurnal sosial humaniora 9, no. 2, 2005), 66-71.

¹¹⁶ Akmal Mundiri, "Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image" *Pedagogik; Jurnal Pendidikan* 3, no. 2 (2016) 67

¹¹⁷ Rachmat Kriyanto, *Public Relation Writing: Membangun Publik Relation Citra Corporate* (Jakarta: membangun Kencana, 2008), 11.

- 4) Iklan, hubungan perseorangan, brosur, program-program identitas lembaga
- d. Akhlakul Karimah

Berdasarkan temuan lapangan oleh peneliti keadaan tingkah laku para santri putri di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menunjukkan perilaku yang baik. Hal ini terjadi sebab penanaman pendidikan akhlak dan nilai-nilai luhur di madrasah. Penerapan pendidikan akhlak ini menjadi penunjang terbentuknya *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Dengan kepribadian akhlak yang baik terhadap sesama maupun orang lain, khususnya terhadap guru dan orang tua menjadikan nilai jual tersendiri terhadap masyarakat. Dengan penerapan pendidikan akhlak, nilai-nilai luhur di sekolah menjadikan masyarakat tertarik dan ingin menyekolahkan anak-anaknya di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Khususnya pada saat ini penerapan akhlak dan nilai-nilai luhur sangatlah asing, terlebih akhlak anak kepada guru dan orang tua.

Adapun nilai yang dimaksud adalah sumber kekuatan, karena nilai menjadi sumber kekuatan untuk orang-orang dalam melakukan sebuah tindakan. Nilai sendiri mempunyai sifat yang mendalam dan emosional serta sulit untuk berubah. Nilai-nilai yang ada didalam organisasi secara spesifik merupakan keyakinan yang dipegang teguh secara perseorangan atau kelompok mengenai tindakan dan tujuan yang seharusnya dijadikan sebagai landasan atau menjadi identitas sebuah organisasi dalam menjalankan aktivitas dalam organisasi, ataupun menetapkan tujuan-tujuan atau memilih tindakan yang patut untuk dijalankan diantara beberapa alternatif yang ada¹¹⁸.

Sikap santri yang dimaksud dalam hal ini adalah sikap yang semula merupakan sifat yang tidak baik atau kurang baik menjadi lebih baik, dari hal yang tidak menghargai menjadi lebih menghargai, dengan kesimpulan perubahan yang terjadi adalah perubahan

¹¹⁸ Yulia, “ Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMA N 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Probolinggo,(UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2016) , 185

akhlak santri yang dilandasi dengan pendidikan nilai-nilai luhur.

Berdasarkan ruang lingkup akhlak dalam hal ini membahas tentang akhlak berdasarkan al quran maupun as-sunah. Petunjuk dalam al quran dan as-sunnah berkaitan dengan akhlak bukan hanya sekedar membahas tentang larangan-larangan melakukan hal-hal negatif kepada orang lain. Adapun larangan tersebut bukan hanya sekedar perbuatan secara fisik saja, namun dengan membicarakan keburukan orang lain dan adanya dendam dengan orang lain merupakan bentuk tindakan akhlak yang tercela.¹¹⁹

Perubahan yang terjadi kepada siswa, baik itu perubahan secara perilaku, kepribadian maupun keilmuan yang dimiliki merupakan hasil dari belajar yang relatif menetap atau permanen. Menurut Slameto terdapat enam perubahan tingkah laku dalam pengertian belajar, yaitu:¹²⁰

- 1) Perubahan terjadi secara sadar
Seseorang yang sedang belajar akan sadar terhadap terjadinya perubahan, setidaknya ia merasa terjadi sebuah perubahan dalam dirinya. Misalnya pengetahuan yang bertambah. Jadi perubahan tingkah laku yang terjadi karena keadaan yang tidak sadar, merupakan tidak termasuk perubahan dalam arti belajar, karena orang yang bersangkutan tidak sadar akan perubahan tersebut.
- 2) Perubahan dalam belajar bersifat kontinu dan fungsional
Perubahan seseorang terjadi secara berkesinambungan. Satu perubahan menyebabkan perubahan selanjutnya dan akan berguna bagi kehidupan ataupun proses belajar yang selanjutnya. Misalnya seorang anak yang sedang belajar menulis, maka dia mengalami perubahan dari semula yang tidak dapat menulis menjadi dapat menulis. Perubahan ini berlangsung terus, sehingga kecakapan menulisnya menjadi lebih baik.
- 3) Perubahan dalam belajar bersifat positif dan aktif
Perubahan akan selalu mengalami pertambahan serta tertuju agar menghasilkan yang lebih baik dari

¹¹⁹ Abudin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: PT Grafindo, 2008), 151

¹²⁰ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*(Jakart.: Rineka Cipta, 2003), 3-5

sebelumnya. Dengan demikian semakin banyak dalam usaha belajar yang dilakukan, maka semakin banyak serta semakin baik sebuah perubahan yang akan diperoleh. Perubahan yang bersifat aktif adalah perubahan yang tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan terjadi karena dengan usaha yang dilakukan individu.

- 4) Perubahan dalam belajar bukan bersifat sementara
Perubahan yang bersifat sementara atau temporer terjadi hanya untuk beberapa saat saja. Perubahan yang terjadi karena proses belajar bersifat menetap atau permanen. Ini berarti tingkah laku yang terjadi setelah belajar akan bersifat menetap.
- 5) Perubahan dalam belajar bertujuan atau terarah
Perubahan sikap atau tingkah laku terjadi sebab ada keinginan atau suatu tujuan yang akan didapatkan. Perbuatan belajar akan tertunjuk kepada perubahan tingkah laku atau sikap yang benar- benar disadari.
- 6) Perubahan mencakup seluruh aspek tingkah laku
Perubahan yang tercipta dengan sebuah pelaksanaan belajar meliputi perubahan keseluruhan tingkah laku atau sikap. Perubahan yang terjadi meliputi perubahan tingkah laku secara keseluruhan dalam tingkah laku, keterampilan, pengetahuan dan lain sebagainya.

Dengan penanaman dan pendidikan akhlak dan nilai-nilai luhur di sekolah, maka resiko akan pergaulan bebas semakin kecil, dan sebaliknya peluang santri menjadi lebih baik akan semakin besar, karena di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dalam memberikan keilmuan diutamakan dalam keilmuan keagamaan yang berbasis salaf, sekolah yang didalamnya terdapat pondok pesantren dan giatnya lembaga pendidikan dalam mendidik para santri tentang akhlak mulia dan implementasinya.

e. Sosial Media

Pada era saat ini perkembangan dan kecanggihan semakin berkembang pesat. Hasil dari kecanggihan teknologi saat ini adalah dengan adanya media sosial.¹²¹ Dengan kecanggihan teknologi dan berbuah media sosial menjadi alat

¹²¹ Dan Zarella, *The Social Media Marketing Book* (jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI: 2010), 2-3

untuk mempermudah melakukan segala bentuk kegiatan sehingga hal ini dimanfaatkan oleh semua orang, organisasi maupun instansi.

Dengan seiring perkembangan dan kemajuan zaman pada saat ini akses informasi dan komunikasi dapat dilakukan secara mudah dengan adanya media sosial. Dan dengan kecanggihan teknologi saat ini media sosial juga mengalami perkembangan yang signifikan yaitu dengan munculnya banyak media sosial yang dapat diakses oleh semua golongan, seperti *facebook*, *instagram*, *tweeter*, *youtube* *whatsup* dan lainnya. Internet merupakan sarana alat atau media yang dapat menyatu padukan seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk media yang terdahulu.

Dengan banyaknya bermunculan media-media sosial pada saat ini, hal ini merupakan hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.¹²² *New media* merupakan alat atau media yang dapat menjadi alat komunikasi serta akses informasi yang mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan komunikasi dengan yang lainnya, contohnya kita dapat dengan mudah berkomunikasi dengan seseorang yang jauh dan tersekat oleh jarak dapat kita lakukan dengan mudah melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram* *youtube*, *twitter* dan lain sebagainya.

Dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi pada era saat ini MTs. Qudsiyyah Putri Kudus memanfaatkannya dengan memperkenalkan lembaga pendidikan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus dengan mensosialisasi profil madrasah serta kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus melalui sosial medianya berupa *instagram*, *youtube*, *facebook*, *wabsite* dan *twitter*. Dengan pemanfaatn inilah MTs. Qudsiyyah putri mampu memperkenalkan diri kepada masyarakat secara luas dan mampu mendapatkan *image* positif dari masyarakat dengan kegiatan-kegiatan unggulannya yang di *upload* di media sosial

3. Dampak Pembentukan *Brand Image* MTs. Qudsiyyah Putri dalam Persaingan Lembaga Pendidikan

Dampak atau bentuk akibat dari sebuah keputusan atau perbuatan yang dilakukan.

¹²² Kurnia, Septiawan S, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), 10.

Dengan adanya pelaksanaan *brand image* yang dilaksanakan MTs. Qudsiyyah Putri Kudus mengakibatkan sebuah dampak atau pengaruh terhadap MTs. Qudsiyyah Putri Kudus. Adapun akibat atau dampak yang terjadi adalah, *Pertama* kualitas dalam pelayanan yang meningkat. Menurut Hardiyansyah, pelayanan publik adalah pemberian layanan terhadap orang atau masyarakat serta terhadap organisasi lainnya yang terdapat kepentingan pada organisasi tersebut, berdasarkan aturan yang pokok dan tata cara yang telah ditetapkan serta ditunjukkan agar memberikan kepuasan terhadap penerima pelayanan atau yang dilayani. dengan pengertian tersebut maka pelayanan yang ada di sekolah mampu dimaknai sebagai bentuk usaha yang dilaksanakan oleh sekolah agar dapat memberikan kepuasan terhadap kebutuhan warga yang ada di sekolah.¹²³

Kedua, strategi pelaksanaan *brand image* di MTs. Qudsiyyah Putri Kudus berdasarkan temuan oleh penelitian juga mempunyai dampak pada bertambahnya minat dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Dalam hal ini, minat adalah salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Minat terbentuk berdasarkan kepuasan yang dirasakan masyarakat terhadap pelayanan dan hasil kualitas produknya. Secara psikologis pelanggan akan tertarik dan percaya terhadap pelayanan yang baik, hal ini berlaku sebaliknya apabila dalam pelayanan kurang baik maka yang terjadi adalah minat dan kepercayaan masyarakat akan menurun dan condong mempengaruhi masyarakat yang lainnya.

Crow and Crow berpendapat bahwa minat berhubungan erat dengan gaya gerak yang mendorong orang untuk menghadapi dan berurusan dengan orang, benda atau bisa juga sebagai pengalaman efektif yang dipengaruhi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab kegiatan dan sebab partisipasi dalam kegiatan tersebut.¹²⁴ Dari pendapat yang disebutkan di atas, maka di dalam minat terdapat unsur dorongan dari manusia yang merupakan keinginan untuk melakukan pekerjaan yang sesuai dengan tujuannya.

Kata kepuasan (*satisfaction*) sendiri berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*"

¹²³ Hardiyansyah, *Kualitas Pelayanan Publik; Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), 12

¹²⁴ Lester D. Crow & Alice Crow. *Educational: Psychology*, Alih bahasa oleh Abd. Rachman Abror (Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989), 302-303.

(melakukan atau membuat). Kepuasan dapat dimaknai sebagai “usaha untuk memenuhi sesuatu” atau “membuat sesuatu yang memadai”. Menurut Nur Zazin, sekolah dikatakan berhasil jika dapat memberikan sebuah layanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan kata lain, keberhasilan sekolah sebagaimana dikemukakan oleh Tim Depdiknas, mencakup hal-hal berikut : (1) Siswa puas dengan pelayanan sekolah, yaitu dengan bentuk pelajaran yang didapatkan, sikap guru, kepala sekolah, puas dengan adanya fasilitas yang disediakan oleh sekolah, atau siswa mampu menikmati keadaan sekolah dengan baik, (2) wali siswa merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada anaknya, layanan yang didapatkan berupa laporan tentang perkembangan anaknya, dan kegiatan yang dilakukan sekolah, (3) Pihak pengguna atau penerima lulusan sekolah merasa puas karena menerima kualitas lulusan yang baik dan mampu diharapkan, (4) Guru dan karyawan puas dengan pemberian layanan yang diberikan sekolah, yang berwujud pembagian pekerjaan, dan pelayanan lainnya¹²⁵

Ketiga, strategi membangun *brand image* juga berdampak pada akhlak kepribadian siswa. Dalam hal ini siswa memiliki akhlak yang baik. Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa salah satu strategi yang dilakukan dalam membentuk *brand image* adalah dengan pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang utama dalam bidang keagamaan sehingga hasil dari pelaksanaan tersebut adalah terbentuknya akhlak siswa yang terpuji.

Secara umum akhlak diklasifikasikan menjadi dua, yaitu akhlak mulia dan akhlak tercela. Akhlak mulia adalah kepribadian yang harus diterapkan dalam keseharian, sedang akhlak tercela adalah akhlak yang harus dijauhi dan ditinggalkan. Dalam perspektif Islam ruang lingkup akhlak juga diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu akhlak terhadap Tuhan (Allah SWT) dan akhlak terhadap sesama makhluk (selain Allah SWT). Akhlak terhadap makhluk masih dibagi lagi menjadi beberapa jenis, seperti akhlak terhadap sesama manusia, akhlak terhadap makhluk hidup selain manusia (seperti tumbuhan dan binatang), serta akhlak terhadap benda yang mati.

Keempat, berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa akibat yang terjadi dari langkah kebijakan yang diambil oleh

¹²⁵ Nur Zazin, *Gerakan Menata Mutu Pendidikan* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011),

kepala sekolah dalam pelaksanaan *brand image* sekolah adalah dapat melanjutkan pendidikan di jenjang pendidikan yang selanjutnya dengan lembaga yang diminati oleh santri. Lulusan harus bisa diterima dijenjang pendidikan yang selanjutnya sehingga dapat tercipta adanya unggulan. Sehingga pada akhirnya mampu menarik minat *stake holder* dalam memilih. Pengelolaan pengetahuan akan dalam menghasilkan lulusan yang siap bersaing.

Pengelolaan pengetahuan dalam mewujudkan kualitas lulusan yang siap untuk bersaing merupakan langkah pertama dalam proses dan aplikasi strategi pemasaran modern. Lulusan yang dapat diterima sangat mempunyai peran andil atas terwujudnya sebuah keunggulan. Keunggulan inilah yang akan dapat untuk bisa terus menarik minat masyarakat.

Berdasarkan hasil temuan dan uraian tersebut, menurut Keller sebagaimana diungkap oleh Fandy Tjiptono.¹²⁶ Merek dapat bermanfaat bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen, merek dapat berperan penting sebagai:

- a. Sarana identifikasi bertujuan untuk meringankan pelaksanaan penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian dan pencatatan akuntansi.
- b. Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik. Merek dapat menghasilkan perlindungan dengan properti intelektual. Nama merek dapat diproteksi melalui merek dagang yang terdaftar (*registered trademarks*), proses pemanufakturan bisa dilindungi melalui hak cipta (*copyrights*) dan desain. Hak-hak properti intelektual ini memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat berinvestasi dengan aman dalam merek yang dikembangkannya dan meraup manfaat dari aset bernilai tersebut.
- c. Signalyang berkualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dapat dengan mudah untuk memilih dan membelinya lagi di lain waktu. Loyalitas merek dapat menghasilkan *predictability* dan *security* permintaan bagi perusahaan dan menciptakan hambatan masuk yang menyulitkan perusahaan lain untuk memasuki pasar.
- d. Sumber menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.

¹²⁶ Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 20

- e. Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.
- f. Sumber financial returns, terutama menyangkut pedapatan masa datang.
- g. Kemudian bagi konsumen, menurut Keller dalam Fandy Tjiptono¹²⁷ mengemukakan 7 manfaat pokok merek bagi konsumen, yaitu sebagai identifikasi sumber produk, penetapan tanggung jawab pada pemanufaktur atau distributor tertentu, pengurang resiko, penekanan biaya pencarian (*search costs*) internal dan eksternal, janji atau ikatan khusus dengan produsen, alat simbolis yang memproyeksi citra diri, dan signal kualitas.
- h. Menurut Andi M. Sadat,¹²⁸ yang ditarik dalam dunia pendidikan bahwa merek-merek yang kuat akan memberikan jaminan kualitas dan nilai yang tinggi kepada *stakeholders*, yang akhirnya juga berdampak luas terhadap institusi pendidikan. Berikut ini terdapat beberapa manfaat merek yang dapat diperoleh *stakeholders* dan institusi pendidikan.
- i. Oleh karena itu, reputasi merupakan aset penting dan wajib dimiliki oleh MTs. Qudsiyyah Putri Kudus sebagai bukti keberadaan dan kualitas lembaga. Reputasi MTs. Qudsiyyah Putri Kudus menunjukkan kualitas pendidikan sekaligus pencapaian prestasi madrasah sebagai indikator keberhasilan program pendidikan madrasah. Respon terhadap pencitraan madrasah terwujud pada persepsi, realitas dan opini publik yang seiring berjalannya waktu membangun reputasi madrasah. Tentu bukan waktu yang singkat dan beragam hal seperti peluang, hambatan, tantangan mampu dikelola dengan bijak. Seorang humas berperan dalam menangani reputasi dan mampu memberikan gagasan yang cemerlang demi peningkatan reputasi mendatang. Strategi yang tepat dan bermanfaat merupakan sarana mencapai reputasi yang diinginkan.

¹²⁷ Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 21

¹²⁸ Andi M Sadat, *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 21