

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manajemen merupakan hal yang penting untuk diterapkan dalam kegiatan pendidikan. Manajemen tidak hanya digunakan dalam pengembangan bisnis dan lingkungan perubahan organisasi saja, akan tetapi manajemen digunakan untuk sukses dan tercapainya sebuah tujuan serta terlaksananya seluruh kegiatan operasional dengan cara optimal. Manajer terampil adalah manajer yang mampu mengimplementasikan fungsi manajemen itu sendiri secara optimal.

Di era yang terus berkembang ini kita bisa mengetahui sebuah perubahan yang sangat signifikan dan modern bagi dunia pendidikan, khususnya madrasah, hal ini memberikan dampak positif bagi madrasah yang berperan dalam sektor pendidikan baik pada manajemen madrasah dan perkembangan prestasi siswa. Hal ini akan memacu persaingan yang semakin ketat karena akan terbangun madrasah - madrasah baru dan berdiri dalam bidang yang sejenis dengan karakteristik dan keunggulan yang ditawarkan secara langsung kepada masyarakat dan orang tua siswa.

Persaingan yang semakin ketat dapat dilihat dengan adanya berbagai inovasi dan kreativitas dari para penyelenggara pendidikan untuk terus menggali keunikan dan keunggulan madrasah nya agar semakin menumbuhkan branding dan semakin diminati oleh masyarakat. Agar dapat bersaing dengan madrasah yang lain, maka sebuah madrasah harus mampu meningkatkan prestasi dan

prestise madrasahny. Adapun upaya yang dapat dilakukan madrasah adalah mengenali *strenght and weaknesses* madrasah tersebut. Baik mengenai manajemen tenaga pendidik, pembiayaan, fasilitas yang di tawarkan, program-program unggulan yang tercantum dalam desain kurikulum, proses kegiatan belajar mengajar, pengembangan potensi siswa dan prestasi siswa. Dengan memahami *strenght and weaknesses* yang dimiliki madrasah, maka akan sangat membantu madrasah dalam mengenali potensi diri madrasah, memanfaatkan setiap peluang yang ada dan lebih tanggap dalam menghindari atau meminimalisir ancaman.

Dalam menyikapi persaingan yang semakin ketat saat ini, diperlukan sebuah manajemen madrasah yang baik dan tepat agar sebuah madrasah mampu membangun citra lembaga pendidikan yang dapat tumbuh dan berkembang. Membangun sebuah citra bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Persaingan antar lembaga pendidikan terus dilakukan untuk menarik minat masyarakat. Adapun bentuk persaingan yaitu dengan cara mengoptimalkan Sumber Daya Manusia (SDM), ada yang memperkuat bidang fasilitas sarana dan prasana seperti gedung, ada yang menaruh perhatian pada bidang pendanaan, tapi ada juga yang lebih memperhatikan dan memperkuat jaringan dari pada yang lainnya.<sup>1</sup>

Pada zaman sekarang, kemajuan lembaga pendidikan salah satunya ditentukan oleh masyarakat. Sebab, kemajuan lembaga pendidikan dapat dilihat dari seberapa jauh masyarakat dapat mempercayai lembaga tersebut

---

<sup>1</sup> Dedi Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya : 2012), 185.

dalam mengemban tugasnya.<sup>2</sup> Oleh karena itu, lembaga pendidikan atau para pemimpin pendidikan khususnya harus membuat manajemen pengelolaan madrasah yang mampu menciptakan iklim lembaga yang dinamis dan responsif terhadap kemajuan kebutuhan masyarakat di lingkungan sekitarnya<sup>3</sup>.

Di era sekarang ini juga pemasaran lembaga mulai digalakkan dengan berbagai cara. Pemasaran bagi sebuah lembaga pendidikan sangat diperlukan. Sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja, maka diperlukan usaha untuk meyakinkan masyarakat bahwa lembaga pendidikan yang dikelola masih tetap menjaga eksistensi dan kualitas. Manajemen branding yang dipilih sebagai senjata tentunya juga harus melihat kondisi lingkungan. Dengan begitu maka lembaga pendidikan harus mampu mempertahankan image positif agar tetap eksis dan menjadi madrasah yang bermutu.

Pada salah satu madrasah di wilayah kecamatan Tulangan yaitu MI Nurul Ulum Grabagan tergerak untuk mengembangkan Branding Madrasah yang unggul agar mampu berdaya saing dengan pendidikan tingkat Madrasah Ibtidaiyah lainnya.

Dalam meningkatkan mutu pendidikan Islam di MI Nurul Ulum “Islamic Bilingual School “ Grabagan, keinginan untuk memiliki pendidikan Bilingual, rupanya telah menjadi sindrom yang telah menjalar, baik di masyarakat maupun



<sup>2</sup> Erna Kusumawati, “Implementasi Customer Relationship Management Pada Industri Pendidikan : Studi Kasus Pada Akademi Pariwisata,” Jurnal Atlasia 3, No. 1 (2021) : 1 – 8.

<sup>3</sup> Mustajab, Hasan Baharun, and Lutfiatul Iltiqoiyah, “Manajemen Pembelajaran Melalui Pendekatan BCCT Dalam Meningkatkan Multiple Intelligences Anak,” Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini 5, No. 2 (2021) : 1368 - 81

dikalangan pemerintah. Keinginan itu tumbuh dengan didasari untuk mengimbangi perubahan zaman yang memasuki era pendidikan 5.0 dan juga pengaruh globalisasi pendidikan.

Globalisasi pendidikan dilakukan untuk menjawab kebutuhan pasar akan tenaga kerja berkualitas yang semakin ketat. Dengan globalisasi pendidikan diharapkan tenaga kerja Indonesia dapat bersaing di pasar dunia. Salah satu dampak positif globalisasi pendidikan adalah internasionalisasi pendidikan. Terbukti dengan munculnya International Class Program di salah satu madrasah di tingkat dasar swasta yang berbasis Cambridge seperti di MINU Pucang Sidoarjo. Sehingga untuk mengarah ke sana MI Nurul Ulum Grabagan bekerja sama dengan MINU Pucang Sidoarjo membuat program unggulan yaitu Bilingual Class Program.

Di dalam penyelenggaraan Bilingual Class Program di MI Nurul Grabagan Tulangan Sidoarjo, manajemen branding tersebut sangatlah berpengaruh bagi kelangsungan dan kemajuan madrasah. Salah satunya yaitu untuk meningkatkan kualitas mutu pembelajaran madrasah yang mana memiliki konsep pembelajaran yang berbeda dengan madrasah lainnya sehingga dapat meningkatkan daya saing madrasah karena dalam proses pembelajarannya memberikan keunikan dan pembelajaran berbasis Bahasa Inggris sehingga mampu menarik masyarakat untuk menyekolahkan putra putrinya di MI Nurul Ulum Grabagan Tulangan Sidoarjo. Dan terbukti tiap tahun, jumlah siswa mengalami kenaikan.

Berangkat dari fakta dan pandangan tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dalam bentuk Tesis yang berjudul :



“Manajemen Branding *Islamic Bilingual School* di MI Nurul Ulum Grabagan Untuk Meningkatkan Daya Saing Madrasah di Kecamatan Tulangan Sidoarjo”.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan konteks penelitian di atas, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Konsep Pembelajaran Bilingual di MI Nurul Ulum Grabagan Tulangan Sidoarjo?
2. Bagaimana Manajemen Branding “*Islamic Bilingual School*” dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing MI Nurul Ulum Grabagan di Kecamatan Tulangan Sidoarjo?

## C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi Konsep Pembelajaran Bilingual di MI Nurul Ulum Grabagan Tulangan Sidoarjo.
3. Menganalisis Manajemen Branding “*Islamic Bilingual School*” Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing MI Nurul Ulum Grabagan di Kecamatan Tulangan Sidoarjo



## D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini tentang “Manajemen Branding *Islamic Bilingual School*” Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah” diharapkan dapat bermanfaat selain sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Magister bagi

peneliti. Manfaat dapat ditinjau dari dua aspek yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah pengetahuan baik kepala madrasah ataupun pemangku kepentingan pendidikan terkait branding “Islamic Bilingual School” sebagai manajemen pengelolaan madrasah dalam menjaga kualitas pembelajaran di madrasah yang mana akan berpengaruh dalam peningkatan daya saing madrasah.
- b. Menjadi sumbangan pemikiran baru tentang konsep pembelajaran Bilingual Class Program sebagai manajemen branding madrasah sehingga terbuka peluang untuk dilakukan penelitian yang lebih lanjut dan mendalam.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Berguna bagi pemerintah khususnya pengelola pendidikan mulai dari tingkat pusat sampai dengan tingkat daerah dalam menentukan kebijakan pengelolaan Sekolah yang mempunyai *Bilingual Class Program*.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi lembaga pendidikan, pemerintah pusat, pemerintah daerah, kepala sekolah/madrasah serta praktisi pendidikan dalam upaya mengelola *Bilingual Class Programe*.



## E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Orisinalitas penelitian dicantumkan untuk mengetahui perbedaan obyek penelitian yang terdahulu sehingga tidak terjadi penjiplakan karya dan lebih mudah untuk memfokuskan apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil studi penelitian yang relevansi dengan penelitian ini antara lain:

Tesis Riyono dengan judul, *Strategi Branding Menuju Sekolah Bermutu : Studi Multisite di SD Muhammadiyah 2 Tulangan dan SD Muhammadiyah Bangil*. Hasil dari penelitian tersebut adalah : (1) Strategi branding yang

dilakukan oleh dua sekolah kreatif ternyata memiliki persamaan penekanan pada pembentukan brand expressions meliputi positioning brand, identity brand dan personality brand yang berpusat pada visi brand : religius, kreatif dan berprestasi. Selain itu kedua sekolah mengembangkan keunggulan kompetitif dan differensiasi mencakup religiusitas, pembelajaran kreatif berbasis edutainment dan penguatan prestasi. Pada brand communication, kedua sekolah menggunakan berbagai saluran komunikasi meliputi : promosi, media sosial, media online, event event kegiatan, dan komunikasi dari mulut ke mulut melalui ikatan wali murid. (2) Mutu kedua sekolah tergolong tipe excellent school.

Meski demikian, terdapat perbedaan aspek tertentu pada mutu kedua sekolah.

SD Muhammadiyah 2 Tulangan lebih unggul di bidang sarana dan prasarana.

Sedangkan SD Muhamadiyah Bangil lebih unggul dalam penguatan nilai-nilai keislaman dengan program unggulan tahfidz dan tamyiz. Penelitian ini juga

menyimpulkan bahwa SD Muhammadiyah 2 Tulangan lebih unggul dari SD



Muhammadiyah Bangil jika dianalisis menggunakan sepuluh indikator Muhammadiyah Branded School<sup>4</sup>.

Tesis Deassy Arestya Saksitha Pulungan dengan judul, *Strategi Branding Image dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan dalam membangun Branding Image di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dilaksanakan dengan cara menyampaikan visi dan misi secara menyeluruh dan jelas, Mendorong guru untuk meningkatkan kompetensi dan ke profesionalismenya, Menciptakan lingkungan yang nyaman, Menciptakan pembelajaran yang ramah anak, Menggunakan kurikulum yang sesuai dengan peraturan yang berlaku dan seimbang, Penilaian dan Pelaporan yang bersifat komprehensif, serta Mengikutsertakan orang tua dan masyarakat dalam mendukung program sekolah<sup>5</sup>.

Tesis Muhammad Burhan Jamaluddin dengan judul, *Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebijakan branding yang dipilih oleh SD Islam Plus Masyitoh Kroya berdasarkan visi dan misinya adalah brand sebagai sekolah unggulan yang mampu menciptakan lulusan yang beriman,

<sup>4</sup> Riyono, “*Strategi Branding Menuju Sekolah Bermutu : Studi Multisite Di SD Muhammadiyah 2 Tulangan dan SD Muhammadiyah Bangil*”, (Tesis Magister Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo : 2018), 265.

<sup>5</sup> Deassy Arestya Saksitha Pulungan, “*Strategi Branding Image dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau*”, (Tesis Magister Manajemen Pendidikan Islam, UIN Sultan Syarif Kasim Riau : 2022), 89.

bertakwa dan berilmu atau generasi sholeh cendikia. 2) Elemen yang membentuk brand dalam strategi branding sekolah antara lain: akreditasi sekolah dengan nilai A, prestasi siswa, daya saing lulusan, akhlak atau perilaku siswa, kegiatan bakti sosial dan wisata religi. 3) Strategi Branding yang dilakukan di SD Islam Plus Masyitoh Kroya meliputi: pencapaian akreditasi nilai A dengan cara analisis SWOT dan pemenuhan 8 standar nasional pendidikan, prestasi siswa dan daya saing lulusan dengan menyelenggarakan kegiatan pembelajaran yang disiplin, aktif dan menyenangkan bagi siswa, akhlak siswa dibentuk melalui kegiatan pembiasaan dan program-program unggulan sekolah. 4) Dampak Branding di SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap adalah kualitas layanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, perilaku siswa menjadi lebih baik, diperolehnya kepercayaan dari masyarakat, dan peningkatan minat masyarakat mendaftarkan sekolah putra-putrinya di SD Islam Plus Masyitoh Kroya<sup>6</sup>

Tesis Rifqi Firdaus dengan judul, Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi di MI Amanah Turen Kabupaten Malang. Hasil penelitian menunjukkan: 1) Branding indera inklusif ditunjukkan untuk memberi perbedaan dan keunggulan MI Amanah dengan lembaga pendidikan lainnya. Terdapat 2 tahap dalam implementasi yaitu: a.tahap perencanaan, meliputi: proses penerimaan dan pengelolaan peserta didik. b.tahap pelaksanaan, meliputi: pengembangan kurikulum pendidikan inklusi, kegiatan belajar mengajar secara

---

<sup>6</sup> Muhammad Burhan Jamaluddin, *Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap*, (Tesis Magister Manajemen Pendidikan Islam, IAIN Purwokerto : 2020), 105.

inklusi, ketersediaan guru inklusi, ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan inklusi, pemakaian brand sebagai madrasah inklusi, dan keterlibatan masyarakat terhadap pendidikan inklusi. 2) Penelitian ini juga menemukan faktor internal dan eksternal yang dihadapi Madrasah Amanah dalam melaksanakan strategi branding pendidikan inklusi, adapun rekomendasi strategi adalah dengan Mendukung program pendidikan inklusi dengan meningkatkan citra positif Madrasah di lingkungan masyarakat dan Penguatan branding sebagai madrasah inklusi untuk meningkatkan daya saing lembaga.<sup>7</sup>

Tesis karya Zulkhan Adhi Rahman dengan Judul *Penguatan Personal Branding Lembaga Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skill Education)* di MI Ma'arif NU 2 Kajangan. Hasil dari penelitian ini adalah : 1) Pendidikan Life skill di MI pada aspek pencatatan yang belum dilakukan selain dengan jadwal kegiatan harian, mingguan dan bulanan. 2) Kegiatan yang dilaksanakan sudah berjalan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan di MI ; 3) Kegiatan pembelajaran pendidikan kecakapan hidup kurang efektif karena belum ada indikator untuk proses pengevaluasian.

Dari penelitian di atas dapat diketahui secara rinci terkait persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

---

<sup>7</sup> Rifqi Firdaus, *Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi di MI Amanah Turen Kabupaten Malang*. (Tesis Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang : 2021), 7.

**Tabel 1.1**  
**Penelitian terdahulu dan Orisinalitas penelitian**

No	Nama Peneliti, Judul, Tahun Dan Sumber	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
1.	Tesis Riyono, " <i>Strategi Branding Menuju Sekolah Bermutu : Studi Multisite di SD Muhammadiyah 2 Tulangan dan SD Muhammadiyah Bangil</i> ". 2018. Tesis	Strategi Branding  Deskriptif kualitatif	Strategi branding yang menekankan pada pembentukan brand expressions meliputi positioning brand, identity brand dan personality brand	Mendiskripsikan strategi branding yang dilakukan dua sekolah kreatif, untuk menuju sekolah bermutu.
2	Deassy Arestya Saksiana Pulungan, " <i>Strategi Branding Image dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau</i> ". 2022. Tesis.	Strategi Branding  Deskriptif kualitatif	Menggunakan teknik deduktif induktif	Membangun Branding Image dengan cara menyampaikan visi dan misi secara menyeluruh dan jelas, Mendorong guru untuk meningkatkan kompetensi dan keprofesionalismenya, Menggunakan kurikulum yang sesuai dengan peraturan yg berlaku dan seimbang, Mengikutsertakan orangtua dan masyarakat dalam mendukung program sekolah.
3.	Muhammad Burhan Jamaluddin, " <i>Strategi Branding Di Sekolah</i> "	Branding Sekolah	Meningkatkan mutu pendidikan	Mengetahui strategi sekolah dalam



No	Nama Peneliti, Judul, Tahun Dan Sumber	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
	<i>Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap</i> ". 2020. Tesis	Pendekatan Kualitatif		membangun citra lembaga pendidikan Islam yang dilaksanakan oleh SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan
4.	Rifqi Firdaus, "Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi di MI Amanah Turen Kabupaten Malang", 2021, Tesis	Manajemen Branding  Pendekatan kualitatif	Pendidikan inklusi	Mendesripsikan Implementasi strategi branding pendidikan inklusi, Faktor IFAS strategi branding inklusi, Faktor EFAS strategi branding inklusi, Strategi yang perlu dilakukan dalam menerapkan strategi branding inklusi.
5.	Tesis karya Zulkhan Adhi Rahman dengan Judul <i>Penguatan Personal Branding Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skill Education) di MI Ma'arif NU 2 Kajongan</i> . 2022. Tesis	Personal Branding  Pendekatan Kualitatif	Life Skill Education	Menerapkan Penguatan <i>Life Skill Education</i> untuk memperbaiki kualitas lulusan madrasah

Berdasarkan penjelasan pada tabel 1.1, dapat diperhatikan dan diketahui bahwa persamaan antara lima penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini sedang dilakukan, yakni:

1. Manajemen Branding
2. Daya Saing Madrasah
3. Jenis penelitian kualitatif.

#### F. Definisi Istilah

Definisi istilah merupakan uraian atas konsep penelitian yang ada dalam judul dan fokus/pertanyaan penelitian. Definisi ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman dan batasan jelas agar peneliti tetap terfokus pada kajian yang diinginkan peneliti. Adapun istilah-istilah yang perlu didefinisikan adalah:

1. Manajemen Branding merupakan sebuah upaya memberikan brand kepada lembaga pendidikan sebagai bentuk keunikan dan keunggulan serta ciri khas sekolah dengan janji-janji dan nilai-nilai (positioning) yang berbeda dengan lembaga/sekolah lain (diferensiasi) untuk mempengaruhi orang lain (strategi) agar memilih lembaga pendidikan/sekolah tertentu.
2. Islamic Bilingual School adalah konsep pembelajaran yang berupaya membina anak – anak berlandaskan nilai – nilai Islam dalam penyelenggaraan kegiatannya, bahasa Inggris digunakan sebagai bahasa pengantar kedua dalam percakapan sehari – hari.
3. Daya saing merupakan kekuatan untuk berusaha menjadi lebih dari yang lain atau unggul dalam hal tertentu baik yang dilakukan seseorang, kelompok maupun institusi tertentu.

