

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Pola Strategi Kepala Madrasah Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MI Darul Hidayah Tulangan Sidoarjo, peneliti telah merangkum beberapa hal yang menjadi poin penting dalam pola pembentukan strategi brand image pada MI Darul Hidayah .

1. Terkait dengan fokus penelitian pertama, yaitu strategi kepala sekolah membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan MI Darul Hidayah , kepala madrasah melakukan beberapa hal atau langkah, yaitu :
 - a. Positioning sebagai cara madrasah untuk memposisikan diri sebagai lembaga pendidikan yang penuh keunggulan dengan mengambil posisi sebagai sekolah yang berbasis pondok pesantren dan unggul dalam agama
 - b. Differentiation yang menuntut madrasah memiliki perbedaan kelebihan dengan lembaga pendidikan lainnya sehingga mudah dikenali dan diingat masyarakat
 - c. Brand Service yang digunakan untuk memfasilitasi dan membentuk karakter baik pengajar, staf maupun siswa madrasah
 - d. Mengenalkan Visi dan Misi Madrasah untuk menambah brand awarness kepada masyarakat mengenai madrasah.

- e. Menciptakan Citra Madrasah yang Baik dan Cemerlang untuk membangun kepercayaan masyarakat dan stakeholder yang berkaitan dengan madrasah.

Yang kemudian setelah dianalisis lebih lanjut didapatkan bahwa terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing madrasah di MI Darul Hidayah , yaitu :

- a. Faktor Pendukung
- b. Guru-guru yang berkualitas
- c. Madrasah memiliki hubungan yang baik dan terintegritas baik dengan internal madrasah maupun dengan lingkungan eksternal madrasah termasuk ara stakeholder
- d. Sarana dan prasarana yang sudah cukup baik untuuk mendukung pembelajaran
- e. Kerjasama yang baik antara pengurus dan pihak manajemen madrasah
- f. Letak madrasah yang strategis
- g. Kondisi lingkungan sekitar dan lingkungan sekolah yang kondusif dan nyaman bagi pelaksanaan pembelajaran
- h. Faktor Penghambat yang mempengaruhi

Dengan implikasi yang timbul dari berbagai kegiatan selama proses startegi brand image tersebut dijalankan adalah sebagai berikut :

- 1) Kualitas Pelayanan Meningkat Menjadi Lebih Baik
- 2) Minat Masyarakat Meningkat
- 3) Siswa Memiliki Akhlak Yang Baik
- 4) Kepercayaan Masyarakat yang Relatif Tinggi

B. Implikasi

Hasil penerelitian ini memberikan penguraian bagi terori yang dikemukakan oleh M. Rogers terkait inovasi, termon Alfred Otara, termon Bitner & Hubbert dan Kin Kil Kim terkait mutu layanan, Verrona dkk, Prim Masrokan tentang kepemimpinan inovatif, dan terori terkait daya saing oleh M. Porter serta tawaran baru terkait inovasi. Inovasi kepala madrasah akan terus berkembang dan terlaksana dengan baik manakala kepala madrasah mampu mengatur dan menggerakkan timnya untuk proaktif terhadap permasalahan yang ada di lembaga pendidikan. Penciptaan inovasi dengan melibatkan tim merumuskan inovasi. Sebagaimana hasil termon verrona dkk terkait inovasi dalam pariwisata yang membuktikan bahwa kegiatan tukar pikiran/ sharing antara wisatawan dengan guru dapat merumuskan ide inovasi. Partisipasi tim madrasah (waka dan guru) merumuskan inovasi yang akan diimplementasikan di madrasah tersebut mudah diterima dan dilakukan karena adanya rasa memiliki terhadap inovasi/perubahan itu. Sebagaimana dikemukakan M. Rogers yang dikutip oleh Urdin Syaerfudin Sa'ud terkait faktor prosedural inovasi pendidikan. Dalam mekanisme penyebaran inovasi secara difusi merangsang sesuai dengan terori M. Rogers bahwa penyebaran inovasi mengalami lima tahap, yakni: (1) tahap pengetahuan, (2) tahap persasi, (3) tahap prosedural inovasi, (4) tahap implementasi, dan (5) tahap konfirmasi. Adapun termon baru dari penerelitian ini adalah terbukti bahwa prosedural sosialisasi adalah faktor utama yang berpengaruh terhadap penerimaan inovasi. Untuk itu,

komunikasi interpersonal merupakan saluran komunikasi yang paling tepat dalam penyebaran inovasi.

Pengembangan inovasi yang disertai dengan komitmen tinggi untuk memberikan layanan kepada pelanggan pendidikan akan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan dan prestasi siswa maupun untuk alumni. Dan temuan penelitian menunjukkan bahwa untuk pelayanan, komitmen penyelenggara pendidikan berpengaruh terhadap prestasi dan untuk output lembaga pendidikan. Yang mana output inilah yang menjadi faktor berpengaruh dalam peningkatan daya saing madrasah. Sebagaimana dikemukakan oleh M. Porter bahwa daya saing dipengaruhi oleh output/produktifitasnya.

C. Saran

Setelah melakukan penelitian, ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan :

1. Kepala Madrasah MI Darul Hidayah atau pengelola lembaga, diperlukannya penambahan keterlibatan *teamwork* untuk melakukan pengembangan inovasi baik melalui musyawarah maupun melalui proses inkubasi dari studi banding ke madrasah lain yang memiliki mutu lebih tinggi. Strategi brand image juga harus menyesuaikan dengan sumber daya yang ada dan selalu disosialisasikan dengan maksimal.
2. Bagi guru, hendaknya selalu proaktif dalam menanggapi permasalahan yang ada di lembaganya dan bersikap terbuka terhadap inovasi yang mengarah pada perbaikan mutu pendidikan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya mengkaji lebih jauh terkait proses pembentukan strategi brand image dalam pendidikan yang mana dirasa masih perlu untuk terus dikaji dan diteliti guna memberikan sumbangsih yang besar terhadap mutu pendidikan



UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto



UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto