

## Abstrak

Muhammad Azid Nur Habibi, NIM. MP-17047, Strategi Pengembangan *Brand Image* dalam Meningkatkan Mutu Lulusan Madrasah Ibtidaiyah (Studi Kasus di MI Masholihul Huda Krapyak Tahunan Jepara), Program Strata 2 (S.2) Manajemen Pendidikan Islam IAIN Kudus, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan *brand image* yang dilakukan di MI Masholihul Huda Desa Krapyak kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara, Meningkatkan mutu lulusan di MI Masholihul Huda Desa Krapyak kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara, serta strategi pengembangan *brand image* dalam Meningkatkan mutu lulusan di MI Masholihul Huda Desa Krapyak kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara.

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dan pendekatan kualitatif. Kemudian data yang telah terkumpul akan diadakan penganalisaan dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui strategi pengembangan *brand image* dalam Meningkatkan mutu lulusan madrasah di Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara.

Hasil Penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa 1) strategi pengembangan *brand image* dilaksanakan dengan cara berbagai macam pengembangan *brand image* Mulai dari nama *trend* madrasah, sarana prasaranan, progarm-program yang dimiliki madrasah, bahkan elemen-elemen madrasah. 2) Strategi Meningkatkan mutu lulusan di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara yakni dengan strategi yang digunakan dimulai dari Meningkatkan keprofesionalan guru, penciptaan iklim madrasah yang kondusif, pembiasaan-pembiasaan yang dilakukan oleh siswa dalam lingkungan sekolah, pendampingan kepada siswa dalam pembelajaran maupun kegiatan lain, evaluasi terhadap siswa, penilaian pembelajaran. 3) Strategi pengembangan *brand image* dalam penigkatan mutu lulusan MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara yakni dengan berpedoman kepada visi dan misi mdrasah, menjadikan nama madrasah lebih trend dan marketable, bangunan fisik, program yang di miliki oleh madrasah dan kegiatan madrasah baik akademik maupun non akademik.

Kata Kunci : *Strategi, Brand Image, Mutu Lulusan*

## ABSTRACT

Muhammad Azid Nur Habibi, NIM. MP-17047, Brand Image Development Strategy in Improving the Quality of Ibtidaiyah Madrasah Graduates (Case Study at MI Masholihul Huda Krapyak Annual Jepara), Strata 2 Program (S.2) IAIN Kudus Islamic Education Management, 2020.

The study aims to determine the brand image development strategy carried out at MI Masholihul Huda Krapyak Village Annual district of Jepara Regency, improving the quality of graduates at MI Masholihul Huda Krapyak Village Annual District of Jepara Regency, as well as the strategy of developing brand image in improving the quality of graduates at MI Masholihul Huda Village Krapyak, the Annual District of Jepara Regency.

This research is a case study and qualitative approach. Then the data collected will be analyzed using a qualitative descriptive approach to find out the brand image development strategy in improving the quality of madrasah graduates in Masholihul Huda Krapyak Village, Annual District, Jepara Regency.

Research and discussion results show that 1) brand image development strategy is carried out by means of various kinds of brand image development starting from the name of madrasa trends, infrastructure, programs belong to madrasah, and even elements of madrasah 2) Strategy for improving the quality of graduates at MI Masholihul Huda Krapyak, Annual District of Jepara Regency, namely the strategies used starting from improving teacher professionalism, creating a conducive situation in madrasah, habituations by students in the school environment, mentoring to students in learning and other activities, evaluating students in order, assessment learning. 3) Brand image development strategy in improving the quality of MI Masholihul Huda graduates Krapyak, Annual District of Jepara Regency by referring to the vision and mission of the madrasah, making madrasah names more trendy and marketable, physical buildings, the programs is owned by madrasah and madrasah activities both academically and academically and non-academic.

Keyword : *Strategy, Brand Image, Garduation Quality*

## المخلص

محمد أزيد نور حبيبي، م ف 17047 استراتيجية تطوير التجارية الصورة لتعزيز قيراط المتخرجين المدرسة الابتدائية (دراسة حالة في المدرسة الابتدائية مصالح الهدى كرافياء تهونان جفارا) كلية الدراسة العليا الجامعة الإسلامية الحكومية بقدس، 2020.

وتهدف هذا البحث لتعريف استراتيجية تطوير التجارية الصورة حالة في المدرسة الابتدائية مصالح الهدى كرافياء تهونان جفارا، تعزيز قيراط المتخرجين في المدرسة الابتدائية مصالح الهدى كرافياء تهونان جفارا و تطوير التجارية الصورة لتعزيز قيراط المتخرجين المدرسة الابتدائية مصالح الهدى كرافياء تهونان جفارا.

هذا البحث هو دراسة حالة ونهج نوعي، ثم ستعقد البيانات التي تم جمعها تحليل وصفي مع نهج نوعي لتعريف استراتيجية تطوير التجارية الصورة حالة في المدرسة الابتدائية مصالح الهدى كرافياء تهونان جفارا.

النتائج و المناقشة تبين أن تبديل (1) استراتيجية تطوير التجارية الصورة تنفيذها لترقية التجارية الصورة تبدأ من الوسائل وبنية التحتية و برنامج المدرسة و عناصر المدرسة و إتجاه المدرسة. (2) استراتيجية لتعزيز قيراط المتخرجين في المدرسة الابتدائية مصالح الهدى كرافياء تهونان جفارا باستراتيجية التي تبدأ من إجابية الأساتيد، تجعل سحنة المدارس، قرينة التلاميذ في الدراسة أو غيرها. وحصل تعليم التلاميذ (3) استراتيجية تطوير التجارية الصورة لتعزيز قيراط المتخرجين في المدرسة الابتدائية مصالح الهدى كرافياء تهونان جفارا التي تعتمد إلى رؤية ومهمة المدرسة وتجعل اسم المدرسة إتجاهها و تجارا، مباني المدرسة، برامج المدرسة، و عملية الدراسي أو غير عملية الدراسي.