

TESIS
IMPLEMENTASI PROGRAM KELAS INSPIRATIF UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* (STUDI KASUS MADRASAH
ALIYAH NEGERI 2 PASURUAN)

Oleh:

Elif Nur Hubbi Fitriya

240106210051



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN
ISLAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2026

TESIS
Implementasi Program Kelas Inspiratif Untuk Meningkatkan *Brand image*
(Studi Kasus Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan)

Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Magister Manajemen Pendidikan Islam

Oleh: Elif Nur Hubbi Fitriya
NIM. 240106210051

Dosen Pembimbing:
1. Dr. H. Isroqunnajah, M.Ag
NIP. 196702181997031001
2. Dr. Akh. Syamsul Muniri, M.Si
NIDN. 2113058301



PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN
ISLAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2026

LEMBAR PERETUJUAN

Tesis dengan judul “Implementasi Program Kelas Inspiratif Untuk Meningkatkan Brand Image (Studi Kasus Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan)” yang ditulis oleh Elif Nur Hubbi Fitriya ini, telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di Depan Dewan Penguji Tesis.

Pembimbing I



Dr. H. Isroqunnajah, M.Ag
NIP. 196702181997031001

Pembimbing II

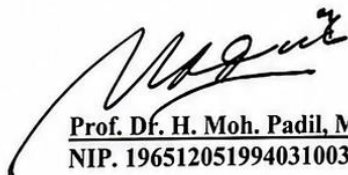


Dr. Akh. Svamsul Muniri, M.Si
NIDN. 2113058301

Malang, 18 Desember 2025

Mengetahui,

Kaprodi Magister Manajemen Pendidikan Islam



Prof. Dr. H. Moh. Padil, M.Pd.I
NIP. 196512051994031003

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Implementasi Program Kelas Inspiratif Untuk Meningkatkan Brand Image (Studi Kasus di Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan)” yang ditulis oleh Elif Nur Hubbi Fitriya ini, telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dan dipertahankan didepan sidang dewan pada pengujian pada tanggal 15 juni 2026.

Dewan Penguji:



Prof. Dr. Hj. Sutiah, M.Pd
NIP. 196510061993032003

Penguji Utama



Dr. Muhammad Amin Nur, M.A.
NIP. 197501232003121003

Ketua Sidang/Penguji



Dr. Isroqunnajah, M.Ag
NIP. 196702181997031001

Pembimbing I/Penguji



Dr. Akh. Syamsul Muniri, M.Si
NIDN. 2113058301

Pembimbing II/Sekretaris

Mengetahui

Direktur Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
NIP. 196508171998031003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama: Elif Nur Hubbi Fitriya

NIM: 240106210051

Program: Magister (S-2)

Institusi: Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Malang, 25 Mei 2026

Saya yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 5000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '5000', 'POS', 'MALANG', and '357B6ANX411781525'.

Elif Nur Hubbi Fitriya

A stylized logo consisting of a green trapezoidal shape with a grey border. The word 'MALANG' is written in a bold, grey, sans-serif font across the center of the green shape.

MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

“Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”¹



¹ “Surat Al-Mujadilah Ayat 11: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/al-mujadilah/11>.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Selama penyelesaian Penelitian Tesis ini banyak sekali dukungan yang diberikan kepada saya untuk segera menyelesaikannya. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin mempersembahkan hasil penelitian ini kepada:

1. Ibu Tercinta, Ibu Ika Nur Aini yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang, kesabaran, dan dukungan yang selalu diberikan. Setiap doa dan pengorbanan Ibu menjadi kekuatan bagi penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.
2. Ayah tercinta yang telah berpulang, Ayah Sopan Sofyan (Alm) sosok yang selalu memiliki tempat istimewa di hati penulis. Meskipun Ayah tidak dapat menyaksikan secara langsung perjalanan dan pencapaian ini, penulis percaya bahwa doa dan kasih sayang Ayah akan selalu menyertai setiap langkah penulis. Tesis ini menjadi salah satu bentuk bakti dan persembahan kecil penulis untuk mengenang cinta, perjuangan, dan pengorbanan Ayah.
3. Keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi tiada henti. Khususnya kepada adik tercinta Ahmad Ikhlil Zahron dan Muhammad Nurul Jadid yang selalu motivasi untuk belajar, berusaha dengan maksimal serta semangat positif selama pendidikan.
4. Dosen Pembimbing Dr. H. Isroqunnajah, M.Ag dan Dr. Syamsul Munuri, M.Si., yang telah memberikan arahan, dorongan dan motivasi, sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik meski masih ada beberapa kesalahan dari penulis. Seluruh dosen di Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, khususnya kepada Prof. Dr. Moh. Padil, M. Pd.I., selaku Kaprodi Magister Manajemen Pendidikan Islam dan Prof. Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd. selaku dosen wali dari penulis.
5. KH. A. Mujib Imron, SH. MH., Nyai Hj. Zakiyah, Nyai Hj. Chanifah Imron, Nyai prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag. M. Si., CAHRM., CRMP., dan Ibu Nyai Nanik Asnawati, S.Ag., selaku Majelis Pengasuh PPT. Al-Yasini Pasuruan yang memberikan banyak ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan selalu mendoakan yang terbaik.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan magister manajemen pendidikan islam kelas kerjasama dengan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini Pasuruan yang

telah berjuang bersama. Semoga impian dan cita-cita yang telah kita harapkan dapat tercapai. Amin ya rabbal alamin.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan maksimal. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, serta kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Selanjutnya perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak kepada semua pihak yang telah membantu abik berupa tenaga, pikiran dan finansial sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini penulis dengan kerendahan hati menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. M. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM., CRMP., selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd., selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Prof. Dr. H. Moh. Padil, M. Pd.I., selaku Kaprodi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Dr. H. Isroqunnajah, M.Ag., dan Dr. Akh. Syamsul Muniri, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Penelitian Tesis, dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan dedikasi telah mencurahkan waktu, tenaga, serta pemikiran dalam mendampingi penulis selama proses penyusunan tesis. Beliau senantiasa memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta berbagai koreksi dan masukan yang konstruktif dan mendalam, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebaik-baiknya.
5. Prof. Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd. selaku dosen wali saya di Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
6. KH. A. Mujib Imron, SH. MH., Ibu Nyai Hj. Zakiyah, Ibu Nyai Hj. Chanifah Imron, Ibu Nyai prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag. M. Si., CAHRM., CRMP., dan Ibu Nyai Nanik Asnawati, S.Ag., selaku Majelis Pengasuh Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini Pasuruan.
7. Seluruh dosen Magister Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan ilmu, nasihat, dan bimbingan selama penulis menempuh studi.
8. Gus H. Tsabit Yasin dan Ning Nurul Husniah, S.Psi., yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan perhatian kepada penulis selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas segala bantuan dan fasilitas yang diberikan, termasuk dalam mendukung perjalanan penulis dari

rumah menuju kampus hingga proses perkuliahan dapat berjalan dengan lancar.

9. Ustadzah Marhumah, M.Pd., selaku Ketua Pondok Putri Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini Pasuruan, beserta seluruh jajaran pengurus pondok yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, dan dukungan kepada saya untuk melanjutkan pendidikan pada jenjang Magister (S2). Terima kasih atas segala doa, perhatian, bantuan, serta kemudahan yang telah diberikan selama penulis menempuh perjalanan perkuliahan hingga dapat menyelesaikan studi ini.
10. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala MAN 2 Pasuruan beserta seluruh jajaran pimpinan, dewan guru, tenaga kependidikan, dan seluruh pihak yang telah memberikan izin, kesempatan, serta dukungan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di MAN 2 Pasuruan.
11. Dan akhirnya kepada semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga kebaikan mereka yang pernah penulis terima mendapat balasan dari Allah SWT.

Terakhir, Selayaknya manusia yang memiliki kekurangan dan masih sangat jauh dari kesempurnaan. segala kritik dan saran sangat penting bagi penulis dalam pemenuhan kelengkapan data dan penyelesaian hingga tahap penelitian tesis. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan khususnya bagi peneliti sendiri.

Malang, 15 Juni 2026
Peneliti,

Elif Nur Hubbi Fitriya
NIM. 240106210051

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN SAMPUL	ii
LEMBAR PERETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xxi
مستخلص البحث	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Penelitian Terdahulu	14
BAB II	23
KAJIAN PUSTAKA	23
A. Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam	23
B. <i>Brand image</i> (Citra Merek) Lembaga Pendidikan	24
C. Program Unggulan dan Diferensiasi Kurikulum sebagai Strategi Branding	29
D. Perspektif Islam Tentang Pemasaran, <i>Brand image</i>	30
E. Kerangka Teoritik Penelitian	36

BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Tempat Penelitian	39
C. Data dan Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Analisis Data	50
F. Teknik Keabsahan Data	53
BAB IV	55
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	55
A. Deskripsi Singkat Latar Belakang Obyek.....	55
B. Paparan Data.....	59
C. Hasil Penelitian.....	81
BAB V	84
PEMBAHASAN	84
A. Implementasi Program Kelas Inspiratif dalam Meningkatkan <i>Brand image</i> di MAN 2 Pasuruan Ditinjau dari Perspektif Manajemen POAC.....	84
B. Kendala dalam Pelaksanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan Ditinjau dari Teori Implementasi Kebijakan Edward III	91
C. Dampak Program Kelas Inspiratif terhadap Penguatan <i>Brand image</i> di MAN 2 Pasuruan	94
D. Keterkaitan Temuan dengan Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Bauran Pemasaran 7P)	100
BAB VI.....	105
PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Tren Pendaftaran PPDB MAN 2 Pasuruan (Tiga Tahun Sebelum vs Dua Tahun Sesudah Kelas Inspiratif).....	3
Tabel 1. 2 Peta Kompetitor Sekolah/Madrasah di Wilayah Pasuruan	4
Tabel 1. 3 Data Prasurvei Persepsi dan Kepercayaan Masyarakat (Gap Analysis) terhadap 50 Orang Tua/Wali Murid Baru TP 2024/2025	8
Tabel 1. 4 Orisinalitas Penelitian	18
Tabel 4. 1 Jumlah Guru dan Pegawai	59
Tabel 4. 2 Jumlah Siswa MAN 2 Pasuruan	59
Tabel 5. 1 Sintesis Keterkaitan Fokus Penelitian, Teori, Temuan, dan Implikasi	103



DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 kerangka Berpikir	37
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Visi Misi MAN 2 Pasuruan.....	63
Gambar 4. 2 Website MAN 2 Pasuruan.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian MAN 2 Pasuruan	116
Lampiran 2: Pedoman Wawancara	117
Lampiran 3: Transkrip Wawancara	120
Lampiran 4: Dokumentasi MAN 2 Pasuruan.....	124



PEDOMAN TRANSLITERASI DARI HURUF ARAB KE LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penulisan proposal tesis ini adalah Pedoman transliterasi yang merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/ 1987, tanggal 22 Januari 1988 sebagai berikut:

A. Huruf

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
أ	Tidak dilambangkan	ز	z	ق	Q
ب	B	س	s	ك	K
ت	T	ش	sy	ل	L
ث	ṡ	ص	ṣ	-	M
ج	J	ض	ḍ	ف	N
ح	ḥ	ط	ṭ	و	W
خ	Kh	ظ	ẓ	ه	H
د	D	ع	ʿ	ء	”
ذ	Ẓ	غ	g	ي	Y
ر	R	پ	f		

B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang ā

Vokal (i) panjang ī

Vokal (u) panjang ū

C. Vokal Diftongg

Diftong (aw) = 

Diftong (ay) = 



ABSTRAK

Fitriya, Elif Nur Hubbi. 2026. Implementasi Program Kelas Inspiratif untuk Meningkatkan *Brand image* (Studi Kasus Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan). Tesis, Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: (1) Dr. H. Isroqunnajah, M.Ag., (2) Dr. Akh. Syamsul Muniri, M.Si.

Kata Kunci: Kelas Inspiratif, *Brand image*, Manajemen Pendidikan Islam, Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Pasuruan merupakan lembaga pendidikan Islam negeri yang berdiri di lingkungan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini, dengan visi membentuk peserta didik yang hafiz, berliterasi, cerdas, berkarimah, dan berwawasan ilmiah. Sebelum Tahun Pelajaran 2023/2024, madrasah ini telah memiliki sejumlah program unggulan yang berprestasi, namun pengelolaannya masih berjalan secara terpisah sehingga animo pendaftar belum meningkat secara signifikan. Pascaterbitnya kebijakan Kurikulum Merdeka, madrasah melakukan refocusing program unggulan menjadi Program Kelas Inspiratif yang memadukan empat peminatan, yaitu Tahfidz, Digital, Literasi, dan Fashion, di samping Kelas Partisipatif reguler. Kebijakan ini berkorelasi dengan lonjakan jumlah pendaftar dan tingkat keketatan PPDB, namun ketatnya persaingan dengan sekolah/madrasah kompetitor di wilayah Pasuruan menuntut penelitian lebih lanjut untuk memastikan bahwa peningkatan tersebut benar-benar merupakan hasil penguatan *brand image* melalui program tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menjawab tiga permasalahan, yaitu: (1) bagaimana implementasi Program Kelas Inspiratif dalam meningkatkan *brand image* di MAN 2 Pasuruan; (2) apa saja kendala dalam pelaksanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan; dan (3) bagaimana dampak Program Kelas Inspiratif terhadap penguatan *brand image* di MAN 2 Pasuruan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (case study) yang dilaksanakan di MAN 2 Pasuruan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan kepala madrasah, wakil kepala kurikulum, wakil kepala hubungan masyarakat, koordinator kelas inspiratif, guru, peserta didik, dan alumni, serta melalui observasi dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman, meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check untuk memastikan data yang diperoleh bersifat objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, implementasi Program Kelas Inspiratif berlangsung melalui empat fungsi manajemen yang berkesinambungan, yaitu perencanaan yang partisipatif, pengorganisasian dengan pembagian tugas yang jelas, pelaksanaan yang terintegrasi dalam jam pelajaran, dan evaluasi yang dilakukan secara berkala; kedua, kendala pelaksanaan program yang ditemukan mencakup keterbatasan sumber daya manusia, sarana-prasarana, serta

dukungan pendanaan dari pemerintah; dan ketiga, Program Kelas Inspiratif terbukti berdampak positif terhadap penguatan *brand image* madrasah, baik pada dimensi citra lembaga, citra program, maupun citra pengguna, yang tercermin dari peningkatan jumlah pendaftar PPDB dan penguatan posisi kompetitif MAN 2 Pasuruan di tengah persaingan dengan sekolah/madrasah lain di wilayah Pasuruan.



ABSTRACT

Fitriya, Elif Nur Hubbi. 2026. Implementation of the Inspirative Class Program to Enhance *Brand image* (A Case Study at State Islamic Senior High School 2 Pasuruan). Thesis, Master's Program in Islamic Education Management, Postgraduate Program of Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisors: (1) Dr. H. Isroqunnajah, M.Ag., (2) Dr. Akh. Syamsul Muniri, M.Si.

Keywords: Inspirative Class, *Brand image*, Islamic Education Management, State Islamic Senior High School 2 Pasuruan

State Islamic Senior High School (Madrasah Aliyah Negeri/MAN) 2 Pasuruan is a state Islamic educational institution located within the Al-Yasini Integrated Islamic Boarding School environment, with a vision of forming students who are proficient in Qur'anic memorization, literate, intelligent, of noble character, and scientifically minded. Prior to the 2023/2024 academic year, the madrasah already possessed several distinguished programs, yet their management remained fragmented, resulting in limited growth in student enrollment. Following the enactment of the Merdeka Curriculum policy, the madrasah refocused its distinguished programs into the Inspirative Class Program, integrating four areas of specialization, namely Tahfidz (Qur'anic Memorization), Digital, Literacy, and Fashion, alongside the regular Participative Class. This policy correlated with a substantial increase in the number of applicants and the admission selectivity ratio; however, intense competition with rival schools/madrasahs in the Pasuruan region necessitates further research to ascertain whether this increase genuinely results from a strengthened *brand image* through the program.

Based on this background, the study focuses on answering three research questions: (1) how is the Inspirative Class Program implemented in enhancing *brand image* at MAN 2 Pasuruan; (2) what obstacles are encountered in the implementation of the Inspirative Class Program at MAN 2 Pasuruan; and (3) what impact does the Inspirative Class Program have on strengthening *brand image* at MAN 2 Pasuruan.

This study employs a qualitative approach using a case study design, conducted at MAN 2 Pasuruan. Data were collected through in-depth interviews with the head of madrasah, the deputy head of curriculum, the deputy head of public relations, coordinators of the Inspirative Classes, teachers, students, and alumni, as well as through observation and documentation study. Data analysis employed the interactive model of Miles and Huberman, encompassing data condensation, data display, and conclusion drawing/verification. Data validity was examined through source triangulation, technique triangulation, and member checking to ensure that the data obtained were objective, accurate, and academically accountable.

The findings reveal that: first, the implementation of the Inspirative Class Program proceeds through four interrelated management functions, namely participatory planning, organizing with a clear division of tasks, actuating integrated within instructional hours, and periodic evaluation; second, the obstacles identified in program implementation include limitations in human resources,

facilities and infrastructure, and government funding support; and third, the Inspirative Class Program has proven to positively impact the strengthening of the madrasah's *brand image* across the dimensions of corporate image, product image, and user image, as reflected in the increased number of new student applicants and the strengthened competitive position of MAN 2 Pasuruan amid competition with other schools/madrasahs in the Pasuruan region.



مستخلص البحث

فطرية، الف نور حيي. 2026م. تطبيق برنامج الفصل الملهم لتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة (دراسة حالة في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية باسوروان). رسالة ماجستير، قسم إدارة التربية الإسلامية، الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرفان: (1) الدكتور الحاج إسراق النجاح الماجستير، (2) الدكتور أحمد شمس المنير الماجستير.

الكلمات المفتاحية: الفصل الملهم، الصورة الذهنية، إدارة التربية الإسلامية، المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية

الثانية باسوروان

تُعَدُّ المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية باسوروان مؤسسة تعليمية إسلامية حكومية تقع في بيئة معهد اليسيني الإسلامي المتكامل، وتحمل رؤية تكوين طلاب حقاظ، متعلمين، أذكياء، ذوي أخلاق كريمة، وذوي بصيرة علمية. وقبل العام الدراسي 2024/2023، كانت المدرسة تمتلك بالفعل عدة برامج متميزة حققت إنجازات، غير أن إدارتها كانت منفصلة، مما أدى إلى عدم ارتفاع الإقبال على الالتحاق بشكل ملحوظ. وبعد صدور سياسة المنهج المستقل، أعادت المدرسة تركيز برامجها المتميزة في برنامج واحد يسمى "الفصل الملهم"، الذي يجمع بين أربعة تخصصات، وهي: تحفيظ القرآن، والرقمي، ومحو الأمية، وتصميم الأزياء، إلى جانب الفصل المشارك العادي. وقد ارتبطت هذه السياسة بارتفاع ملحوظ في عدد المتقدمين ونسبة التنافس في القبول، إلا أن حدة المنافسة مع المدارس المنافسة في منطقة باسوروان تستدعي مزيداً من البحث للتحقق مما إذا كانت هذه الزيادة ناتجة فعلياً عن تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال هذا البرنامج.

وبناءً على هذه الخلفية، يركز هذا البحث على الإجابة عن ثلاث مشكلات، وهي: (1) كيف يتم تطبيق برنامج الفصل الملهم في تعزيز الصورة الذهنية بالمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية باسوروان؟ (2) ما هي المعوقات التي تواجه تنفيذ برنامج الفصل الملهم في المدرسة المذكورة؟ (3) ما أثر برنامج الفصل الملهم في تعزيز الصورة الذهنية للمدرسة المذكورة.

استخدم هذا البحث المنهج الكيفي بنوع دراسة الحالة، وأجري في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية باسوروان. وُجمعت البيانات من خلال المقابلات المعمقة مع مدير المدرسة، ونائب مدير المناهج، ونائب مدير العلاقات العامة، ومنسقي الفصول الملهمة، والمعلمين، والطلاب، والخريجين، إضافة إلى الملاحظة ودراسة الوثائق. وتم تحليل البيانات باستخدام النموذج التفاعلي لمايلز وهوبرمان، الذي يشمل تكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج والتحقق منها. وتم التحقق من صحة البيانات من خلال تثليث المصادر، وتثليث التقنيات، والتحقق من المشاركين، لضمان أن تكون البيانات موضوعية ودقيقة وقابلة للمساءلة الأكاديمية.

أظهرت نتائج البحث ما يلي: أولاً، أن تطبيق برنامج الفصل الملهم يمر بأربع وظائف إدارية مترابطة، وهي التخطيط التشاركي، والتنظيم بتوزيع واضح للمهام، والتنفيذ المدمج ضمن الحصص الدراسية، والتقييم الدوري؛ ثانياً، أن المعوقات التي وُوجهت في تنفيذ البرنامج تشمل محدودية الموارد البشرية، والمرافق والبنية التحتية، ودعم التمويل

الحكومي؛ ثالثًا، أن برنامج الفصل الملهم أثبت تأثيرًا إيجابيًا في تعزيز الصورة الذهنية للمدرسة، على مستوى صورة المؤسسة، وصورة البرنامج، وصورة المستخدم، وهو ما ينعكس في ارتفاع عدد المتقدمين الجدد وتعزيز الموقع التنافسي للمدرسة وسط منافسة المدارس الأخرى في منطقة باسوروان.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Pasuruan merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam tingkat menengah atas berstatus negeri di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia, dan menjadi salah satu rujukan pendidikan Islam unggulan di Kabupaten Pasuruan. Sebagai madrasah negeri, MAN 2 Pasuruan mengemban tanggung jawab ganda, yaitu menyelenggarakan pendidikan umum setingkat sekolah menengah atas sekaligus memperkuat penanaman nilai-nilai keislaman kepada peserta didik, sehingga lulusannya diharapkan tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kedalaman spiritual dan kepribadian yang berakhlak mulia.

Cita-cita besar tersebut dituangkan secara eksplisit ke dalam visi madrasah, yaitu “Membentuk Siswa Hafiz Berliterasi, Cerdas Karimah dan Berwawasan Ilmiah”². Visi tersebut kemudian dijabarkan ke dalam lima misi, yakni: (1) menghasilkan lulusan yang mampu menghafal Al-Qur’an; (2) memiliki kemampuan membaca kitab, menulis karya, serta peduli terhadap persoalan lingkungan dan peka terhadap fenomena perubahan masyarakat; (3) bernalar kritis dan berperilaku mulia melalui keteladanan dalam proses pembelajaran; (4) mampu menjawab persoalan keagamaan dan kesalehan sosial serta memiliki keterampilan yang kompetitif di tengah masyarakat; dan (5) membiasakan peserta didik untuk

² Dokumen Kurikulum dan Profil Madrasah, Visi Misi MAN 2 Pasuruan Tahun Pelajaran 2024/2025.

berpikir logis melalui pembelajaran, pengalaman belajar, kajian, dan penelitian dalam menemukan serta memecahkan masalah.

Lima indikator capaian visi tersebut Hafiz, Literasi, Cerdas, Karimah, dan Berwawasan Ilmiah bukan sekadar rumusan normatif di atas kertas, melainkan dituntut untuk terejawantahkan ke dalam struktur kurikulum dan program nyata yang dapat dirasakan langsung oleh peserta didik, orang tua, maupun masyarakat luas. Titik krusialnya, sebuah visi dan misi yang tidak diterjemahkan ke dalam program konkret cenderung berhenti menjadi jargon seremonial semata, dan pada gilirannya berpotensi gagal membangun persepsi publik tentang keunggulan lembaga.

Dari titik tolak itulah lahir gagasan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan sebagai ejawantah konkret dari visi dan misi madrasah. Pemilihan diksi “inspiratif” pada nama program ini bukan tanpa alasan, melainkan dipilih secara sengaja dengan harapan program ini benar-benar mampu menjadi sumber inspirasi baik bagi peserta didik agar terpacu menggali potensi diri secara maksimal di bidang keagamaan, literasi, teknologi, maupun vokasi, maupun bagi masyarakat luas agar terinspirasi untuk menjatuhkan pilihan pendidikan putra-putrinya kepada MAN 2 Pasuruan. Dengan demikian, nama “Kelas Inspiratif” mengandung muatan filosofis sekaligus strategi branding sekaligus: setiap kelas yang tergabung di dalamnya dirancang untuk menjadi ruang yang membangkitkan semangat, memantik motivasi, dan menumbuhkan keteladanan, sejalan dengan indikator “Cerdas” dan “Karimah” dalam visi madrasah yang menekankan keteladanan dalam proses pembelajaran.

Gejala persoalan yang mendasari penelitian ini dapat ditelusuri dari dinamika jumlah pendaftar peserta didik baru (PPDB) MAN 2 Pasuruan dalam kurun lima tahun terakhir, sebagaimana tersaji pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. 1 Data Tren Pendaftaran PPDB MAN 2 Pasuruan (Tiga Tahun Sebelum vs Dua Tahun Sesudah Kelas Inspiratif)

Tahun Pelajaran	Status Program	Jumlah Pendaftar (PPDB)	Daya Tampung/Diterima	Persentase Keketatan (%)	Keterangan
2020/2021	Program Unggulan Lama	380	280	135%	Pra-Kelas Inspiratif
2021/2022	Program Unggulan Lama	395	288	137%	Pra-Kelas Inspiratif
2022/2023	Program Unggulan Lama	410	288	142%	Evaluasi Refocusing
2023/2024	Peluncuran Kelas Inspiratif	520	320	162%	Implementasi IKM
2024/2025	Implementasi Lanjutan	610	320	190%	Peningkatan Animo

Sumber: Dokumentasi PPDB MAN 2 Pasuruan, diolah oleh peneliti.³

Data tersebut memperlihatkan fenomena yang menarik untuk didalami lebih jauh. Sebelum Tahun Pelajaran 2023/2024, MAN 2 Pasuruan sesungguhnya telah memiliki sejumlah program unggulan yang berprestasi, antara lain program Tahfidz dengan capaian 32 peserta didik yang telah hafal Al-Qur'an, program riset yang berhasil menembus Top 26 ajang kompetisi riset ilmiah remaja setara MYRES, serta program Kitab Kuning, Literasi, dan Keterampilan. Namun demikian, pengelolaan program-program unggulan tersebut masih berjalan secara terpisah-pisah (fragmented) dan belum dikemas menjadi satu identitas branding yang utuh, sehingga sekalipun berprestasi, animo pendaftar belum melonjak secara signifikan tercermin dari kenaikan jumlah pendaftar yang relatif landai, yaitu hanya berkisar antara 380 hingga 410 pendaftar sepanjang TP 2020/2021 sampai TP 2022/2023, dengan tingkat keketatan berkisar 135% hingga 142%.

Kondisi tersebut diperberat oleh ketatnya persaingan perebutan calon peserta didik di wilayah Pasuruan, sebagaimana tergambar pada peta kompetitor berikut.

Tabel 1. 2 Peta Kompetitor Sekolah/Madrasah di Wilayah Pasuruan

Nama Lembaga Kompetitor	Status	Program Unggulan Utama	Daya Tarik/Brand Perception	Keunggulan MAN 2 Pasuruan dibanding Kompetitor
SMA Negeri 2 Pasuruan	Negeri	Sains & OSN	Citra Akademis Umum Tinggi	MAN 2 memiliki keunggulan Agama +

³Dokumentasi Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) MAN 2 Pasuruan, diolah oleh peneliti, 2025.

Nama Lembaga Kompetitor	Status	Program Unggulan Utama	Daya Tarik/Brand Perception	Keunggulan MAN 2 Pasuruan dibanding Kompetitor
				Digital + Vokasi sekaligus
MA Queen Zamzam Pasuruan	Swasta	Tahfidz Murni	Citra Keagamaan Kuat	MAN 2 memadukan Tahfidz dengan pembelajaran Digital (Smart TV & Tablet)
SMK Negeri 1 Wonorejo Pasuruan	Negeri	Keterampilan Vokasi	Citra Siap Kerja	MAN 2 memiliki Kelas Desain Busana yang berintegrasi dengan nilai keislaman

Sumber: Observasi dan analisis peneliti terhadap profil sekolah/madrasah kompetitor di Kabupaten Pasuruan.⁴

Peta persaingan di atas menegaskan bahwa MAN 2 Pasuruan tidak hanya berhadapan dengan sesama madrasah, melainkan juga dengan sekolah negeri unggulan bidang sains dan sekolah kejuruan dengan citra siap kerja, serta madrasah swasta dengan citra keagamaan yang kuat. Ketatnya persaingan ini menuntut MAN 2 Pasuruan merumuskan diferensiasi program yang tidak sekadar meniru kompetitor, melainkan memadukan sekaligus dimensi keagamaan, teknologi, dan vokasi sebagai keunggulan komparatif yang relatif tidak dimiliki kompetitor manapun secara utuh.

⁴ Observasi dan analisis peneliti terhadap profil sekolah dan madrasah kompetitor di wilayah Kabupaten Pasuruan, 2025.

Titik balik terjadi pascaterbitnya Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia tentang pedoman implementasi Kurikulum Merdeka pada madrasah,⁵ yang mendorong MAN 2 Pasuruan melakukan evaluasi internal secara menyeluruh terhadap tata kelola program-program unggulannya. Hasil evaluasi tersebut melahirkan kebijakan refocusing pada Tahun Pelajaran 2023/2024, yakni penggabungan program-program unggulan yang semula berjalan sendiri-sendiri ke dalam satu payung besar bernama “Kelas Inspiratif”, yang terdiri atas empat peminatan, yaitu: (1) Tahfidz, (2) Digital berbasis Tablet dan Smart TV, (3) Literasi, dan (4) Desain Busana, di samping “Kelas Partisipatif” (reguler) bagi peserta didik yang tidak mengambil peminatan khusus.

Kebijakan refocusing ini secara empiris berkorelasi langsung dengan lonjakan animo masyarakat. Pada TP 2023/2024, jumlah pendaftar melonjak menjadi 520 orang dengan tingkat keketatan 162%, dan meningkat lagi menjadi 610 pendaftar dengan keketatan 190% pada TP 2024/2025 (lihat kembali Tabel 1). Lonjakan yang cukup drastis inilah yang menjadi titik tolak persoalan penelitian (research problem) yang layak diangkat, yaitu apakah kenaikan jumlah pendaftar tersebut benar-benar merupakan hasil dari penguatan *brand image* melalui Kelas Inspiratif, ataukah turut dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang belum teridentifikasi secara akademik.

⁵Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia tentang Pedoman Implementasi Kurikulum Merdeka pada Madrasah.

Keunikan (unique selling proposition) Kelas Inspiratif terletak pada perpaduan empat dimensi sekaligus dalam satu skema pembelajaran yang terintegrasi dengan visi dan misi madrasah: dimensi spiritual melalui Tahfidz yang menopang indikator “Hafiz”, dimensi teknologi melalui pembelajaran digital berbasis Tablet dan Smart TV yang menopang indikator “Berwawasan Ilmiah”; dimensi akademik dan karya tulis melalui Literasi yang menopang indikator “Literasi” itu sendiri; serta dimensi vokasi dan kewirausahaan melalui Desain Busana yang menopang indikator “Cerdas” dalam pengertian memiliki keterampilan yang berdaya saing di tengah masyarakat. Dengan demikian, penamaan “inspiratif” bukan sekadar slogan pemasaran, melainkan representasi utuh dari kelima indikator visi madrasah yang terintegrasi dalam satu skema kurikulum.

Untuk membedah fenomena tersebut secara akademik, penelitian ini memerlukan pisau analisis berupa teori *brand image* lembaga pendidikan Islam. *Brand image* dalam konteks lembaga pendidikan dapat dimaknai sebagai persepsi, kepercayaan, dan penilaian masyarakat terhadap mutu serta kredibilitas suatu lembaga, yang terbentuk dari akumulasi pengalaman, informasi, dan komunikasi yang diterima calon peserta didik maupun orang tua⁶. *Brand image* yang kuat tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses membangun diferensiasi layanan pendidikan yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan pasar.⁷

⁶Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 145.

⁷David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 88.

Dalam konteks inilah teori gap analysis menjadi relevan untuk digunakan, yaitu untuk menguraikan kesenjangan antara harapan masyarakat atau orang tua peserta didik terhadap layanan pendidikan yang berkualitas dengan realitas layanan yang sesungguhnya ditawarkan oleh madrasah.⁸ kecil kesenjangan tersebut, semakin kuat pula *brand image* yang terbentuk di benak masyarakat, dan sebaliknya.

Untuk mengukur kesenjangan tersebut secara empiris, peneliti melakukan prasurvei terhadap 50 orang tua/wali peserta didik baru Tahun Pelajaran 2024/2025 mengenai alasan mereka memilih MAN 2 Pasuruan, dengan hasil sebagaimana tersaji pada Tabel 3 berikut.

Tabel 1. 3 Data Prasurvei Persepsi dan Kepercayaan Masyarakat (Gap Analysis) terhadap 50 Orang Tua/Wali Murid Baru TP 2024/2025

Indikator <i>Brand image</i>	Kategori Penilaian / Alasan Memilih	Persentase (%)
Persepsi Program	Tertarik karena adanya Kelas Digital (Tablet & Smart TV)	38%
Kepercayaan Agama	Tertarik karena Kelas Tahfidz & Kitab Kuning	32%
Penilaian Prospek	Tertarik karena Kelas Desain Busana & Literasi/Riset	20%
Lain-lain	Lokasi, fasilitas kelas reguler, rekomendasi alumni	10%
	TOTAL	100%

⁸Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Islamic Education Management: Strategi Kelola Pendidikan Islam Bermutu* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 210–215.

*Sumber: Hasil prasurvei peneliti terhadap 50 orang tua/wali peserta didik baru
MAN 2 Pasuruan TP 2024/2025.⁹*

Data prasurvei tersebut mengonfirmasi bahwa Kelas Digital menjadi daya tarik yang paling dominan (38%), disusul Kelas Tahfidz dan Kitab Kuning (32%), kemudian Kelas Desain Busana dan Literasi/Riset (20%), serta faktor lain seperti lokasi, fasilitas kelas reguler, dan rekomendasi alumni (10%). Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga dari empat elemen Kelas Inspiratif secara langsung memengaruhi keputusan masyarakat, dengan total kontribusi mencapai 90% dari keseluruhan alasan pemilihan sekolah — sebuah indikasi awal yang cukup kuat, namun tetap memerlukan pembuktian akademik yang lebih mendalam mengenai mekanisme dan besaran pengaruhnya terhadap *brand image* madrasah secara menyeluruh.

Teori manajemen pemasaran pendidikan Islam yang dikembangkan Kotler dan Keller, serta diperkaya kajian Machali dan Hidayat maupun Wijaya, dalam penelitian ini difungsikan sebagai pisau analisis untuk menguji tiga hal pokok: pertama, apakah Program Kelas Inspiratif ini benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar pendidikan Islam saat ini; kedua, seberapa besar daya (magnitude) program ini dalam memengaruhi ketertarikan masyarakat untuk memilih MAN 2 Pasuruan; dan ketiga, apakah *brand image* madrasah berkembang secara progresif ataukah justru mengalami hambatan tertentu pascapenerapan kebijakan refocusing ini.

⁹Hasil prasurvei peneliti terhadap 50 orang tua/wali peserta didik baru MAN 2 Pasuruan Tahun Pelajaran 2024/2025.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji tema yang berkaitan, meskipun dengan fokus yang berbeda dari penelitian ini. Bahrudin dan kawan-kawan, dalam kajiannya, menemukan bahwa strategi differentiation branding melalui program-program khusus mampu meningkatkan animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam.¹⁰ Sementara itu, Fatimah mengkaji implementasi Kurikulum Merdeka dan inovasi program unggulan berbasis digital di Madrasah Aliyah, dan menyimpulkan bahwa diferensiasi kurikulum turut memperkuat daya saing madrasah.¹¹ Adapun Rahmad memfokuskan penelitiannya pada kesenjangan persepsi masyarakat terhadap *brand image* Madrasah Aliyah Negeri, dengan menyoroti pentingnya kesesuaian antara ekspektasi dan realitas layanan pendidikan yang diterima masyarakat.¹²

Ketiga penelitian tersebut, sekalipun relevan, memperlihatkan kecenderungan yang serupa: masing-masing hanya mengkaji *brand image* pada satu program unggulan yang berdiri sendiri — misalnya kelas tahfidz semata atau kelas bilingual semata — atau mengkaji implementasi Kurikulum Merdeka semata-mata dalam konteks pembelajaran, tanpa mengaitkannya dengan strategi branding kelembagaan secara utuh. Sejauh penelusuran peneliti, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membedah strategi refocusing program Kurikulum Merdeka melalui skema “Kelas Inspiratif” yang memadukan empat peminatan (Digital,

¹⁰Ahmad Bahrudin, dkk., “Strategi Differentiation Branding dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Lembaga Pendidikan Islam,” *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2022): 412–425.

¹¹Siti Fatimah, “Implementasi Kurikulum Merdeka dan Inovasi Program Unggulan Berbasis Digital di Madrasah Aliyah,” *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2023): 89–104.

¹²Muhammad Rahmad, “Analisis Kesenjangan Persepsi Masyarakat terhadap *Brand image* Madrasah Aliyah Negeri,” *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 7, no. 3 (2022): 340–355.

Tahfidz, Literasi, dan Vokasi Desain Busana) secara terintegrasi dalam mendongkrak *brand image* madrasah sekaligus menyikapi tekanan persaingan kompetitor di tingkat kabupaten/kota. Celah akademis inilah yang hendak diisi oleh penelitian ini.

Kebaruan (novelty) yang ditawarkan penelitian ini terletak pada dua hal. Pertama, penelitian ini menawarkan model branding berbasis re-struktur atau refocusing program Kurikulum Merdeka, yang secara sistematis membagi peserta didik ke dalam Kelas Inspiratif (berbasis bakat digital, vokasi, dan keagamaan) dan Kelas Partisipatif (reguler) — sebuah model diferensiasi yang belum banyak dikaji dalam literatur manajemen pendidikan Islam. Kedua, penelitian ini menyoroti pemanfaatan kelas digital berbasis Smart TV dan Tablet di lingkungan Madrasah Aliyah Negeri sebagai pembeda utama (differentiator) dari madrasah maupun sekolah kompetitor di wilayah Pasuruan, yang selama ini belum banyak menjadi fokus kajian akademik.

Secara praktis, penelitian ini penting untuk memberikan panduan strategis bagi manajemen MAN 2 Pasuruan, maupun madrasah lain dengan konteks serupa, dalam mengelola persepsi brand tanpa menciptakan dikotomi kasta antara “Kelas Inspiratif” dan “Kelas Partisipatif” yang berpotensi menimbulkan kesenjangan sosial di internal peserta didik. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya khazanah keilmuan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), khususnya dalam penerapan teori educational branding dan gap analysis pada konteks implementasi Kurikulum Merdeka di madrasah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini secara khusus bertujuan untuk: pertama, menganalisis latar belakang dan proses perancangan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan; kedua, menguji keberhasilan Kelas Inspiratif sebagai pisau analisis dalam meningkatkan persepsi, penilaian, dan kepercayaan (*brand image*) masyarakat; dan ketiga, menganalisis dampak pembukaan Kelas Inspiratif terhadap peningkatan daya saing MAN 2 Pasuruan di tengah persaingan sekolah-sekolah kompetitor.

Bertolak dari fenomena empiris berupa lonjakan animo pendaftar, ketatnya peta persaingan antarlembaga, kesenjangan (*gap*) antara harapan dan realitas layanan pendidikan, serta belum adanya kajian akademik yang secara spesifik membedah strategi refocusing program Kurikulum Merdeka melalui skema Kelas Inspiratif, maka penelitian ini menjadi penting dan mendesak untuk dilakukan. Peneliti berupaya mendudukkan persoalan tersebut secara ilmiah, sistematis, dan mendalam dengan berpijak pada teori manajemen pemasaran pendidikan Islam sebagai pisau analisis, guna mengungkap sejauh mana keberhasilan kebijakan tersebut dalam membangun *brand image* madrasah tanpa mengabaikan nilai-nilai keadilan dan kebersamaan di antara peserta didik. Atas dasar itulah, penelitian ini disusun dengan judul “Implementasi Program Kelas Inspiratif untuk Meningkatkan *Brand image* (Studi Kasus MAN 2 Pasuruan)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang perlu ditelaah lebih lanjut sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi program kelas inspiratif dalam meningkatkan *brand image* di MAN 2 Pasuruan?
2. Apa saja kendala dalam pelaksanaan kelas inspiratif di MAN 2 Pasuruan?
3. Bagaimana dampak program kelas inspiratif terhadap penguatan *brand image* di MAN 2 Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis implementasi program Kelas Inspiratif dalam meningkatkan *brand image* di MAN 2 Pasuruan.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan.
3. Menganalisis dampak program Kelas Inspiratif terhadap penguatan *brand image* di MAN 2 Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), khususnya pada kajian educational branding dan gap analysis dalam konteks implementasi Kurikulum Merdeka di madrasah.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademik bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji strategi refocusing program unggulan dan *brand image* lembaga pendidikan Islam, khususnya pada

jenjang Madrasah Aliyah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi MAN 2 Pasuruan, sebagai bahan evaluasi dan masukan strategis bagi kepala madrasah beserta jajaran manajemen dalam mengoptimalkan implementasi program Kelas Inspiratif serta merumuskan solusi atas kendala-kendala yang ditemukan di lapangan.
- b. Bagi Kementerian Agama dan pemangku kebijakan pendidikan Islam, sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan implementasi Kurikulum Merdeka yang berorientasi pada penguatan *brand image* madrasah secara lebih luas.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh N. Indah, Anisa Rahmania, Enik Magfiroh, dkk (2024) berjudul "Strategi Pemasaran untuk Membangun School Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MA NU Sunan Giri Prigen Kab. Pasuruan" mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan lembaga dalam membangun citra sekolah guna meningkatkan daya saing. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian school branding untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Perbedaannya, penelitian tersebut membahas strategi pemasaran secara umum, sementara penelitian ini berfokus pada satu program spesifik, yaitu Kelas Inspiratif.¹³

¹³ "Disertasi Galih Permadi (1)_watermark.Pdf," n.d., accessed August 8, 2026, https://digilib.uinkhas.ac.id/56168/1/disertasi%20galih%20permadi%20%281%29_watermark.pdf.

2. Penelitian Moh. Fachri, Fathor Rozi, dan Tamimullah (2022) berjudul "Branding Image melalui Penerapan Pendidikan Inklusif dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah" menunjukkan bahwa penerapan pendidikan inklusif dapat memperkuat citra madrasah di mata masyarakat. Persamaannya terletak pada topik branding image madrasah, sedangkan perbedaannya ada pada strategi yang digunakan, yaitu pendidikan inklusif, bukan program kelas unggulan.¹⁴
3. Penelitian Sukarji, Zuhri, dkk (2024) berjudul "Optimizing Digital Branding to Strengthen Brand Identity in Islamic Schools: A Study of MAN 2 Tulungagung" mengungkap bagaimana optimalisasi media digital digunakan untuk memperkuat identitas merek sekolah Islam. Persamaannya adalah sama-sama membahas penguatan citra sekolah Islam, sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan digital branding yang menjadi fokus utama penelitian tersebut.¹⁵
4. Penelitian Shofi Tiara dan Dian Fordian (2025) berjudul "Strengthening Brand image through Integrated Marketing Communication: A Case Study of Sekolah Kak Seto's Approach to Educational Service Marketing" membahas penguatan *brand image* melalui komunikasi pemasaran terpadu (IMC) di Sekolah Kak Seto. Persamaannya terletak pada tujuan penguatan *brand image* lembaga pendidikan, sedangkan perbedaannya pada

¹⁴ Moh Fachri et al., *Branding Image Melalui Penerapan Pendidikan Inklusif Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah* | PALAPA, October 25, 2022, <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/palapa/article/view/2202>.

¹⁵ Sukarji Sukarji and Zuhri Zuhri, "Optimizing Digital Branding to Strengthen Brand Identity in Islamic Schools: A Study of MAN 2 Tulungagung," *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan* 10, no. 02 (2024): 307–16, <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v10i02.11336>.

pendekatan IMC dan objek penelitian yang bukan madrasah.¹⁶

5. Penelitian Rudi Hariawan, Muhammad Suhardi, Haromain, dkk (2025) berjudul "Manajemen *Brand image* Menuju Sekolah Efektif" menyoroti pentingnya citra sekolah yang dibangun melalui workshop, identifikasi potensi, dan pendampingan branding di MAN 2 Pasuruan. Persamaannya terletak pada topik manajemen *brand image* sekolah, sedangkan perbedaannya terletak pada cakupan kajian yang lebih luas (manajemen menyeluruh), berbeda dengan penelitian ini yang berfokus pada satu program spesifik.¹⁷
6. Penelitian Suryono dan Baidi (2026) berjudul "Manajemen Kelas Khusus Olahraga untuk Branding MTs Negeri 6 Sragen" membahas pengelolaan kelas khusus olahraga sebagai strategi branding madrasah. Persamaannya terletak pada penggunaan program kelas khusus sebagai strategi branding, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis program (olahraga vs inspiratif) dan objek penelitian.¹⁸
7. Penelitian Maya Permatasari (2023) berjudul "Branding Image Strategy Pesantren Salaf Walisongo Sragen di Era Disrupsi; Sebuah Pergeseran Paradigma Lembaga" mengkaji strategi branding image pesantren salaf di tengah era disrupsi. Persamaannya terletak pada kajian strategi branding

¹⁶ Shofi Tiara and Dian Fordian, "Strengthening *Brand image* through Integrated Marketing Communication: A Case Study of Sekolah Kak Seto's Approach to Educational Service Marketing," *SKETSA BISNIS* 12, no. 1 (2025): 1–11, <https://doi.org/10.35891/jsb.v12i1.4741>.

¹⁷ Rudi Hariawan et al., "MANAJEMEN *BRAND IMAGE* MENUJU SEKOLAH EFEKTIF," *COMMUNITY: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 234–42, <https://doi.org/10.51878/community.v4i2.4185>.

¹⁸ Suryono Suryono and Baidi Baidi, "Manajemen Kelas Khusus Olahraga Untuk Branding Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Sragen," *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)* 6, no. 1 (2026): 5860–66, <https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.7752>.

image lembaga pendidikan Islam, sedangkan perbedaannya terletak pada konteks kajian (era disrupsi) dan objek penelitian (pesantren salaf).¹⁹

8. Penelitian Muhammad Fathul Amin, Najiburrahman, dan Ahmad Muzakki Hakim (2023) berjudul "Revitalizing the Madrasah Brand: A Strategic Roadmap for Enhancing Quality and Fortifying Image" menyoroti upaya Madrasah Diniyah Nurul Jadid dalam meningkatkan citra melalui kualitas pendidikan, transparansi, dan pencapaian siswa. Persamaannya terletak pada upaya penguatan citra madrasah, sedangkan perbedaannya terletak pada cakupan roadmap strategis yang lebih luas dibanding fokus penelitian ini pada satu program.²⁰
9. Penelitian Agustina Rahmi, M. Yuliansyah, Kasyful Anwar, dkk (2025) berjudul "Strategi Kepemimpinan dalam Manajemen Branding untuk Meningkatkan Citra dan Daya Tarik Sekolah" membahas peran kepemimpinan kepala sekolah dalam manajemen branding. Persamaannya terletak pada tujuan peningkatan citra dan daya tarik sekolah, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus kajian pada aspek kepemimpinan, bukan program akademik tertentu.²¹
10. Penelitian Muh Wahyunto, Dian Hidayati, dan Enung Hasanah (2024) berjudul "Strategi Branding Sekolah di Era Digital dalam Meningkatkan

¹⁹ Mayana Ratih Permatasari, *BRANDING IMAGE STRATEGY PESANTREN SALAF WALISONGO SRAGEN DI ERA DISRUPSI; SEBUAH PERGESERAN PARADIGMA LEMBAGA* | *Evaluasi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, April 2, 2023, <https://e-journal.staima-alhikam.ac.id/evaluasi/article/view/1002?articlesBySimilarityPage=2>.

²⁰ Muhammad Fathul Amin et al., "Revitalizing the Madrasah Brand: A Strategic Roadmap for Enhancing Quality and Fortifying Image," *Journal of Educational Management Research* 2, no. 2 (2023): 69–84, <https://doi.org/10.61987/jemr.v2i2.244>.

²¹ "Garuda - Garba Rujukan Digital," accessed August 8, 2026, <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/5434519>.

Animo Masyarakat melalui Pemanfaatan Digital Marketing" mengkaji strategi branding sekolah berbasis digital marketing untuk meningkatkan animo masyarakat. Persamaannya terletak pada tujuan meningkatkan animo masyarakat melalui strategi branding, sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan digital marketing sebagai strategi utama, berbeda dengan penelitian ini yang menyoroti pengembangan program kelas unggulan.²²

Tabel 1. 4 Orisinalitas Penelitian

No	Peneliti dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	N. Indah, Anisa Rahmania, Enik Magfiroh, dkk. (2024). <i>Strategi Pemasaran untuk Membangun School Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MA NU Sunan Giri Prigen Kab. Pasuruan</i>	Sama-sama membahas strategi branding sekolah untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.	Penelitian berfokus pada strategi pemasaran secara umum, tidak membahas program kelas inspiratif sebagai media branding.	Penelitian ini menawarkan konsep Program Kelas Inspiratif sebagai strategi branding yang lebih spesifik melalui program unggulan sekolah.
2	Moh. Fachri, Fathor Rozi, & Tamimullah (2022). <i>Branding Image melalui Penerapan Pendidikan Inklusif dalam</i>	Sama-sama mengkaji peningkatan <i>brand image</i> madrasah.	Fokus penelitian pada pendidikan inklusif sebagai strategi branding, bukan melalui kelas inspiratif.	Penelitian ini mengembangkan strategi branding berbasis program inovatif berupa Kelas Inspiratif.

²² "Strategi Branding Sekolah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing | Academy of Education Journal," accessed August 8, 2026, <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/fkip/article/view/2419>.

	<i>Meningkatkan Daya Saing Madrasah</i>			
3	Sukarji, Zuhri, dkk. (2024). <i>Optimizing Digital Branding to Strengthen Brand Identity in Islamic Schools: A Study of MAN 2 Tulungagung</i>	Sama-sama membahas penguatan identitas dan citra sekolah.	Penelitian berfokus pada digital branding melalui media digital.	Penelitian ini menitikberatkan pada branding melalui kegiatan akademik dan kolaborasi praktisi dalam Program Kelas Inspiratif.
4	Shofi Tiara & Dian Fordian (2025). <i>Strengthening Brand image through Integrated Marketing Communication: A Case Study of Sekolah Kak Seto's Approach to Educational Service Marketing</i>	Sama-sama membahas peningkatan citra lembaga pendidikan.	Fokus penelitian pada komunikasi pemasaran terpadu, bukan pengembangan program unggulan sekolah.	Penelitian ini mengkaji efektivitas Program Kelas Inspiratif sebagai strategi membangun citra sekolah.
5	Rudi Hariawan, Muhammad Suhardi, Haromain, dkk. (2025). <i>Manajemen Brand image Menuju Sekolah Efektif</i>	Sama-sama membahas manajemen <i>brand image</i> sekolah.	Penelitian lebih menekankan workshop branding dan pendampingan sekolah efektif.	Penelitian ini mengembangkan branding melalui implementasi Program Kelas Inspiratif yang melibatkan praktisi dan dunia kerja.
6	Suryono & Baidi (2026). <i>Manajemen Kelas Khusus Olahraga untuk Branding</i>	Sama-sama membahas program unggulan sebagai media	Penelitian berfokus pada kelas olahraga, sedangkan penelitian ini	Penelitian ini menghadirkan inovasi branding melalui Program Kelas Inspiratif

	<i>MTs Negeri 6 Sragen</i>	branding sekolah.	mengkaji kelas inspiratif.	yang berorientasi pada motivasi karier dan penguatan citra sekolah.
7	Maya Permatasari (2023). <i>Branding Image Strategy Pesantren Salaf Walisongo Sragen di Era Disrupsi; Sebuah Pergeseran Paradigma Lembaga</i>	Sama-sama membahas strategi branding lembaga pendidikan.	Penelitian dilakukan pada pesantren dan membahas perubahan paradigma branding.	Penelitian ini lebih spesifik pada implementasi Program Kelas Inspiratif sebagai strategi branding sekolah formal.
8	Muhammad Fathul Amin, Najiburrahman, & Ahmad Muzakki Hakim (2023). <i>Revitalizing the Madrasah Brand: A Strategic Roadmap for Enhancing Quality and Fortifying Image</i>	Sama-sama membahas peningkatan citra dan kualitas madrasah.	Fokus penelitian pada roadmap peningkatan mutu dan citra madrasah.	Penelitian ini menawarkan strategi branding melalui inovasi program pembelajaran berupa Kelas Inspiratif.
9	Agustina Rahmi, M. Yuliansyah, Kasyful Anwar, dkk. (2025). <i>Strategi Kepemimpinan dalam Manajemen Branding untuk Meningkatkan Citra dan Daya Tarik Sekolah</i>	Sama-sama membahas strategi meningkatkan citra sekolah.	Penelitian berfokus pada kepemimpinan dalam manajemen branding.	Penelitian ini menitikberatkan pada implementasi Program Kelas Inspiratif sebagai strategi branding berbasis kegiatan unggulan sekolah.
10	Muh Wahyunto, Dian Hidayati, &	Sama-sama membahas	Fokus penelitian pada	Penelitian ini mengkaji

	Enung Hasanah (2024). <i>Strategi Branding Sekolah di Era Digital dalam Meningkatkan Animo Masyarakat melalui Pemanfaatan Digital Marketing</i>	strategi branding sekolah.	digital marketing sebagai media branding.	branding melalui inovasi program pendidikan (Kelas Inspiratif), bukan hanya media digital.
--	---	----------------------------	---	--

Berdasarkan kajian terhadap sepuluh penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa isu strategi branding untuk meningkatkan citra dan daya saing lembaga pendidikan (madrasah/sekolah Islam) telah banyak diteliti dari berbagai sudut pendekatan, di antaranya melalui strategi pemasaran umum, pendidikan inklusif, digital branding, komunikasi pemasaran terpadu (IMC), manajemen *brand image*, kelas khusus olahraga, konteks era disrupsi, roadmap revitalisasi mutu, kepemimpinan kepala sekolah, hingga digital marketing.

Meskipun tema besar yang diangkat memiliki kemiripan, yaitu upaya membangun citra (*brand image*) dan daya saing lembaga pendidikan, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji pembukaan Program Kelas Inspiratif sebagai strategi untuk membangun citra merek (*school branding*) lembaga pendidikan. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada strategi berskala luas (manajemen branding secara umum, kepemimpinan, digital marketing) atau pada program dengan karakter berbeda (pendidikan inklusif, kelas olahraga), sehingga belum menyentuh secara spesifik bagaimana sebuah program akademik

bertema inspiratif/motivasional dapat difungsikan sebagai instrumen pembangun citra dan daya tarik lembaga.

Dengan demikian, posisi penelitian ini bersifat melengkapi (komplementer) terhadap penelitian-penelitian terdahulu, sekaligus menawarkan orisinalitas pada fokus kajiannya, yaitu strategi pembukaan Program Kelas Inspiratif sebagai upaya konkret dan spesifik dalam membangun school branding guna meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Hal ini menunjukkan adanya celah (gap) penelitian yang layak dikaji lebih lanjut, sekaligus memperkuat urgensi dan kebaruan penelitian yang akan dilakukan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam

Pemasaran pendidikan dapat dimaknai sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan untuk mengidentifikasi, menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai layanan pendidikan kepada masyarakat, sehingga kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap pendidikan yang bermutu dapat terpenuhi²³. Pemasaran pendidikan bukan sekadar aktivitas promosi untuk menjaring peserta didik sebanyak-banyaknya, melainkan proses membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dengan pemangku kepentingannya, yaitu peserta didik, orang tua, alumni, dan masyarakat luas.²⁴

Strategi pemasaran pendidikan secara komprehensif dapat dirumuskan melalui pendekatan bauran pemasaran jasa (services marketing mix) yang terdiri atas tujuh unsur²⁵: product (kurikulum dan program pembelajaran), price (biaya pendidikan dibandingkan nilai yang diperoleh), place (lokasi dan aksesibilitas lembaga), promotion (strategi komunikasi keunggulan lembaga), people (kompetensi dan keteladanan tenaga pendidik), process (mutu layanan akademik dan administratif), serta physical evidence (sarana-prasarana dan bukti fisik lain

²³ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 51–53.

²⁴ Philip Kotler and Karen F. A. Fox, *Strategic Marketing for Educational Institutions*, 2nd ed. (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1995), hlm. 6.

²⁵ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 265–270.

yang meyakinkan mutu lembaga). Ketujuh unsur ini menjadi fondasi bagi terbentuknya *brand image* yang kuat, termasuk dalam perumusan Program Kelas Inspiratif sebagai unsur product dan promotion sekaligus.

B. *Brand image* (Citra Merek) Lembaga Pendidikan

1. Pengertian Brand Image

Brand (merek) adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual, sekaligus membedakannya dari produk pesaing.²⁶ Image (citra) sendiri merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek.²⁷ Dengan demikian, *brand image* dapat dipahami sebagai persepsi dan keyakinan yang dipegang konsumen, sebagaimana dicerminkan dalam asosiasi yang tersimpan dalam memori konsumen terhadap suatu merek.²⁸ Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, *brand image* dimaknai sebagai keseluruhan persepsi, kepercayaan, dan penilaian masyarakat terhadap mutu, kredibilitas, dan keunikan suatu madrasah, yang terbentuk melalui akumulasi pengalaman langsung maupun informasi yang diterima calon peserta didik dan orang tua dari berbagai sumber, baik media, testimoni alumni, maupun komunikasi resmi lembaga.

2. Faktor-faktor yang Memengaruhi *Brand image*

²⁶ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 322.

²⁷ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 83.

²⁸ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 330–332.

Terbentuknya *brand image* suatu lembaga tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Setidaknya terdapat empat faktor utama yang memengaruhi *brand image*.²⁹ yaitu:

- a. *Kualitas layanan (service quality)*, yaitu mutu nyata layanan pendidikan yang dirasakan langsung oleh peserta didik dan orang tua, mencakup kompetensi tenaga pendidik, kurikulum, dan sarana-prasarana.
- b. *Keunggulan dan keunikan program (product differentiation)*, yaitu sejauh mana program yang ditawarkan memiliki nilai tambah dan pembeda dibandingkan lembaga kompetitor.
- c. *Komunikasi dan promosi (communication)*, yaitu konsistensi dan kejelasan informasi yang disampaikan lembaga kepada masyarakat melalui berbagai saluran, baik langsung maupun media sosial.
- d. *Pengalaman dan rekomendasi (experience and word of mouth)*, yaitu pengalaman aktual peserta didik/alumni serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang beredar di tengah masyarakat.

Keempat faktor tersebut saling berkaitan dan menjadi dasar bagi penelitian ini untuk menelusuri sejauh mana pelaksanaan Program Kelas Inspiratif berkontribusi terhadap masing-masing faktor pembentuk *brand image* di MAN 2 Pasuruan.

3. Macam-macam *Brand image*

²⁹ Freddy Rangkuti, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 5–8.

Ditinjau dari objek yang dipersepsikan, *brand image* dapat dibedakan menjadi tiga macam,³⁰ yaitu:

a. Citra perusahaan/lembaga (*corporate image*)

citra yang melekat pada lembaga secara keseluruhan sebagai suatu organisasi, mencakup reputasi, kredibilitas, dan rekam jejak lembaga di mata masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, *corporate image* tercermin dari reputasi MAN 2 Pasuruan sebagai madrasah negeri yang bercirikan keislaman.

b. Citra produk/program (*product image*)

citra yang melekat pada suatu produk atau program tertentu yang ditawarkan lembaga. Dalam penelitian ini, *product image* tercermin dari citra masing-masing peminatan Kelas Inspiratif, yaitu Tahfidz, Digital, Literasi, dan Desain Busana.

c. Citra pemakai/pengguna (*user image*)

citra yang melekat pada diri pengguna atau konsumen suatu produk/jasa, dalam hal ini persepsi masyarakat terhadap profil dan prestasi peserta didik maupun alumni MAN 2 Pasuruan sebagai representasi keberhasilan program.

Ketiga macam citra tersebut bersifat saling menopang: citra pemakai dan citra produk yang positif pada gilirannya akan memperkuat citra lembaga secara keseluruhan, demikian pula sebaliknya.

³⁰ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 83–85.

4. Indikator/Dimensi *Brand image*

Brand image yang kuat umumnya dibentuk oleh tiga dimensi asosiasi merek, yaitu keunggulan asosiasi merek (favorability of brand association), kekuatan asosiasi merek (strength of brand association), dan keunikan asosiasi merek (uniqueness of brand association). Ketiga dimensi tersebut, dalam penelitian ini, dioperasionalkan ke dalam tiga indikator empiris, yaitu persepsi program, kepercayaan keagamaan, dan penilaian prospek masyarakat terhadap Program Kelas Inspiratif, sebagaimana telah tergambar pada data prasurvei di Bab I.

5. Proses Pembentukan *Brand image*

Brand image tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses bertahap yang diawali dengan brand awareness (kesadaran masyarakat akan keberadaan lembaga), kemudian berkembang menjadi brand association (asosiasi dan persepsi tertentu terhadap keunggulan lembaga), selanjutnya membentuk perceived quality (persepsi mutu layanan), dan pada tahap akhir bermuara pada brand loyalty (loyalitas dan kepercayaan masyarakat untuk secara konsisten memilih lembaga tersebut). Proses ini bersifat siklikal: pengalaman aktual masyarakat pascamemilih suatu lembaga pendidikan akan kembali memengaruhi dan memperkuat, atau sebaliknya melemahkan, *brand image* yang telah terbentuk sebelumnya.

6. Manfaat *Brand image* bagi Lembaga Pendidikan

Brand image yang positif dan kuat memberikan sejumlah manfaat

strategis bagi lembaga Pendidikan.³¹ di antaranya:

- a. Meningkatkan daya tarik dan animo masyarakat untuk memilih lembaga, sebagaimana tercermin dari kenaikan jumlah pendaftar dan tingkat keketatan PPDB.
- b. Membangun loyalitas dan kepercayaan jangka panjang masyarakat, orang tua, maupun alumni terhadap lembaga.
- c. Memperkuat posisi tawar (bargaining position) dan daya saing lembaga di tengah ketatnya persaingan antarlembaga pendidikan sejenis.
- d. Memudahkan penerimaan masyarakat terhadap program-program baru yang diluncurkan lembaga di kemudian hari, karena telah terbangun kepercayaan dasar (basic trust).
- e. Menjadi aset tidak berwujud (intangible asset) yang memberikan nilai tambah jangka panjang bagi keberlangsungan (sustainability) lembaga pendidikan.

7. Strategi Membangun *Brand image* Lembaga Pendidikan Islam

Terdapat beberapa strategi yang lazim digunakan lembaga pendidikan Islam dalam membangun *brand image*,³² di antaranya differentiation strategy (menciptakan keunikan program yang tidak dimiliki

³¹ Freddy Rangkuti, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 20–22.

³² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 95–98.

kompetitor), positioning strategy (menempatkan citra lembaga pada posisi tertentu di benak masyarakat, misalnya sebagai lembaga unggulan tahfidz atau lembaga berbasis teknologi digital), dan consistency strategy (menjaga konsistensi antara janji yang dikomunikasikan dengan mutu layanan yang senyatanya diterima masyarakat). Ketiga strategi tersebut relevan digunakan untuk membedah kebijakan refocusing program unggulan menjadi Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan, sebab kebijakan tersebut pada hakikatnya merupakan upaya diferensiasi dan repositioning citra madrasah di tengah ketatnya persaingan dengan lembaga pendidikan kompetitor.

C. Program Unggulan dan Diferensiasi Kurikulum sebagai Strategi Branding

1. Konsep Program Unggulan dalam Lembaga Pendidikan Islam

Program unggulan dapat dimaknai sebagai program pendidikan yang dirancang secara khusus oleh suatu lembaga untuk menonjolkan kekhasan, keunggulan kompetensi, serta nilai tambah tertentu yang tidak dimiliki secara merata oleh lembaga pendidikan lain, sekaligus menjadi instrumen strategis dalam membangun citra dan daya saing lembaga.³³ Program unggulan yang efektif idealnya dirancang selaras dengan visi dan misi lembaga, sehingga menjadi cerminan konkret dari cita-cita besar lembaga pendidikan yang bersangkutan, bukan sekadar program tempelan yang berdiri sendiri.

2. Kurikulum Merdeka dan Ruang Diferensiasi Pembelajaran

³³ Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Islamic Education Management: Strategi Kelola Pendidikan Islam Bermutu* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 220–225.

Kebijakan Kurikulum Merdeka memberikan ruang fleksibilitas yang luas bagi satuan pendidikan, termasuk madrasah, untuk melakukan diferensiasi pembelajaran sesuai kebutuhan, minat, dan potensi peserta didik, tanpa meninggalkan capaian pembelajaran yang telah ditetapkan secara nasional.³⁴ Diferensiasi pembelajaran dalam kerangka Kurikulum Merdeka dapat diwujudkan melalui pengelompokan peserta didik berdasarkan minat dan bakat, penyediaan program peminatan khusus, maupun penguatan Profil Pelajar Pancasila yang di lingkungan madrasah diperkaya dengan nilai-nilai keislaman moderat (rahmatan lil alamin).³⁵ Fleksibilitas kebijakan inilah yang menjadi payung regulatif bagi lahirnya kebijakan refocusing program unggulan di MAN 2 Pasuruan menjadi Kelas Inspiratif.

D. Perspektif Islam Tentang Pemasaran, *Brand image*

1. Perspektif Islam Pemasaran

Konsep pemasaran (at-taswīq) dalam Islam tidak dapat dilepaskan dari kerangka nilai tauhid, yang menempatkan seluruh aktivitas muamalah, termasuk pemasaran, sebagai bagian dari ibadah dan pertanggungjawaban kepada Allah Swt. Pemasaran dalam perspektif Islam bukan sekadar upaya memengaruhi persepsi pasar demi keuntungan material semata, melainkan

³⁴ Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 262/M/2022 tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 56/M/2022 tentang Pedoman Penerapan Kurikulum dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran.

³⁵ E. Mulyasa, Implementasi Kurikulum Merdeka: Perubahan dan Tantangan (Jakarta: Bumi Aksara, 2022), hlm. 45.

sebuah proses muamalah yang harus tunduk pada prinsip-prinsip syariat, yakni kejujuran (shidq), keadilan ('adl), kerelaan ('an tarādin), dan keterbukaan informasi (transparansi), sebagaimana ditegaskan Allah Swt dalam firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu (QS. An-Nisā’ [4]: 29).³⁶

Ayat tersebut menegaskan bahwa keabsahan suatu transaksi, termasuk transaksi jasa pendidikan antara lembaga dan masyarakat, disyaratkan atas dasar kerelaan (ridā) yang hanya dapat terwujud apabila informasi yang disampaikan lembaga bersifat benar dan tidak menyesatkan. Prinsip ini secara langsung relevan dengan unsur promotion dalam bauran pemasaran pendidikan yang telah diuraikan sebelumnya, sebab promosi yang dibangun di atas informasi yang tidak jujur (tadlīs) atau ketidakjelasan (gharar) bertentangan dengan nilai dasar muamalah dalam Islam.

Rasulullah Saw. secara tegas memberikan teladan mengenai pentingnya kejujuran dalam aktivitas pemasaran dan perniagaan. Dalam sebuah hadis riwayat at-Tirmidzi, beliau bersabda bahwa pedagang yang jujur dan terpercaya (ash-shādiq al-amīn) kelak akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur (shiddīqīn), dan para syuhada.³⁷ Sebaliknya, dalam

³⁶ “Surat An-Nisa’ Ayat 29: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/an-nisa/29>.

³⁷ HR. at-Tirmidzī, Sunan at-Tirmidzī, Kitāb al-Buyū’, no. 1209, dinilai hasan oleh at-Tirmidzī.

hadis riwayat Muslim, Rasulullah Saw. menegaskan bahwa “barangsiapa menipu, maka ia bukan termasuk golongan kami”³⁸ Kedua hadis ini menjadi landasan etis bagi setiap lembaga pendidikan Islam dalam merancang strategi pemasarannya, termasuk MAN 2 Pasuruan dalam mempromosikan Program Kelas Inspiratif, agar setiap klaim keunggulan program yang dikomunikasikan kepada masyarakat benar-benar sesuai dengan realitas pelaksanaannya di lapangan.

Dengan demikian, pemasaran pendidikan Islam pada hakikatnya merupakan bentuk dakwah bi al-hāl (dakwah melalui keteladanan perbuatan), bukan semata-mata aktivitas komersial untuk mendongkrak jumlah pendaftar. Implikasinya, keberhasilan pemasaran suatu program unggulan seperti Kelas Inspiratif tidak boleh diukur hanya dari kenaikan animo masyarakat secara kuantitatif, tetapi juga dari sejauh mana proses pemasaran tersebut dijalankan dengan menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan amanah, sehingga kepercayaan yang terbangun bersifat autentik dan berkelanjutan.

2. Perspektif Islam *Brand image*

Selain ditinjau dari teori pemasaran konvensional sebagaimana diuraikan pada poin-poin sebelumnya, *brand image* lembaga pendidikan Islam juga memiliki akar konseptual dalam khazanah keislaman, yang apabila ditelusuri lebih jauh menunjukkan keselarasan antara indikator-

³⁸ HR. Muslim, Shahīh Muslim, Kitāb al-Īmān, no. 102, dari Abu Hurairah r.a.

indikator *brand image* modern dengan nilai-nilai akhlak yang diajarkan dalam Islam.

a. Landasan Konsep Reputasi (Citra) dalam Islam

Konsep reputasi atau citra baik bukanlah hal baru dalam Islam. Jauh sebelum diutus menjadi rasul, Nabi Muhammad Saw. telah dikenal oleh masyarakat Makkah dengan gelar al-Amīn (yang terpercaya), sebuah bentuk pengakuan sosial atas konsistensi akhlak dan kejujuran beliau dalam berinteraksi dan berniaga.³⁹ Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk paling awal dari *brand image* yang terbentuk bukan melalui strategi komunikasi semata, melainkan melalui akumulasi perilaku nyata yang konsisten, sebagai persepsi dan keyakinan yang terbentuk dari akumulasi pengalaman masyarakat terhadap suatu subjek.

b. Kejujuran (Shidq) dan Amanah sebagai Basis Kepercayaan Masyarakat

Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Ahzāb [33]: 70–71

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”⁴⁰

Allah memerintahkan orang beriman untuk senantiasa bertakwa dan berkata benar (qaulan sadīdan). Prinsip qaulan sadīdan

³⁹ Shafiyurrahman al-Mubarakfuri, *Ar-Rahiq al-Makhtum-Sirah Nabawiyah: Sejarah Lengkap Kehidupan Nabi Muhammad Salallahu 'alaihi wasalam* (Qisthi Press, 2016).

⁴⁰ “Surat Al-Ahzab Ayat 70: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/al-ahzab/70>.

ini relevan secara langsung dengan indikator kepercayaan keagamaan dan faktor komunikasi dan promosi yang telah diuraikan sebelumnya, sebab kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan Islam pada dasarnya dibangun di atas keyakinan bahwa lembaga tersebut senantiasa menyampaikan informasi secara benar dan tidak melebih-lebihkan (gharar) capaian programnya. Amanah dalam mengelola kepercayaan inilah yang menjadi fondasi bagi terbentuknya *brand image* yang autentik, bukan sekadar citra yang dibangun secara artifisial melalui promosi berlebihan.

c. Itqān (Kesungguhan dan Kesempurnaan Kerja) sebagai Basis Kualitas Layanan

Dalam hadis riwayat ath-Thabrānī, Rasulullah Saw.

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتِمَّنَهُ (رواه الطبري والبيهقي)

Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah s.a.w. bersabda: “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakannya secara profesional”. (HR, Thabrani, No: 891, Baihaqi, No: 334)⁴¹

Nilai itqān ini menjadi landasan etis bagi faktor kualitas layanan sebagai salah satu faktor utama pembentuk *brand image*, sebab kualitas layanan pendidikan yang unggul pada hakikatnya merupakan wujud nyata dari penghayatan nilai itqān oleh seluruh

⁴¹ “Anjuran Islam tentang Etos Kerja dan Profesionalisme,” NU Online, accessed August 8, 2026, <https://nu.or.id/khutbah/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme-5EIUf>.

unsur pengelola madrasah, mulai dari kepala madrasah, guru, hingga koordinator kelas inspiratif, dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing.

d. Keteladanan (Uswah Hasanah) sebagai Basis Citra Pengguna

Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Ahzāb [33]: 21

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ



“Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah”⁴²

Prinsip keteladanan ini relevan dengan citra pemakai/pengguna serta *consistency strategy*, sebab peserta didik dan alumni yang menunjukkan akhlak dan prestasi baik akan menjadi representasi hidup (*living testimony*) dari keberhasilan pendidikan yang diselenggarakan madrasah. Dengan kata lain, keteladanan yang ditunjukkan peserta didik dan alumni MAN 2 Pasuruan turut menjadi bukti konsistensi antara janji *brand image* yang dikomunikasikan lembaga dengan realitas keluaran (output) pendidikan yang sesungguhnya.

Keempat prinsip di atas al-amānah, ash-shidq, al-itqān, dan al-uswah al-hasanah menunjukkan bahwa *brand image* dalam perspektif pendidikan Islam pada hakikatnya bukan sekadar

⁴² “Surat Al-Ahzab Ayat 21: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/al-ahzab/21>.

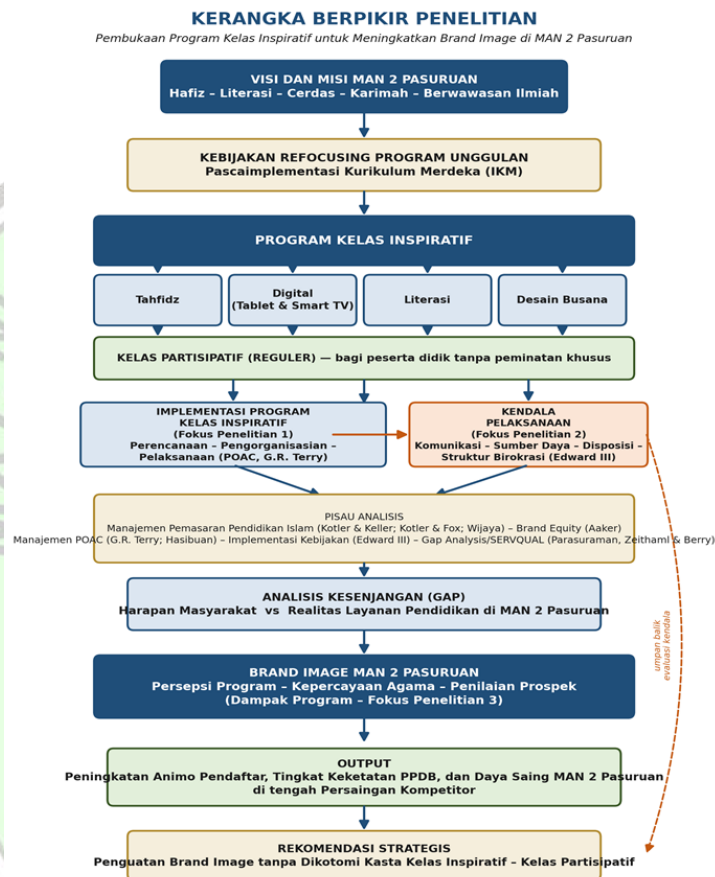
konstruksi persepsi yang dibangun melalui strategi komunikasi pemasaran, melainkan cerminan dari akhlak kelembagaan (institutional akhlaq) yang terwujud secara konsisten dalam pelayanan, komunikasi, dan keteladanan. Dengan demikian, penguatan *brand image* MAN 2 Pasuruan melalui Program Kelas Inspiratif idealnya tidak hanya dipahami sebagai strategi branding semata, tetapi juga sebagai wujud tanggung jawab moral dan spiritual madrasah dalam menjaga amanah pendidikan generasi umat.

E. Kerangka Teoritik Penelitian

Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan, penelitian ini disusun berangkat dari visi dan misi MAN 2 Pasuruan yang mendorong lahirnya kebijakan refocusing program unggulan pascaimplementasi Kurikulum Merdeka, yakni Program Kelas Inspiratif yang memadukan empat peminatan (Tahfidz, Digital, Literasi, dan Desain Busana) di samping Kelas Partisipatif reguler. Implementasi program tersebut (fokus penelitian pertama) ditelaah melalui fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan (POAC menurut G.R. Terry), sedangkan kendala pelaksanaan di lapangan (fokus penelitian kedua) ditelaah melalui empat variabel implementasi kebijakan menurut Edward III, yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi. Kedua fokus tersebut selanjutnya dianalisis bersama menggunakan pisau analisis manajemen pemasaran pendidikan Islam dan gap analysis untuk mengukur kesenjangan antara harapan masyarakat dan realitas layanan yang diberikan. Hasil dari proses tersebut bermuara pada terbentuknya *brand image* MAN 2 Pasuruan yang tercermin dari persepsi,

kepercayaan, dan penilaian masyarakat (fokus penelitian ketiga), yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan animo pendaftar dan daya saing madrasah di tengah persaingan kompetitor. Alur berpikir tersebut secara skematis digambarkan pada bagan berikut.

Bagan 2. 1 kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini bersifat kualitatif karena bertujuan memahami secara mendalam berbagai pengalaman yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan hal-hal lain yang terkait. Seluruh fenomena tersebut dipahami secara utuh dalam konteks alami, kemudian dijelaskan melalui uraian berbentuk kata-kata dan bahasa. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pada pemahaman fenomena secara natural dan holistik melalui metode yang sesuai dengan karakteristik situasi lapangan.⁴³

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada realitas sosial di masyarakat. Penelitian lapangan dipahami sebagai salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif sekaligus metode untuk memperoleh data kualitatif. Inti dari penelitian ini adalah bahwa peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati fenomena dan situasi yang berlangsung secara alami.⁴⁴

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik tertulis maupun lisan, serta perilaku yang dapat diamati. Selain melakukan observasi, peneliti juga

⁴³ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Roesdakarya, 2007), 6.

⁴⁴ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 26.

mewawancarai sejumlah warga madrasah di MAN 2 Pasuruan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam. Dengan demikian, penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan memperoleh gambaran yang lengkap dan jelas terkait ‘‘Pembukaan Kelas *Brand image* untuk meningkatkan *Brand image* (Studi Kasus Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan)’’.

B. Tempat Penelitian

Objek penelitian ini adalah MAN 2 Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia. Lembaga ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik yang berbeda dari madrasah sekolah pada umumnya, antara lain:

1. Inovasi Branding melalui Program Khusus

MAN 2 Pasuruan merupakan institusi yang secara spesifik mengelola "Program Kelas Inspiratif" sebagai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Program ini bukan sekadar kegiatan ekstrakurikuler, melainkan bagian dari strategi branding yang dirancang untuk meningkatkan nilai tawar lembaga di mata masyarakat luas.

2. Reputasi dan Prestasi yang Signifikan

Lembaga ini menunjukkan tren peningkatan *Brand image* yang positif, dibuktikan dengan tingginya animo calon peserta didik baru dan berbagai prestasi yang diraih, baik di tingkat regional maupun nasional. Hal ini menjadikan MAN 2 Pasuruan sebagai subjek yang relevan untuk diteliti mengenai efektivitas manajemen program dalam membentuk citra institusi.

3. Karakteristik Tipologi Madrasah Modern

Sebagai madrasah yang terletak di lingkungan yang religius namun tetap adaptif terhadap perkembangan zaman, MAN 2 Pasuruan berhasil memadukan nilai-nilai Islami dengan manajemen modern. Karakteristik ini menciptakan fenomena unik dalam studi Manajemen Pendidikan Islam, khususnya dalam strategi komunikasi pemasaran pendidikan.

4. Aksesibilitas Informasi dan Data

Keterbukaan pihak manajemen madrasah terhadap pengembangan riset ilmiah memungkinkan peneliti untuk menggali data secara mendalam terkait proses perencanaan, implementasi, hingga dampak dari Program Kelas Inspiratif secara transparan dan akurat.

Melalui pemilihan lokasi ini, diharapkan peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana sebuah program inovatif mampu menjadi katalisator dalam memperkuat identitas dan citra positif madrasah di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin kompetitif.

C. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, dikenal dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber yang memberikan informasi langsung kepada peneliti atau pengumpul data. Informasi yang dihimpun dari pihak ini kemudian disebut sebagai data primer.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah subjek yang memberikan informasi secara langsung mengenai implementasi Program

Kelas Inspiratif dan dampaknya terhadap *Brand image* di MAN 2 Pasuruan. Peneliti menentukan informan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memastikan data yang diperoleh memiliki kedalaman manajerial. Adapun pihak-pihak yang menjadi sumber data primer adalah:

a. Kepala MAN 2 Pasuruan

kepala madrasah berperan sebagai *top manager* dan pengambil kebijakan tertinggi. Informasi yang ingin digali meliputi:

- 1) Visi dan Landasan Filosofis: Mengapa Program Kelas Inspiratif dibentuk dan bagaimana posisinya dalam rencana strategis madrasah.
- 2) Kebijakan Branding: Strategi besar dalam membangun citra lembaga dan bagaimana program ini diharapkan menjadi *icon* MAN 2 Pasuruan.
- 3) Dukungan Manajerial: Pengalokasian sumber daya (SDM dan finansial) untuk keberlangsungan program.

b. Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan dan HUMAS

Waka merupakan pelaksana teknis yang bersentuhan langsung dengan manajemen program dan publik. Informasi yang ingin digali meliputi:

- 1) Implementasi Operasional: Mekanisme pelaksanaan Program Kelas Inspiratif dari perencanaan hingga evaluasi.
- 2) Strategi Komunikasi Pemasaran: Bagaimana program ini dipromosikan kepada masyarakat untuk meningkatkan daya

tarik madrasah

- 3) Feedback Stakeholder: Data mengenai respons masyarakat atau pihak luar terhadap keberadaan program ini.

c. Guru Program Kelas Inspiratif

Pihak yang terlibat langsung dalam proses "transfer inspirasi" kepada siswa. Informasi yang ingin digali meliputi:

- 1) Kualitas Proses: Bagaimana kurikulum atau materi kelas inspiratif dijalankan untuk membentuk keunggulan siswa.
- 2) Output Siswa: Perubahan karakter atau kompetensi siswa yang menjadi "produk" dari citra madrasah.

d. Siswa MAN 2 Pasuruan

Siswa merupakan subjek sekaligus objek yang merasakan langsung layanan pendidikan. Informasi yang ingin digali meliputi:

- 1) Pengalaman Pengguna (*User Experience*): Kepuasan siswa terhadap program dan bagaimana hal itu meningkatkan rasa bangga (*pride*) mereka terhadap madrasah.
- 2) Persepsi Identitas: Bagaimana siswa melihat identitas sekolahnya dibandingkan dengan sekolah lain setelah mengikuti program ini.

- 3) Pengalaman Pengguna (*User Experience*): Kepuasan siswa terhadap program dan bagaimana hal itu meningkatkan rasa bangga (*pride*) mereka terhadap madrasah.

e. Wali Murid atau Masyarakat

Wali murid merupakan pemberi legitimasi terhadap *brand image* lembaga. Informasi yang ingin digali meliputi:

- 1) Alasan Memilih Lembaga: Apakah Program Kelas Inspiratif menjadi faktor utama mereka menyekolahkan anaknya di MAN 2 Pasuruan.
- 2) Citra di Mata Masyarakat: Bagaimana pandangan masyarakat luas mengenai kualitas dan keunikan MAN 2 Pasuruan setelah adanya program tersebut.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada peneliti. Data biasanya diperoleh melalui perantara, seperti individu lain, dokumen, arsip, atau sumber resmi lainnya. Sumber primer berperan dalam menyediakan data asli dari lapangan, sedangkan sumber sekunder dapat memberikan baik data primer maupun data sekunder, tergantung bentuk informasinya. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

a. Profil Lembaga dan Sejarah MAN 2 Pasuruan

Dokumen ini digunakan untuk memahami latar belakang berdirinya madrasah, struktur organisasi, serta perkembangan identitas lembaga dari waktu ke waktu. Hal ini penting untuk melihat evolusi *brand image* madrasah.

b. Dokumen Kurikulum dan Modul Program Kelas Inspiratif

Peneliti membedah dokumen rancangan program, silabus,

atau panduan teknis Kelas Inspiratif. Data ini memberikan gambaran objektif mengenai standar kualitas program yang ditawarkan kepada masyarakat.

c. Media Sosial dan Platform Digital Madrasah

Arsip digital di Instagram, Facebook, *website*, atau YouTube Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan. Peneliti menganalisis bagaimana konten Program Kelas Inspiratif dikemas dan dipublikasikan sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran pendidikan.

d. Dokumen Prestasi dan Penghargaan

Sertifikat, piagam, atau berita media mengenai prestasi siswa dan lembaga yang lahir dari Program Kelas Inspiratif. Dokumen ini merupakan bukti fisik dari *brand value* yang dimiliki madrasah⁴⁵

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dimanfaatkan dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini meliputi beberapa metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui proses pengamatan langsung dalam kondisi yang alami. Melalui cara ini, peneliti berupaya memahami suatu fenomena sebagaimana dialami oleh partisipan atau subjek penelitian.⁴⁵ Pengamatan serta pencatatan dilakukan secara langsung pada objek penelitian di lokasi terjadinya suatu peristiwa.

⁴⁵ Sapto Haryoko, dkk, ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis), (Makassar: Badan Penerbit UNM Universitas Negeri Makassar, 2020), h. 151.

Observasi ini difokuskan pada aspek-aspek yang berkaitan dengan strategi inovatif peningkatan *brand image*. Melalui teknik observasi, peneliti mengumpulkan data mengenai kondisi sekolah, baik dari sisi fisik maupun sosial, termasuk sarana prasarana serta berbagai kegiatan yang berpotensi mendukung pembelajaran.

Observasi dalam penelitian ini tidak hanya dilakukan sebagai proses pengamatan pasif, melainkan sebagai upaya sistematis untuk menangkap fenomena manajerial secara langsung di lapangan. Peneliti bertindak sebagai observer untuk memvalidasi antara teori manajemen yang direncanakan dengan realitas implementasi Program Kelas Inspiratif dalam membentuk *brand image* MAN 2 Pasuruan.

Fokus observasi diarahkan pada aspek-aspek strategis yang menjadi indikator kekuatan citra lembaga. Adapun data konkret yang diperoleh melalui teknik observasi ini meliputi:

- a. Implementasi Manajerial dan SOP Program: Peneliti mengamati alur kerja operasional Program Kelas Inspiratif, mulai dari kesiapan teknis, ketersediaan modul, hingga ketepatan waktu pelaksanaan. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana profesionalisme manajemen madrasah dalam mengelola program unggulan.
- b. Identitas Visual dan Fasilitas Pendukung Branding: Peneliti melakukan pengamatan terhadap *physical evidence* (bukti fisik) madrasah. Data yang diambil mencakup estetika bangunan, kebersihan lingkungan, serta keberadaan atribut dan simbol-simbol

visual Kelas Inspiratif yang berfungsi sebagai penguat identitas dan daya tarik lembaga di mata *stakeholder*.

- c. Kualitas Layanan dan *Service Excellence*: Sesuai dengan prinsip manajemen jasa pendidikan, peneliti mengamati bagaimana budaya pelayanan yang ditunjukkan oleh guru dan staf di MAN 2 Pasuruan. Pengamatan ini bertujuan untuk melihat sejauh mana keramahan, responsivitas, dan profesionalisme warga madrasah berkontribusi dalam membentuk persepsi positif (citra) bagi tamu maupun wali murid.
- d. Atmosfer Pembelajaran dan Budaya Organisasi: Peneliti mengamati interaksi edukatif di dalam kelas inspiratif. Data yang diambil adalah bagaimana suasana inspiratif diciptakan, metode komunikasi yang digunakan pemateri, serta bagaimana nilai-nilai Islam diinternalisasikan sehingga menjadi ciri khas yang membedakan MAN 2 Pasuruan dengan lembaga pendidikan lainnya.
- e. Respon Psikologis dan *Student Engagement*: Peneliti mengamati perilaku, antusiasme, dan tingkat kebanggaan (*pride*) siswa saat mengikuti kegiatan. Keaktifan siswa menjadi data kunci untuk mengukur apakah Program Kelas Inspiratif berhasil memberikan pengalaman bermakna yang kemudian diceritakan siswa kepada masyarakat luas (*word of mouth*).
- f. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Internal: Mengamati keberadaan media informasi di lingkungan madrasah, seperti mading digital,

bagian prestasi, dan display karya siswa yang berkaitan dengan Kelas Inspiratif. Hal ini menunjukkan bagaimana madrasah mengomunikasikan keunggulannya secara visual kepada setiap pengunjung.

Melalui observasi yang mendalam terhadap aspek-aspek di atas, peneliti dapat menyimpulkan secara objektif mengenai sinkronisasi antara janji *brand* yang ditawarkan dengan realitas kualitas layanan yang diberikan oleh MAN 2 Pasuruan. Dengan demikian, data observasi ini berfungsi sebagai alat verifikasi atas data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi.

2. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data adalah melalui wawancara, yaitu proses interaksi antara dua pihak, di mana narasumber memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara.⁴⁶

Wawancara merupakan proses interaksi komunikasi antara peneliti dengan informan untuk mendapatkan informasi yang mendalam secara langsung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk menggali konstruksi pemikiran para informan terkait fenomena manajemen yang diteliti. Adapun data yang diperoleh melalui teknik wawancara dalam penelitian ini meliputi:

a. Data dari Kepala MAN 2 Pasuruan

1) Visi dan Latar Belakang Strategis: Alasan fundamental,

⁴⁶ Eko Murdiyanto, op.Cit., h. 59

filosofi, dan tujuan jangka panjang penetapan Program Kelas Inspiratif sebagai *brand identity* madrasah.

- 2) Kebijakan Manajerial: Kebijakan terkait alokasi anggaran, pengembangan SDM, serta arah kebijakan kepemimpinan dalam mengawal inovasi untuk penguatan *brand image*.

b. Data dari Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas & Kesiswaan:

- 1) Strategi Komunikasi Pemasaran: Langkah-langkah sistematis dalam mempromosikan keunggulan Program Kelas Inspiratif kepada masyarakat dan cara madrasah mengelola persepsi publik.
- 2) Manajemen Mutu dan Operasional: Standarisasi pelaksanaan program agar tetap konsisten sebagai *selling point* madrasah serta data mengenai prestasi-prestasi strategis yang diraih lembaga.

c. Data dari Koordinator dan Guru Program Kelas Inspiratif:

- 1) Diferensiasi Layanan Pendidikan: Keunikan kurikulum, metode pembelajaran, dan materi dalam kelas inspiratif yang menjadi ciri khas (pembeda) MAN 2 Pasuruan dengan kompetitor lainnya.
- 2) Efektivitas Program: Realitas keberhasilan program dalam mengubah karakter dan kompetensi siswa sebagai output nyata madrasah.

d. Data dari Siswa (Internal Stakeholder)

- 1) Persepsi dan *Brand Pride*: Sejauh mana Program Kelas Inspiratif meningkatkan kebanggaan siswa terhadap identitas madrasahny serta testimoni langsung mengenai pengalaman belajar mereka.

e. Data dari Wali Murid/Masyarakat (External Stakeholder)

- 1) Citra Publik (*Public Image*): Tingkat kepercayaan dan pandangan masyarakat luar terhadap kualitas MAN 2 Pasuruan.
- 2) Motivasi Konsumen: Alasan utama orang tua memilih MAN 2 Pasuruan dan sejauh mana Program Kelas Inspiratif menjadi variabel penentu dalam pengambilan keputusan tersebut.

Peneliti membagi informan berdasarkan tingkatan manajemen (atas, menengah, dan bawah) serta pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk memastikan data *brand image* yang didapatkan bersifat 360 derajat (utuh dari berbagai sudut pandang). Seluruh data hasil wawancara ini kemudian akan dikorelasikan dengan hasil observasi dan studi dokumentasi guna menjamin validitas data melalui teknik triangulasi.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah rekaman berbagai peristiwa yang telah terjadi di masa lalu. Bentuknya dapat berupa tulisan, foto, maupun hasil karya seseorang yang memiliki nilai penting.⁴⁷ Studi dokumen merupakan teknik

⁴⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 240.

pengumpulan data yang memanfaatkan berbagai dokumen sebagai sumber informasi utama dalam penelitian.⁴⁸ Dalam penelitian ini, studi dokumen dilakukan dengan menelaah berbagai dokumen yang berkaitan dengan manajemen hubungan masyarakat dalam upaya membangun image positif. Data yang dihimpun mencakup dokumen program hubungan masyarakat, notulen rapat, serta dokumen lain yang relevan dengan kegiatan humas.

E. Teknik Analisis Data

Analisis kualitatif menekankan penggunaan kata-kata yang disusun menjadi teks yang diperluas untuk memaparkan temuan. Meskipun data dikumpulkan melalui berbagai metode, seperti observasi, partisipasi, wawancara, serta perekaman dan transkripsi, penyajiannya tetap berbasis deskriptif dalam bentuk narasi.⁴⁹

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan paradigma Miles dan Huberman, yang dibagi menjadi tiga alur kegiatan yang berlangsung secara simultan. Ketiga alur tersebut meliputi: pertama, kondensasi data (data condensation); kedua, penyajian data (data display); dan ketiga, penarikan kesimpulan serta verifikasi (conclusion drawing and verification).

1. Kondensasi Data (Condensation Data).

Kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian, dan/atau transformasi data yang terdapat dalam korpus, seperti catatan lapangan tertulis, transkrip wawancara,

⁴⁸ Masganti Sitorus, *Metodologi Penelitian Pendidikan Islam*, (Medan: IAIN PRESS, 2011), 197.

⁴⁹ Hardani Ahyar, dkk. "Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif." Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020: 163.

dokumen, dan materi relevan lainnya. Proses merangkum data ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman terhadap informasi yang ada. Istilah “reduksi data” sengaja dihindari karena dapat menimbulkan kesan bahwa data dikurangi atau kehilangan makna selama proses analisis.

Kondensasi data merupakan bentuk analisis yang bertujuan untuk mempertajam, memilah, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasi. Data kualitatif dapat diolah melalui berbagai cara, seperti pemilihan informasi penting, peringkasan atau parafrase, serta pengelompokan ke dalam kategori besar, dan sebagainya.⁵⁰

2. Penampilan Data (Data Display)

Angkah kedua dalam analisis data adalah penyajian data. Secara umum, penyajian data merupakan pengorganisasian dan pengompresan informasi sehingga memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Dengan melihat penyajian data, peneliti dapat memahami fenomena yang terjadi dan menentukan langkah selanjutnya, baik melalui analisis lebih lanjut maupun pengambilan keputusan berdasarkan pemahaman tersebut.

Penyajian data yang baik menjadi kunci dalam menghasilkan analisis kualitatif yang kuat, sebagaimana halnya kondensasi data. Pembuatan dan pemanfaatan penyajian data tidak terlepas dari proses analisis, melainkan menjadi bagian integral darinya. Aktivitas analitik ini

⁵⁰ Ibid Hal 31-32

mencakup perancangan penyajian data, penentuan baris dan kolom dalam matriks untuk data kualitatif, serta keputusan mengenai data mana yang dimasukkan dan dalam bentuk apa ke dalam kolom tersebut.⁵¹

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles da Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing and verification). Sejak tahap awal pengumpulan data, analisis kualitatif telah berupaya menafsirkan makna dari data, termasuk mencatat pola, penjelasan, alur kausal, dan proposisi yang muncul. Kesimpulan akhir sering bersifat sementara dan dapat berkembang seiring berjalannya pengumpulan data hingga diperoleh bukti yang cukup kuat. Hal ini dipengaruhi oleh ukuran korpus catatan lapangan, metode pengkodean, sistem penyimpanan dan pengambilan data, keterampilan peneliti, serta batasan waktu yang ada.

Verifikasi mengacu pada pengujian keabsahan makna yang diperoleh dari data untuk memastikan kekokohan dan keandalannya, atau dengan kata lain, validitasnya. Tanpa proses ini, penelitian mungkin hanya menghasilkan narasi menarik mengenai fenomena yang terjadi, namun kebenaran dan ketepatannya tidak dapat dipastikan.⁵²

⁵¹ Ibid Hal 31-32

⁵² Ibid Hal 32

F. Teknik Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dilakukan agar memperoleh hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan serta dapat dipercaya oleh semua pihak. Pengecekan keabsahan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu triangulasi sumber, triangulasi Teknik dan member check.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah menggunakan banyak sumber untuk satu data, yaitu untuk mengecek data yang sama dari sumber yang berbeda. Dalam menguji kredibilitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dengan cara membandingkan dan meng-crosscheck informasi yang diperoleh dari berbagai pihak. Peneliti membandingkan data hasil wawancara dari Kepala Madrasah selaku pemegang kebijakan dengan perspektif dari alumni mengenai dampak nyata di lapangan. Untuk memperkuat validitas, data tersebut dikonsultasikan kepada para ahli yang memiliki pengalaman atau keahlian di lokasi penelitian, serta disinkronisasikan dengan arahan dan koreksi dari Dosen Pembimbing Dr. H. Isroqunnajah, M.Ag., dan juga Dr. Akh. Syamsul Muniri, M.Si. Proses pembandingan antar berbagai sumber ini bertujuan untuk memastikan bahwa data mengenai Pembukaan Program Kelas Inspiratif untuk Meningkatkan *Brand image* (Studi Kasus MAN 2 Pasuruan) bersifat objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik yaitu untuk menguji kredibilitas data dengan cara

melakukan pengecekan data yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini mendapatkan data berdasarkan hasil observasi, dari hasil observasi tersebut peneliti mengecek data dengan wawancara dan dokumentasi.

3. Member Check

Pada teknik ini peneliti melakukan dengan cara menyambungkan kembali data atau temuan, kepada informan atau pemberi data untuk diadakan pengecekan data. Setelah data yang terkumpul diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah kesimpulan, maka hasil temuan tersebut peneliti serahkan kepada pimpinan madrasah untuk mencermati data yang sudah disimpulkan peneliti apakah sesuai dengan kenyataan atau tidak.



BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Deskripsi Singkat Latar Belakang Obyek

1. Letak Geografis

MAN 2 Pasuruan atau yang dikenal sebagai MAN 2 Pasuruan Al-Yasini terletak di lingkungan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini, tepatnya di Jl. Ponpes Al-Yasini, Dusun Areng-Areng, Desa Sambisirah, Kecamatan Wonorejo, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Secara geografis, lokasi madrasah ini berada di wilayah perbatasan antara Kecamatan Wonorejo dan Kecamatan Kraton, meskipun akses utama menuju lokasi lebih banyak melalui Kecamatan Wonorejo. Letak yang berada dalam kawasan pesantren menjadikan MAN 2 Pasuruan memiliki karakteristik lingkungan pendidikan yang khas, yakni terintegrasi antara sistem pendidikan formal dan nilai-nilai keislaman berbasis pesantren, sehingga mendukung terbentuknya suasana belajar yang religius dan kondusif.

2. Sejarah Berdirinya MAN 2 Pasuruan

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Pasuruan memiliki perjalanan sejarah yang cukup panjang dan penuh perkembangan. Awalnya, lembaga ini bernama Madrasah Aliyah Al-Yasini yang berdiri pada tahun 1996 di lingkungan Pondok Pesantren Terpadu Al-Yasini. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan pendidikan formal yang berkualitas di lingkungan pesantren, muncul gagasan untuk menegerikan madrasah tersebut. Proses penegerian ini diusulkan oleh pengasuh Pondok Pesantren

Terpadu Al-Yasini, KH. A. Mujib Imron, S.H., M.H., melalui pengajuan surat permohonan kepada Kementerian Agama pada tahun 2006 yang ditandatangani oleh Kepala Madrasah saat itu, Moh. Irham Zuhdi, serta diketahui oleh pengasuh pondok pesantren. Upaya tersebut akhirnya membuahkan hasil ketika Kementerian Agama Republik Indonesia menerbitkan Surat Keputusan Nomor 151 tanggal 13 Oktober 2009 tentang penegerian madrasah. Selanjutnya, pada tanggal 23 Januari 2010, madrasah ini secara resmi diluncurkan oleh Menteri Agama RI, Drs. H. Suryadharma Ali, dengan nama MAN Kraton. Dalam perkembangannya, pada tahun 2018 terjadi perubahan nomenklatur dari MAN Kraton menjadi MAN 2 Pasuruan. Perubahan ini berlangsung pada masa kepemimpinan Kepala Madrasah Firmansyah, M.Pd., M.A., yang menggantikan kepala madrasah pertama, Ali Masyhar, M.Pd. Seiring berjalannya waktu, MAN 2 Pasuruan terus mengalami peningkatan sarana dan prasarana. Madrasah ini kini telah memiliki gedung sendiri yang berdiri di atas tanah wakaf seluas 6.130 Meter persegi dari pengasuh Pondok Pesantren Al-Yasini. Pembangunan dilakukan secara bertahap, dimulai dari empat ruang kelas dan satu gedung perpustakaan, kemudian berkembang dengan penambahan delapan ruang kelas baru, empat ruang kelas tambahan, serta bantuan dua ruang kelas dari komite madrasah.

Perkembangan signifikan kembali terjadi pada tahun 2021 ketika KH. Abdul Mujib Imron kembali menghibahkan tanah seluas 2.150 Meter persegi yang berlokasi di Kluwut untuk pembangunan gedung madrasah bertaraf

nasional melalui skema SBSN (Surat Berharga Syariah Negara). Pembangunan gedung khusus putra ini terdiri atas dua lantai dengan total 12 ruang kelas baru. Peletakan batu pertama dilaksanakan pada 11 Juli 2021, dan pembangunan selesai pada 15 Desember 2021. Gedung tersebut kemudian resmi digunakan untuk kegiatan belajar mengajar pada 19 Februari 2022. Hingga saat ini, MAN 2 Pasuruan telah memiliki total 25 ruang kelas yang digunakan untuk kegiatan pembelajaran putra dan putri, menunjukkan komitmen madrasah dalam meningkatkan kualitas pendidikan secara berkelanjutan.

3. Visi Misi MAN 2 Pasuruan

Dalam upaya mewujudkan pendidikan yang berkualitas, sekolah menetapkan visi dan misi sebagai dasar pijakan dalam setiap program dan kegiatan yang dilaksanakan.

a. Visi MAN 2 Pasuruan

“Membentuk Siswa Hafiz Berliterasi, Cerdas Karimah dan berwawasan Ilmiah”.

b. Misi MAN 2 Pasuruan

- 1) Menghasilkan lulusan yang mampu menghafal Al-Qur'an.
- 2) Memiliki kemampuan membaca kitab, menulis karya serta peduli pada persoalan lingkungan, tanggap dan peka kepada fenomena dan perubahan di masyarakat.
- 3) Bernalar kritis dan berperilaku mulia melalui keteladanan dalam proses pembelajaran.

4) Mampu menjawab permasalahan agama dan kesolehan sosial serta memiliki skill yang mampu bersaing di tengah masyarakat.

5) Membiasakan siswa untuk berpikir logis melalui pembelajaran, pengalaman belajar, kajian dan penelitian untuk menemukan serta memecahkan masalah.

4. Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan



5. Data Guru dan Pegawai Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan

Jumlah guru di Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan merupakan salah satu factor penting dalam menunjang keberhasilan proses pembelajaran, karena guru memiliki peran utama sebagai pendidik, pembimbing, dan fasilitator dalam mengembangkan potensi peserta didik

Tabel 4. 1 Jumlah Guru dan Pegawai

Status Guru	Jumlah Guru/Pegawai
ASN	27
GBPNS	2
Guru Tidak Tetap	31
Pegawai Tidak Tetap	11

6. Data Jumlah Siswa Madrasah Aliyan Negeri 2 Pasuruan

Tabel 4. 2 Jumlah Siswa MAN 2 Pasuruan

Tahun Ajaran	Jumlah Siswa
2020/2021	280
2021/2022	288
2022/2023	288
2023/2024	320
2024/2025	320

B. Paparan Data

Pada bab ini peneliti memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan. Data yang disajikan merupakan hasil pengumpulan data melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis secara sistematis sesuai dengan fokus penelitian. Pemaparan data ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai

pelaksanaan program kelas inspiratif serta perannya dalam meningkatkan *brand image* madrasah.

1. Perencanaa, Pengorganissasian, Pelaksanaan, Evaluasi Program Kelas Inspiratif MAN 2 Pasuruan

- a. Perencanaan

perencanaan program kelas inspiratif dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan sistem pendidikan yang dinamis dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Kepala madrasah menegaskan bahwa pendidikan tidak boleh bersifat statis, melainkan harus terus mengalami perubahan agar mampu memberikan layanan pendidikan yang optimal. Sebagaimana yang di sampaikan oleh Bapak Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd. Selaku kepala Madrasah MAN 2 Pasuruan.

“pendidikan itu tidak boleh statis, tetapi harus terus dinamis mengikuti perkembangan zaman. Kalau kita tetap dengan cara lama, maka kita akan tertinggal.”⁵³

Di era sekarang, siswa dan orang tua sebagai pengguna jasa pendidikan semakin mudah memperoleh informasi mengenai berbagai pilihan sekolah. Hal ini membuat lembaga pendidikan dituntut untuk lebih inovatif dalam menciptakan program yang mampu membangun image positif di tengah masyarakat. Dalam konteks tersebut, MAN 2 Pasuruan berupaya menghadirkan inovasi melalui program kelas inspiratif sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing sekaligus memperkuat citra lembaga di

⁵³ Irham Zuhdi, Kepala MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

mata publik. Program kelas inspiratif Madrasah Aliyah Negeri 2 Pasuruan banyak macamnya diantaranya: kelas digital, kelas tahfidz, kelas literasi, kelas fashion, kelas bilingual. Selain sebagai upaya menarik minat calon peserta didik melalui program unggulan, penyelenggaraan program tersebut juga menjadi sarana untuk mengembangkan potensi, minat, dan bakat siswa secara optimal.

Bapak Ali Masyhar Selaku Waka HUMAS MAN 2 Pasuruan mengemukakan pendapatnya terkait ide awal terbentuknya kelas inspiratif di MAN 2 Pasuruan

“kelas inspiratif ini menjadi nilai jual utama madrasah, anak anak bisa memilih kelas sesuai dengan minat juga ya, kita juga bisa menawarkan beberapa program yang menarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya disini, karena tidak semua sekolah punya program seperti ini, apalagi MAN 2 PASURUAN satu satunya sekolah negeri yang berada di lingkungan pondok pesantren.”⁵⁴

Proses Pengembangan Kelas Inspiratif dirancang melalui beberapa tahapan yang sistematis dan partisipatif. Berdasarkan penjelasan tahapan tersebut dimulai dari diskusi kelompok kecil untuk menggali ide awal, kemudian dilanjutkan dengan diskusi dalam forum yang lebih besar, hingga akhirnya dibahas dalam rapat tingkat kepengurusan madrasah untuk difinalisasi menjadi program resmi, Selain itu, program kelas inspiratif merupakan bentuk pengembangan dari sistem pembelajaran sebelumnya yang berbasis penjurusan. Hal ini terdapat pada kutipan wawancara dengan

⁵⁴ Ali Masyhar, Wakil Kepala Hubungan Masyarakat MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

kepala madrasah Bapak Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd

“Program ini tidak disusun secara langsung, tetapi melalui beberapa tahapan yang cukup panjang. Awalnya kami melakukan diskusi dalam kelompok kecil untuk menggali ide-ide awal dan melihat kebutuhan yang ada di madrasah. Setelah itu, hasil diskusi tersebut dibawa ke forum yang lebih besar agar mendapatkan masukan yang lebih luas dari berbagai pihak. Kemudian, semua hasil tersebut dirumuskan dan dibahas kembali dalam rapat di tingkat madrasah, sehingga akhirnya terbentuk menjadi sebuah program yang matang dan siap untuk dilaksanakan.”⁵⁵

Pada tahap awal perencanaan, madrasah terlebih dahulu melakukan penguatan (strengthening) terhadap visi yang telah ada. Visi tersebut tidak diubah, melainkan dipertegas agar tidak hanya menjadi tulisan formal, tetapi benar-benar dapat diterapkan dalam kegiatan di lapangan. Kepala madrasah menjelaskan bahwa visi dijadikan sebagai arah utama dalam merancang program pendidikan.

Visi tersebut berfokus pada pembentukan peserta didik yang unggul dalam aspek tahfidz, literasi, kecerdasan, akhlakul karimah, serta memiliki wawasan yang luas. Menurut beliau, setiap aspek dalam visi tersebut saling melengkapi, sehingga siswa tidak hanya berkembang secara akademik, tetapi juga memiliki karakter dan kesiapan menghadapi perkembangan zaman. Dengan penguatan visi ini, madrasah memiliki dasar yang jelas dalam menyusun program, termasuk program kelas inspiratif.

⁵⁵ Irham Zuhdi, Kepala MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

“Visi itu tidak kita ubah, karena secara konsep sudah baik. Namun, kita kuatkan lagi supaya tidak hanya menjadi tulisan atau slogan saja, tetapi benar-benar bisa dilaksanakan di lapangan. Penguatan ini kita lakukan dengan menyesuaikan visi tersebut ke dalam program program nyata, sehingga arah yang ingin dicapai madrasah bisa terlihat jelas dan dirasakan langsung dalam proses pembelajaran.”⁵⁶

Gambar 4. 1 Visi Misi MAN 2 Pasuruan



Program unggulan disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harapan masyarakat sehingga lebih mudah diterima dan diminati. Dengan menentukan sasaran yang tepat, sekolah dapat memperkuat strategi pemasaran melalui publikasi serta komunikasi yang baik dengan masyarakat. Upaya tersebut dilakukan dengan memperkenalkan berbagai nilai keunggulan dan program unggulan yang dimiliki sekolah kepada publik. Hal ini sebagaimana dilakukan oleh MAN 2 Pasuruan melalui berbagai kegiatan dan program yang

⁵⁶ Irham Zuhdi, Kepala MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

bertujuan membangun kepercayaan serta menarik minat masyarakat terhadap madrasah.

Dari pendapat diatas Bapak Ali Masyhar selaku HUMAS MAN 2 Pasuruan juga mengemukakan pendapat kembali:

“Sampai saat ini, cakupan wilayah peserta didik MAN 2 Pasuruan meliputi Kabupaten Pasuruan, Kota Pasuruan, serta beberapa daerah di sekitarnya seperti Malang, Probolinggo, dan Sidoarjo. Mayoritas calon peserta didik yang mendaftarkan diri melalui PPDB berada pada rentang usia 13–15 tahun. Program Kelas Inspiratif dirancang untuk mewadahi peserta didik yang memiliki minat dan potensi dalam bidang bahasa, kemampuan menghafal, menulis cerpen, desain, hingga keterampilan menjahit. Selain itu, MAN 2 Pasuruan juga memiliki nilai keunggulan yang tercantum dalam buku pedoman sekolah, yaitu “Hafiz Berliterasi, Cerdas Karimah, dan Berwawasan Ilmiah” sebagai identitas dan karakter utama madrasah.”⁵⁷

Promosi dan komunikasi menjadi bagian penting dalam strategi madrasah untuk mengenalkan Program Kelas Inspiratif kepada masyarakat sebagai salah satu program unggulan sekolah. Melalui kegiatan tersebut, madrasah berusaha menyampaikan informasi mengenai kelebihan dan karakteristik program kepada publik dengan memanfaatkan berbagai media yang telah dipersiapkan oleh pihak sekolah. Adapun beberapa media promosi yang digunakan oleh madrasah adalah sebagai berikut:

“Dalam pelaksanaan promosi sekolah, terdapat beberapa media yang digunakan untuk memperkenalkan Program Kelas Inspiratif kepada masyarakat. Media tersebut meliputi website resmi sekolah, media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook, serta brosur. Namun, penggunaan brosur dilakukan dalam jumlah terbatas karena sebagian besar informasi sudah dapat diakses secara mudah melalui website madrasah. Selain itu, sekolah juga

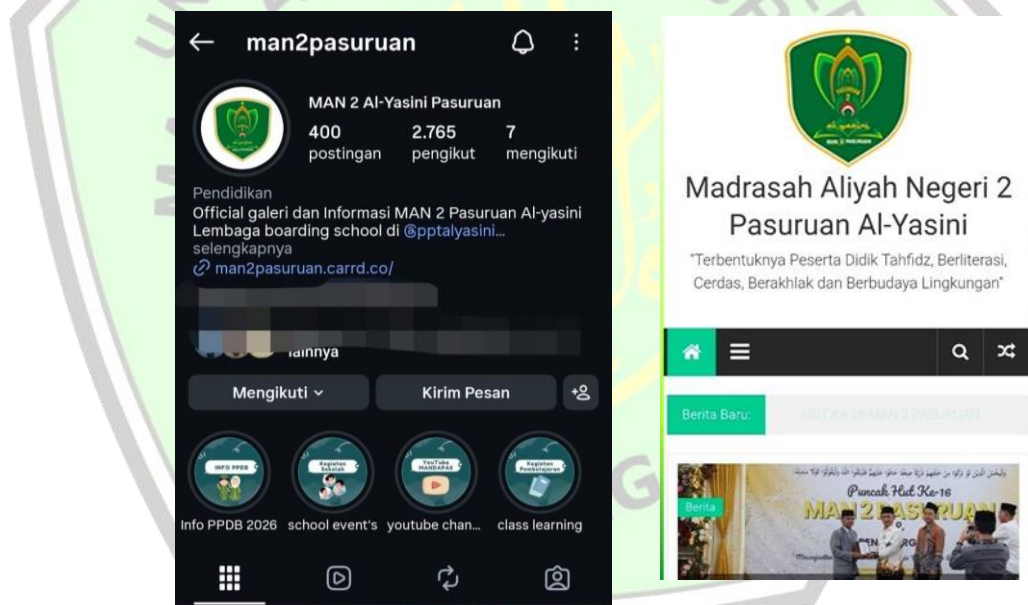
⁵⁷ Ali Masyhar, Wakil Kepala Hubungan Masyarakat MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

melaksanakan kegiatan open house sebagai sarana untuk memperkenalkan lingkungan, program unggulan, dan berbagai fasilitas madrasah secara langsung kepada Masyarakat”⁵⁸

Dalam wawancaranya, Wakil Kepala Humas Bapak Ali Masyhar, M.Pd juga menyampaikan bahwa:

“MAN 2 Pasuruan telah menemukan beberapa strategi promosi, yaitu menggunakan website resmi sekolah, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, serta mengadakan open house. Selain itu, banyaknya prestasi dan kejuaraan yang diraih secara tidak langsung juga telah memberikan informasi kepada publik tentang kualitas program unggulan yang dimiliki madrasah.”⁵⁹

Gambar 4. 2 Website MAN 2 Pasuruan



Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi di atas, dapat dipahami bahwa komunikasi dan promosi memiliki peranan penting dalam mendukung keberhasilan Program Kelas Inspiratif. Kegiatan promosi dilakukan dengan tujuan menyampaikan berbagai

⁵⁸ Irham Zuhdi, Kepala MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

⁵⁹ Ali Masyhar, Wakil Kepala Hubungan Masyarakat MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

informasi kepada publik mengenai program-program yang dirancang sekolah mengembangkan wawasan, minat, dan bakat peserta didik.

Seiring perkembangan zaman, strategi promosi sekolah juga mengalami perubahan. Pada era digital saat ini, proses komunikasi dan penyampaian informasi kepada masyarakat menjadi lebih mudah serta dapat tersebar dengan cepat melalui berbagai media digital. Kondisi tersebut berbeda dengan promosi pada masa sebelumnya yang lebih berfokus pada penggunaan media cetak. Meskipun demikian, media cetak masih tetap digunakan oleh sekolah sebagai sarana pendukung dalam kegiatan promosi, meskipun penggunaannya tidak sebanyak media digital.

Demi meningkatkan kualitas program unggulan dan kesiapan menghadapi perlombaan, MAN 2 Pasuruan memperluas sinergi dengan berbagai mitra, Guna memperkuat syiar program kelas inspiratif, dokumentasi kegiatan diunggah melalui media resmi yang kami kelola, antara lain:

“Penyebaran informasi mengenai kualitas program kelas inspiratif dilakukan secara terpadu melalui website, platform media sosial, dan agenda open house. Seiring dengan itu, capaian prestasi di berbagai kompetisi turut memberikan citra positif dan informasi faktual kepada publik mengenai keunggulan madrasah ini.”

Pemaparan tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan Program Kelas Inspiratif memerlukan sinergi antara perencanaan yang komprehensif dan kesiapan SDM yang solid. Dukungan teknologi digital berperan krusial dalam mengoptimalkan

diseminasi informasi kepada publik, sehingga program unggulan sekolah dapat dikenal secara luas melalui strategi promosi yang efektif.

Sebagai acuan program kelas inspiratif bukan hanya visi misi, tapi juga ada beberapa rencana program tahunan yang disusun di rapt kerja pada setiap tahunnya.

Bapak Lukman Hakim Selaku Waka Kurikulum MAN 2 Pasuruan menyampaikan bahwa:

“Kami menyusun program itu tetap mengacu pada proker tahunan yang sudah direncanakan, lalu disesuaikan juga dengan rencana dasar madrasah (RDM). Selain itu, kami mengikuti pedoman manajemen berbasis 8 standar pendidikan. Jadi semua program yang dibuat pasti mempertimbangkan kondisi anggaran juga, karena tidak mungkin menjalankan program tanpa perhitungan biaya.”⁶⁰

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan dilakukan melalui pembagian tugas dan wewenang yang jelas antara kepala madrasah, wakil kepala madrasah, koordinator, hingga guru pengampu pada masing-masing peminatan. Struktur ini disusun agar setiap pihak memahami peran dan tanggung jawabnya secara proporsional, sehingga pelaksanaan program dapat berjalan secara sistematis dan terkoordinasi, bukan berdasarkan inisiatif perorangan yang tidak terarah. Kepala MAN 2 Pasuruan, Bapak Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd., menjelaskan pembagian tanggung jawab

⁶⁰ Lukman Chakim, Wakil Kepala Kurikulum MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

tersebut sebagai berikut:

“Secara struktural, saya sebagai kepala madrasah memberikan arah kebijakan dan menetapkan payung besar program melalui rapat kerja madrasah, sementara Waka Kesiswaan dan Humas bertanggung jawab pada strategi promosi dan hubungan dengan masyarakat, Waka Kurikulum mengatur integrasi jadwal dan capaian pembelajaran, dan setiap kelas inspiratif memiliki koordinator serta guru pengampu sendiri yang saya tunjuk berdasarkan kompetensi dan pengalaman di bidangnya masing-masing.”⁶¹

Berdasarkan penuturan tersebut, struktur pengorganisasian Program Kelas Inspiratif disusun secara berjenjang, dimulai dari kepala madrasah sebagai penentu kebijakan tertinggi, kemudian wakil kepala madrasah pada masing-masing bidang sebagai pelaksana teknis, hingga koordinator dan guru pengampu sebagai ujung tombak pelaksanaan program di tingkat kelas. Setiap koordinator kelas inspiratif diberikan kewenangan untuk menyusun rencana kegiatan operasional, menentukan target capaian tahunan, serta melaporkan perkembangan program secara berkala kepada Waka Kurikulum. Hal ini ditegaskan oleh Bapak Lukman Hakim selaku Waka Kurikulum MAN 2 Pasuruan:

“Setiap kelas inspiratif, baik tahfidz, digital, literasi, fashion, maupun bilingual, memiliki koordinator masing-masing yang kami tunjuk melalui rapat kerja madrasah setiap awal tahun ajaran. Koordinator inilah yang mengoordinasikan guru pengampu, menyusun jadwal, dan melaporkan capaian program kepada saya setiap bulan. Dengan pembagian tugas seperti ini, program berjalan lebih rapi karena ada penanggung jawab yang jelas pada setiap lini, sehingga jika ada kendala kami tahu harus berkoordinasi dengan siapa.”⁶²

⁶¹ Irham Zuhdi, Kepala MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

⁶² Lukman Chakim, Wakil Kepala Kurikulum MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

Selain pembagian struktural pada level manajerial madrasah, pengorganisasian juga dilakukan pada level teknis di dalam kelas, yaitu pengelompokan peserta didik ke dalam kelompok-kelompok kecil sesuai peminatan berdasarkan hasil seleksi minat dan bakat pada awal tahun ajaran. Bapak Balya Akhmad, M.Pd. selaku Koordinator Kelas Literasi menjelaskan mekanisme pengorganisasian pada levelnya sebagai berikut:

“Setelah siswa dinyatakan berminat dan lolos seleksi awal, kami membentuk kelompok-kelompok kecil sesuai peminatan, misalnya kelompok penulis cerpen, kelompok puisi, dan kelompok jurnalistik sekolah, agar pembinaan lebih terarah dan mudah dipantau capaiannya satu per satu. Setiap kelompok didampingi oleh satu guru pengampu yang berkoordinasi langsung dengan saya sebagai koordinator kelas, sehingga pembagian kerja menjadi jelas dan tidak tumpang tindih.”

Dengan demikian, pengorganisasian Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan tidak berhenti pada penetapan struktur formal semata, melainkan diikuti dengan pembagian tugas operasional yang jelas hingga ke level kelompok belajar. Pola pengorganisasian yang berjenjang dan terstruktur ini menjadi salah satu faktor penting yang mendukung konsistensi pelaksanaan program dari waktu ke waktu, sekaligus menjadi fondasi bagi terciptanya citra profesionalisme manajemen madrasah di mata masyarakat, karena kejelasan struktur organisasi turut menopang kepercayaan publik terhadap tata kelola lembaga

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan strategi pengembangan program kelas inspiratif

dilakukan secara bertahap dan terencana, dimulai dari proses penerimaan siswa hingga pada tahap implementasi program dalam kegiatan pembelajaran sehari-hari. Dari Hasil wawancara dengan waka kurikulum menjelaskan:

“Program kelas inspiratif ini dirancang untuk diintegrasikan ke dalam jam pelajaran. Oleh karena itu, penyusunannya dilakukan dengan mempertimbangkan agar mata pelajaran seperti literasi, tahfidz, bilingual, fashion, dan digital tidak mengganggu pencapaian kompetensi pada mata pelajaran lainnya. Dalam hal ini, tim kurikulum melakukan koordinasi dengan koordinator program kelas inspiratif untuk menyusun desain pembelajaran yang tepat. Tujuannya agar seluruh program dapat berjalan secara seimbang dan maksimal tanpa mengurangi kualitas pembelajaran utama.”⁶³

Beberapa koordinator setiap kelas inspiratif menjelaskan beberapa pelaksanaan program kelas inspiratif, Program kelas inspiratif dilaksanakan melalui strategi yang terstruktur, dimulai dari proses seleksi dan perekrutan siswa hingga pelaksanaan kegiatan pembelajaran. Dengan perencanaan yang matang tersebut, siswa diharapkan dapat mencapai target sesuai dengan ketentuan program kelas inspiratif tersebut.

pelaksanaan program kelas inspiratif di MAN 2 Pasuruan dilakukan secara terstruktur dengan mengintegrasikan program ke dalam kegiatan pembelajaran. Program ini tidak berdiri sendiri, tetapi dimasukkan ke dalam jam pelajaran sehingga dapat berjalan secara sistematis tanpa mengganggu mata pelajaran utama. Seperti

⁶³ Lukman Chakim, Wakil Kepala Kurikulum MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

yang di sampaikan oleh waka kurikulum:

“Dalam satu minggu, terdapat alokasi 6 jam pelajaran yang secara khusus diperuntukkan bagi kegiatan kelas inspiratif. Waktu ini dimanfaatkan oleh siswa untuk lebih mendalami materi pembelajaran sesuai dengan minat dan bakat yang mereka pilih. Melalui kelas ini, siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga diberi kesempatan untuk mengembangkan potensi diri, mengeksplorasi kemampuan, serta meningkatkan keterampilan yang relevan dengan bidang yang diminati.”

Dalam pelaksanaannya, tim kurikulum memiliki peran penting dalam mengatur sistem dan jadwal kegiatan. Tim kurikulum bekerja sama dengan koordinator program kelas inspiratif untuk menyusun desain pembelajaran yang efektif dan terarah. Selain itu, mereka juga melakukan penyesuaian materi dengan kebutuhan serta minat siswa agar proses pembelajaran menjadi lebih optimal. Koordinasi yang baik antar tim ini membantu memastikan bahwa setiap kegiatan berjalan sesuai rencana, terstruktur, dan mampu mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan.

“Tim kurikulum berkoordinasi dengan koordinator program untuk mendesain agar semua program dapat berjalan secara maksimal dan tetap terintegrasi dengan pembelajaran di kelas. Melalui koordinasi ini, setiap kegiatan disusun secara sistematis agar selaras dengan tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Selain itu, mereka juga melakukan evaluasi secara berkala untuk melihat efektivitas pelaksanaan program, sehingga dapat dilakukan perbaikan dan pengembangan ke depannya agar hasil yang dicapai semakin optimal.”

Pelaksanaan merupakan tahap penerapan dari rencana-rencana yang telah disusun serta pemanfaatan sumber daya yang tersedia. Pada tahap ini, setiap guru menjalankan tugas pokok dan fungsinya masing masing sesuai dengan peran yang telah

ditetapkan. Selain itu, pelaksanaan juga melibatkan koordinasi yang baik antar tenaga pendidik dan pihak terkait agar kegiatan berjalan secara efektif dan efisien. Proses ini mencakup pengelolaan kegiatan pembelajaran, penggunaan metode yang sesuai, serta penyesuaian dengan kondisi peserta didik di lapangan.

Dengan adanya pelaksanaan yang terarah, diharapkan tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai secara optimal.

Bapak Lukman Hakim selaku waka kurikulum mengatakan:

“pembagian jadwal kegiatan dikoordinasikan oleh masing-masing koordinator program agar berjalan secara terstruktur dan efektif. Untuk penguatan program, kegiatan difokuskan pada hari tertentu sesuai kelas masing masing, untuk durasi waktunya satu minggu 6 jam. Setiap program memiliki target capaian yang jelas, di antaranya: kelas literasi diwajibkan menghasilkan karya berupa cerpen setiap bulan, kelas digital menghasilkan aplikasi atau website baru, kelas bilingual menekankan kemampuan public speaking, kelas fashion melaksanakan ujian menjahit setiap bulan, serta kelas tahfidz menargetkan hafalan minimal satu juz dalam satu bulan.”⁶⁴

Terkait jadwal pembelajaran program kelas inspiratif, Bapak Ali Masyhar menyampaikan bahwa penyusunannya dilakukan secara terkoordinasi oleh masing-masing koordinator program agar kegiatan berjalan tertib, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan setiap kelas. Bapak Balya Akhmad, M.Pd. selaku koordinator kelas literasi mengatakan:

“waktu pembelajaran setiap hari selasa dan kamis, berada di jam ke 4-6 antara jam 09.00-11.15 Untuk lokasi pembelajaran

⁶⁴ Lukman Chakim, Wakil Kepala Kurikulum MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

dilakukan di kelas masing-masing.”⁶⁵

d. Evaluasi

Evaluasi program kelas inspiratif dilakukan tidak hanya untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan program, tetapi juga untuk menganalisis efektivitas pelaksanaan program dalam konteks peningkatan kualitas pembelajaran. Dalam perspektif manajemen pendidikan, evaluasi ini mencakup aspek input, proses, dan output, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif terkait keberhasilan maupun kelemahan program.

Secara teknis, evaluasi Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan dilakukan secara berjenjang, baik pada level harian melalui pemantauan guru pengampu terhadap peserta didik, level bulanan melalui laporan koordinator kepada Waka Kurikulum, maupun level semester melalui rapat evaluasi menyeluruh yang dipimpin langsung oleh kepala madrasah. Kepala MAN 2 Pasuruan menjelaskan mekanisme evaluasi tersebut sebagai berikut:

“Setiap semester kami mengadakan rapat evaluasi khusus untuk program kelas inspiratif. Dalam rapat ini kami melihat capaian target masing-masing kelas, misalnya berapa siswa yang sudah mencapai hafalan sesuai target, karya apa yang sudah dihasilkan kelas literasi, atau produk digital apa yang sudah dibuat kelas digital. Dari situ kami bisa menilai program mana yang perlu diperkuat dan program mana yang sudah berjalan dengan baik, sehingga kebijakan tahun berikutnya bisa lebih tepat sasaran.”⁶⁶

Evaluasi tidak hanya difokuskan pada aspek capaian

⁶⁵ Balya Ahmad, Koordinator kelas literasi MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

⁶⁶ Irham Zuhdi, Kepala MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)

akademik peserta didik semata, tetapi juga pada aspek kepuasan pengguna layanan pendidikan, baik peserta didik maupun orang tua, sebagai bagian dari upaya menjaga kesesuaian antara janji brand dan realitas layanan yang diterima masyarakat. Bapak Lukman Hakim selaku Waka Kurikulum menuturkan:

“Selain melihat data capaian program, kami juga sesekali meminta masukan dari siswa dan wali murid, baik melalui angket sederhana maupun obrolan langsung saat kegiatan sekolah. Masukan tersebut kami jadikan bahan pertimbangan untuk perbaikan program pada tahun berikutnya, misalnya penyesuaian jadwal, penambahan fasilitas penunjang, atau perbaikan pola komunikasi dengan orang tua.”⁶⁷

Pada level pelaksana teknis, evaluasi juga dilakukan oleh masing-masing koordinator kelas terhadap perkembangan peserta didik secara individual, sehingga tidak ada siswa yang tertinggal dari target program. Bapak Balya Akhmad, M.Pd. selaku Koordinator Kelas Literasi menjelaskan:

“Kami mengevaluasi setiap siswa berdasarkan karya yang mereka hasilkan setiap bulan. Jika ada siswa yang belum mencapai target, kami berikan pendampingan tambahan di luar jam kelas inspiratif. Evaluasi seperti ini membantu kami memastikan bahwa seluruh siswa benar-benar berkembang, bukan hanya sekadar mengikuti program sebagai formalitas semata.”⁶⁸

Berdasarkan paparan tersebut, evaluasi Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan dilakukan secara berkelanjutan dan multi-level, mencakup evaluasi capaian program, evaluasi kepuasan pengguna, serta evaluasi perkembangan individual peserta didik.

⁶⁷ Lukman Chakim, Wakil Kepala Kurikulum MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

⁶⁸ Balya Ahmad, Koordinator Kelas Literasi MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)

Hasil evaluasi ini kemudian dijadikan dasar bagi madrasah untuk melakukan perbaikan program secara berkelanjutan (continuous improvement), sehingga kualitas Program Kelas Inspiratif dapat terus terjaga dan pada gilirannya turut memperkuat *brand image* MAN 2 Pasuruan di mata masyarakat.

2. Kendala Program Kelas Inspiratif

Dalam pelaksanaan Program Kelas Inspiratif, tidak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi. Kendala-kendala tersebut muncul sebagai bagian dari dinamika pelaksanaan program, baik yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pihak madrasah dalam menjaga keberlangsungan dan kualitas program agar tetap berjalan secara optimal.

Manajemen program kelas inspiratif dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari berbagai kendala, khususnya dari aspek sumber daya manusia, sarana prasarana, serta pendanaan. Terkait dengan kendala tersebut, kepala madrasah mengungkapkan bahwa kesiapan guru dalam menjalankan program belum merata. Meskipun program telah berjalan selama beberapa tahun, masih terdapat perbedaan tingkat respons dan kemampuan antar guru. Sebagian guru sudah menunjukkan kesiapan yang baik, seperti pada tim literasi yang dinilai memiliki respons tinggi dan mampu mengembangkan program secara optimal. Namun, di sisi lain masih terdapat guru yang belum sepenuhnya siap, terutama dalam hal kompetensi yang sejalan dengan tujuan program. Sebagaimana diungkapkan bapak

irham zuhdi selaku kepala MAN 2 Pasuruan:

“SDM menjadi salah satu kendala utama dalam pelaksanaan program kelas inspiratif. Tidak semua guru memiliki kesiapan yang sama dalam menjalankan program ini. Meskipun program telah berjalan selama empat tahun, masih terdapat perbedaan tingkat respons dan keterlibatan antar guru. Sebagian guru menunjukkan respons yang tinggi, seperti pada tim literasi yang dinilai sudah siap dan mampu mengembangkan program dengan baik. Namun, di sisi lain masih terdapat guru yang belum sepenuhnya siap, baik dari segi kompetensi, kreativitas, maupun komitmen dalam mendukung keberlangsungan program”⁶⁹

Selain itu, dukungan dari pihak pemerintah, khususnya Kementerian Agama, juga belum sepenuhnya dapat mengakomodasi seluruh kebutuhan program. Meskipun demikian, madrasah tetap berupaya mengoptimalkan sumber daya yang ada serta mencari alternatif solusi untuk menunjang keberlangsungan program.

Dengan demikian, kendala dalam program kelas inspiratif meliputi kesiapan sumber daya manusia, keterbatasan sarana prasarana, serta minimnya dukungan pendanaan. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan pada setiap aspek tersebut agar program dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan dalam meningkatkan *brand image* madrasah.

2. Dampak Program Kelas Inspiratif Untuk Meningkatkan *Brand image* MAN 2 Pasuruan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, program Kelas Inspiratif bukan sekadar inovasi kurikuler, melainkan strategi branding yang memberikan dampak nyata pada persepsi dan keputusan stakeholders. Dampak tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

⁶⁹ Irham Zuhdi, Kepala Sekolah MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

Dalam memasarkan program unggulan, kunci efektivitasnya terletak pada kemampuan sekolah dalam memperlihatkan sisi istimewa dan keunggulannya yang tidak dimiliki lembaga lain. Hal inilah yang menjadi magnet bagi publik untuk memilih sekolah kami. Hal tersebut senada dengan penuturan Kepala Sekolah sebagai berikut:

“Kenaikan minat calon siswa menunjukkan kepercayaan publik yang semakin tinggi terhadap MAN 2 Pasuruan. Prestasi gemilang dalam ajang olimpiade dan riset telah menjadi bukti nyata kualitas sekolah kami, sekaligus menjadi sarana terbaik dalam memperkenalkan keunggulan lembaga kepada masyarakat luas.”⁷⁰

Dapat dipahami bahwa Program Kelas Inspiratif merupakan instrumen pemasaran strategis yang berdampak besar pada peningkatan mutu input siswa. Dengan kualitas program yang terus terjaga, sekolah memiliki fondasi yang kuat untuk bersaing secara kompetitif di tengah persaingan dunia pendidikan yang semakin ketat.

Program ini memberikan dampak berupa daya tarik emosional bagi calon siswa karena menawarkan kebebasan dalam memilih jalur pengembangan diri. Hal ini meningkatkan citra madrasah sebagai lembaga yang adaptif dan tidak kaku. Sebagaimana hasil wawancara dengan Lainuvar Alinah siswa kelas x MAN 2 Pasuruan:

“Saya memilih MAN 2 Pasuruan karena merasa lebih nyaman ketika bisa masuk ke kelas yang sesuai dengan minat saya. Dengan begitu, saya jadi lebih fokus dalam belajar dan mengembangkan kemampuan yang saya sukai. Program kelas yang disediakan juga membantu saya untuk lebih mengenali potensi diri dan mengasah bakat yang saya miliki. Selain itu, saya merasa lebih termotivasi karena belajar di lingkungan yang mendukung minat saya, sehingga proses belajar terasa lebih menyenangkan

⁷⁰ Irham Zuhdi, Kepala Sekolah MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

dan tidak membosankan.”⁷¹

Hal ini menunjukkan bahwa MAN 2 Pasuruan punya cara tersendiri untuk tampil berbeda dari sekolah lain. Madrasah ini memberikan keunggulan tambahan yang tidak banyak dimiliki sekolah lain, sehingga siswa merasa punya tempat untuk mengembangkan diri sesuai minat dan bakatnya. Dengan adanya program seperti ini, siswa jadi lebih percaya diri, lebih aktif, dan merasa dihargai karena bisa mengekspresikan kemampuan mereka. Akibatnya, sekolah ini terlihat lebih menarik dan memiliki nilai lebih di mata siswa maupun masyarakat.

Bagi masyarakat di lingkungan pesantren, adanya Kelas Tahfidz dalam Program Kelas Inspiratif menjadi alasan utama mereka tetap memilih dan percaya pada MAN 2 Pasuruan. Program ini dianggap penting karena membantu anak-anak tidak hanya belajar pelajaran umum, tetapi juga menghafal Al-Qur'an. Dengan begitu, orang tua merasa kebutuhan pendidikan agama anaknya terpenuhi, sehingga mereka lebih yakin dan tetap setia menyekolahkan anaknya di madrasah tersebut. Hal ini diungkapkan oleh Nurul Mukarromah siswa kelas tahfidz MAN 2 Pasuruan.

“Saya didorong oleh orang tua untuk melanjutkan ke MAN 2 Pasuruan agar bisa masuk ke kelas tahfidz. Tujuannya supaya saya bisa meneruskan hafalan Al-Qur'an yang sudah saya mulai sejak di MTs.”⁷²

Dampak ini memperkuat *brand image* MAN 2 Pasuruan sebagai lembaga yang mampu menjaga kesinambungan pendidikan Islam (tahfidz) sekaligus memberikan pendidikan formal berkualitas.

⁷¹ Lainuvar Alinah, Siswi kelas literasi MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)

⁷² Nurul Mukarromah, Siswi kelas tahfidz MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)

Membagikan prestasi sekolah di media sosial bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat. Ketika orang melihat pencapaian siswa dipublikasikan, mereka jadi tahu bahwa sekolah tersebut punya kualitas yang baik. Hal ini membuat orang tua lebih yakin untuk menyekolahkan anaknya di sana, karena ada bukti nyata yang bisa dilihat, bukan hanya sekadar informasi atau promosi saja. Ibu Endang Nuriawati selaku wali murid menyatakan:

“ya memilih menyekolahkan anak di MAN 2 Pasuruan karena sekolah ini sangat memperhatikan pendidikan agama, tapi tetap memberi banyak pilihan kelas sesuai bakat anak. Jadi anak tidak hanya kuat di agama, tapi juga bisa mengembangkan kemampuan yang dia sukai. Selain itu, saya juga sering melihat di media sosial bahwa MAN 2 Pasuruan memiliki banyak prestasi, sehingga saya semakin yakin untuk menyekolahkan anak di sini”⁷³

cara sekolah menyampaikan informasi, terutama tentang prestasi dan kegiatan, bisa membuat masyarakat punya pandangan yang baik terhadap madrasah. Jika informasi disampaikan dengan jelas dan menarik, orang jadi lebih percaya dan menilai sekolah tersebut sebagai lembaga yang berkualitas.

Posisi MAN 2 Pasuruan yang berada di lingkungan pesantren namun tetap mencetak alumni yang kompetitif secara nasional menjadi daya tarik utama. Hal ini ditegaskan oleh Ibu Juwairiyah:

“Alasan saya memilih sekolah ini karena berada di lingkungan pondok pesantren dan saya melihat banyak alumninya yang berhasil diterima di Perguruan Tinggi Negeri.”⁷⁴

Dari sisi dalam sekolah, pengelolaan kelas unggulan ini membuat

⁷³ Nurul Mukarromah, iswi Kelas Tahfidz MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)

⁷⁴ Juwairiyah, Wali Murid MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)

suasana belajar jadi lebih hidup dan tidak monoton. Siswa merasa bangga ketika bisa masuk ke kelas yang mereka inginkan, sehingga mereka jadi lebih semangat untuk belajar. Selain itu, adanya kelas pilihan ini juga membuat siswa lebih termotivasi untuk berusaha dan mengembangkan kemampuan mereka agar bisa masuk ke kelas yang diinginkan.

"Dengan adanya kelas unggulan ini, siswa jadi lebih semangat belajar karena mereka ingin masuk ke kelas inspiratif yang mereka minati. Mereka terdorong untuk berusaha lebih baik agar bisa mencapai tujuan tersebut. Bahkan, banyak siswa yang saling bersaing secara positif untuk bisa masuk ke kelas yang sesuai dengan minat dan bakat mereka, sehingga suasana belajar menjadi lebih aktif dan penuh motivasi."

Pengelolaan Program Kelas Inspiratif yang baik dan rapi membantu membentuk ciri khas dan kualitas MAN 2 Pasuruan. Jadi, yang ditonjolkan bukan hanya kemampuan akademik siswa, tetapi juga keahlian khusus yang mereka miliki sesuai dengan kelas yang dipilih. Hasilnya, lulusan MAN 2 Pasuruan punya keunggulan tertentu yang membedakan mereka dari siswa sekolah lain, sehingga sekolah ini dikenal memiliki identitas yang jelas di mata masyarakat.

Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan memberikan dampak yang komprehensif terhadap pembentukan citra lembaga melalui berbagai spesialisasi kelas yang ditawarkan. Pada Kelas Tahfidz, citra religius madrasah diperkuat secara signifikan dengan penetapan target hafalan Al-Qur'an hingga 15 juz. Sementara itu, Kelas Literasi berhasil membangun citra intelektual melalui bukti konkret berupa produk nyata, seperti penerbitan buku cerita dan kumpulan puisi karya siswa. Di sisi lain, Kelas Bilingual memposisikan madrasah pada level global dengan membekali

siswa penguasaan bahasa internasional yang meliputi bahasa Inggris, Arab, dan Jepang. Terakhir, melalui Kelas Fashion dan Digital, madrasah berhasil membangun citra kreatif dan modern dengan mengasah kemampuan siswa dalam merancang busana, desain grafis, hingga keterampilan teknis dalam video editing.

Implementasi program Kelas Inspiratif yang dikelola secara profesional terbukti menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya tarik madrasah di mata masyarakat. Dengan mensinergikan prestasi akademik, nilai-nilai luhur pesantren, serta penguasaan keterampilan praktis seperti bidang digital dan tata busana, MAN 2 Pasuruan telah berhasil memperkuat posisi institusionalnya sebagai madrasah yang unggul, kompetitif, dan inovatif di wilayah Pasuruan.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan pemaparan data pada sub bab sebelumnya, penelitian ini menghasilkan tiga temuan pokok yang secara langsung menjawab fokus penelitian sebagaimana dirumuskan pada Bab I.

1. Implementasi Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan

Implementasi Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan ditemukan berjalan melalui empat fungsi manajemen yang saling berkaitan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan dilakukan secara partisipatif melalui tahapan diskusi kelompok kecil hingga rapat kerja madrasah, dengan penguatan visi sebagai landasan utama. Pengorganisasian ditandai dengan pembagian tugas

berjenjang antara kepala madrasah, wakil kepala madrasah, koordinator, dan guru pengampu. Pelaksanaan diwujudkan melalui integrasi program ke dalam 6 jam pelajaran per minggu dengan target capaian yang terukur pada masing-masing peminatan. Evaluasi dilakukan secara multi-level, mencakup evaluasi harian, bulanan, dan semester, dengan mempertimbangkan capaian program maupun kepuasan pengguna layanan pendidikan.

2. Kendala Pelaksanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan

Penelitian ini menemukan bahwa kendala utama dalam pelaksanaan Program Kelas Inspiratif bersumber dari tiga aspek, yaitu kesiapan sumber daya manusia yang belum merata antar guru, keterbatasan sarana prasarana penunjang, serta minimnya dukungan pendanaan dari pemerintah, khususnya Kementerian Agama, yang belum sepenuhnya mengakomodasi kebutuhan pengembangan program secara menyeluruh.

3. Dampak Program Kelas Inspiratif terhadap Penguatan *Brand image* MAN 2 Pasuruan

Program Kelas Inspiratif ditemukan berdampak signifikan terhadap penguatan *brand image* MAN 2 Pasuruan, yang tercermin dari tiga hal: pertama, lonjakan jumlah pendaftar dan tingkat keketatan PPDB pascapenerapan kebijakan refocusing; kedua, terbentuknya citra lembaga (*corporate image*), citra program (*product image*), dan citra pengguna (*user image*) yang saling menguatkan; dan ketiga, terpenuhinya tiga indikator *brand image* utama masyarakat, yaitu persepsi program, kepercayaan

keagamaan, dan penilaian prospek, sebagaimana tergambar pada data prasurvei.

Ketiga temuan pokok tersebut selanjutnya dibahas secara lebih mendalam dan dikaitkan dengan kerangka teoretik yang telah dipaparkan pada Bab II, sebagaimana disajikan pada Bab V Pembahasan berikut.



BAB V

PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan pembahasan yang mensintesiskan temuan lapangan pada Bab IV dengan kajian teori pada Bab II, guna menjawab tiga fokus penelitian yang telah dirumuskan, yaitu implementasi, kendala, dan dampak Program Kelas Inspiratif dalam meningkatkan *brand image* di MAN 2 Pasuruan. Pembahasan disusun secara berurutan mengikuti alur kerangka berpikir penelitian, dimulai dari analisis implementasi program melalui perspektif manajemen POAC, dilanjutkan dengan analisis kendala pelaksanaan melalui teori implementasi kebijakan Edward III, dan diakhiri dengan analisis dampak program terhadap *brand image* madrasah melalui teori *brand image* dan gap analysis.

A. Implementasi Program Kelas Inspiratif dalam Meningkatkan *Brand image* di MAN 2 Pasuruan Ditinjau dari Perspektif Manajemen POAC

Sebagaimana telah diuraikan pada Bab II, implementasi suatu program pendidikan pada hakikatnya merupakan proses manajerial yang mencakup empat fungsi, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi (POAC).⁷⁵

Temuan pada Bab IV menunjukkan bahwa keempat fungsi tersebut telah dijalankan MAN 2 Pasuruan secara berkesinambungan dalam mengelola Program Kelas Inspiratif, meskipun dengan tingkat kematangan yang berbeda-beda pada setiap tahapannya. Berikut pembahasan pada masing-masing fungsi manajemen tersebut.

⁷⁵ George R. Terry, diterjemahkan oleh G. A. Ticoalu, Prinsip-Prinsip Manajemen (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 15–17.

1. Perencanaan (Planning) Program Kelas Inspiratif

Perencanaan merupakan fungsi manajemen paling mendasar, yaitu proses penetapan tujuan organisasi serta penentuan strategi dan program untuk mencapainya.⁷⁶

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perencanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan dilandasi oleh kesadaran kepala madrasah akan pentingnya adaptasi lembaga pendidikan terhadap dinamika zaman, sebagaimana ditegaskan dalam pernyataan bahwa pendidikan tidak boleh bersifat statis. Kesadaran ini kemudian diterjemahkan ke dalam proses perencanaan yang partisipatif dan bertahap, mulai dari diskusi kelompok kecil, forum yang lebih besar, hingga rapat resmi tingkat madrasah untuk finalisasi program. Pola perencanaan berjenjang semacam ini sejalan dengan prinsip perencanaan partisipatif dalam manajemen pendidikan Islam, yang menekankan pentingnya melibatkan berbagai pemangku kepentingan internal madrasah sebelum sebuah kebijakan strategis ditetapkan secara final.

Aspek penting lain dalam perencanaan Program Kelas Inspiratif adalah penguatan (strengthening) visi madrasah sebagai basis penyusunan program, bukan penyusunan program yang berdiri sendiri dan lepas dari arah besar lembaga. Temuan ini relevan dengan konsep program unggulan sebagai instrumen strategis pembangunan citra lembaga yang idealnya

⁷⁶ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 40–41.

dirancang selaras dengan visi dan misi, sebagaimana diuraikan pada Bab II.

Selain itu, perencanaan program juga mencakup unsur bauran pemasaran pendidikan, khususnya pada dimensi promotion, yang tercermin dari penyiapan berbagai kanal komunikasi seperti website resmi, media sosial (Instagram, YouTube, Facebook), brosur, dan kegiatan open house sejak tahap awal perencanaan. Hal ini menunjukkan bahwa sejak fase perencanaan, madrasah telah menyadari pentingnya strategi promosi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari keberhasilan sebuah program unggulan dalam membangun *brand image*.

Meskipun demikian, perencanaan Program Kelas Inspiratif tetap mengacu pada program kerja tahunan dan Rencana Dasar Madrasah (RDM) serta pedoman delapan Standar Nasional Pendidikan, termasuk pertimbangan anggaran. Hal ini menegaskan bahwa perencanaan program tidak dilakukan secara spontan atau ad hoc, melainkan terintegrasi dengan sistem perencanaan madrasah secara keseluruhan, sehingga secara konseptual telah memenuhi kaidah perencanaan yang baik, yakni memiliki tujuan yang jelas, mempertimbangkan sumber daya yang tersedia, serta terukur dalam kerangka waktu tertentu.

2. Pengorganisasian (Organizing) Program Kelas Inspiratif

Pengorganisasian adalah proses penyusunan struktur yang mencakup pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab agar setiap

unsur pelaksana dapat bekerja secara sinergis.⁷⁷

Temuan penelitian menunjukkan bahwa MAN 2 Pasuruan telah menyusun struktur pengelolaan Program Kelas Inspiratif secara berjenjang, yaitu kepala madrasah sebagai penanggung jawab umum, wakil kepala kurikulum sebagai koordinator teknis-akademik, wakil kepala hubungan masyarakat sebagai pengelola publikasi dan kemitraan, serta koordinator pada masing-masing peminatan yang bertanggung jawab langsung atas jalannya pembelajaran di kelasnya. Struktur ini menunjukkan adanya pembagian kerja (division of labour) yang jelas, sesuai dengan prinsip pengorganisasian dalam manajemen klasik.

Penunjukan koordinator kelas berdasarkan kompetensi dan pengalaman guru pada bidang yang relevan misalnya guru dengan minat kepenulisan untuk kelas literasi, atau guru dengan kompetensi teknologi informasi untuk kelas digital mencerminkan penerapan prinsip the right man on the right place dalam pengorganisasian sumber daya manusia. Prinsip ini penting untuk menjamin bahwa setiap peminatan dikelola oleh tenaga pendidik yang benar-benar kompeten pada bidangnya, sehingga kualitas pembelajaran pada masing-masing kelas inspiratif dapat terjaga.

Namun demikian, integrasi antara lini akademik (koordinator kelas dan tim kurikulum) dengan lini promosi (tim humas) yang ditemukan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengorganisasian Program Kelas

⁷⁷ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 118–120.

Inspiratif tidak hanya berorientasi pada aspek pembelajaran semata, melainkan juga secara sadar dirancang untuk mendukung fungsi pemasaran dan pembentukan *brand image* madrasah. Dengan kata lain, struktur organisasi yang dibangun telah mengakomodasi baik fungsi pedagogis maupun fungsi strategis-branding secara bersamaan, sebuah pola pengorganisasian yang relatif jarang ditemukan secara eksplisit pada lembaga Pendidikan.

3. Pelaksanaan (Actuating) Program Kelas Inspiratif

Pelaksanaan (actuating) merupakan upaya menggerakkan seluruh anggota organisasi agar bekerja dengan kesadaran dan motivasi tinggi dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan.⁷⁸

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan dilakukan secara terstruktur dengan mengintegrasikan program ke dalam jam pelajaran reguler, yaitu alokasi enam jam pelajaran per minggu yang secara khusus diperuntukkan bagi kegiatan kelas inspiratif. Strategi integrasi semacam ini efektif untuk mencegah program unggulan berjalan tumpang tindih dengan pencapaian kompetensi mata pelajaran wajib, sekaligus menjamin keberlangsungan program secara sistemik dalam struktur kurikulum madrasah, bukan sekadar kegiatan ekstrakurikuler tambahan.

Penetapan target capaian yang konkret dan terukur pada masing-

⁷⁸ George R. Terry, diterjemahkan oleh G. A. Ticoalu, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 181–183.

masing kelas misalnya target hafalan minimal satu juz per bulan untuk kelas tahfidz, produk cerpen bulanan untuk kelas literasi, produk aplikasi/website untuk kelas digital, kemampuan public speaking untuk kelas bilingual, serta ujian menjahit bulanan untuk kelas fashion menunjukkan bahwa pelaksanaan program tidak berhenti pada aktivitas rutin semata, melainkan diarahkan pada pencapaian output yang jelas dan dapat diukur keberhasilannya. Pendekatan berbasis target capaian ini sejalan dengan prinsip pelaksanaan yang efektif dalam manajemen, yakni adanya kejelasan indikator keberhasilan bagi setiap pelaksana kegiatan.

Koordinasi yang baik antara tim kurikulum dan koordinator program, sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini, turut menjadi faktor penentu keberhasilan pelaksanaan. Tim kurikulum tidak hanya berperan sebagai penyusun jadwal semata, tetapi juga terlibat aktif dalam penyesuaian materi dengan kebutuhan dan minat peserta didik, sehingga proses pembelajaran pada masing masing kelas inspiratif dapat berjalan secara optimal dan tetap selaras dengan tujuan pendidikan madrasah secara keseluruhan.

Dari perspektif pemasaran pendidikan, pelaksanaan Program Kelas Inspiratif yang konsisten dengan janji (promise) yang dikomunikasikan pada tahap promosi misalnya janji bahwa peserta didik dapat memilih kelas sesuai minat dan bakat merupakan wujud dari consistency strategy dalam membangun *brand image*, yakni konsistensi antara apa yang dijanjikan lembaga dengan apa yang senyatanya dialami peserta didik di lapangan.

4. Evaluasi (Controlling) Program Kelas Inspiratif

Pengawasan atau evaluasi adalah proses pengukuran dan perbaikan kinerja pelaksanaan kegiatan agar tetap sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, termasuk mengidentifikasi penyimpangan atau hambatan yang muncul untuk kemudian dirumuskan langkah perbaikannya.⁷⁹

Temuan penelitian menunjukkan bahwa evaluasi Program Kelas Inspiratif dilakukan melalui mekanisme rapat koordinasi berkala, baik bulanan maupun semesteran, yang melibatkan kepala madrasah, wakil kepala kurikulum, dan seluruh koordinator kelas. Evaluasi tidak hanya menitikberatkan pada aspek akademik semata, tetapi juga pada ketercapaian target khusus masing-masing peminatan, sehingga sejalan dengan prinsip evaluasi program yang komprehensif, yakni mencakup aspek input, proses, dan output.

Hal yang perlu dicermati adalah bahwa hasil evaluasi di MAN 2 Pasuruan telah difungsikan secara konstruktif sebagai dasar perbaikan program pada tahun ajaran berikutnya, baik dalam bentuk penguatan kompetensi koordinator, penyesuaian metode pembelajaran, maupun usulan pengadaan sarana-prasarana yang masih kurang. Pola evaluasi yang berorientasi pada perbaikan berkelanjutan (continuous improvement) semacam ini menunjukkan bahwa fungsi controlling dalam pengelolaan Program Kelas Inspiratif telah berjalan sesuai kaidah manajemen yang baik, sebagaimana akan dibahas pada bagian selanjutnya hasil

⁷⁹ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 241–242.

evaluasi tersebut juga menyingkap sejumlah kendala yang belum sepenuhnya teratasi.

B. Kendala dalam Pelaksanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan Ditinjau dari Teori Implementasi Kebijakan Edward III

Untuk membedah kendala pelaksanaan Program Kelas Inspiratif secara lebih sistematis, pembahasan berikut menggunakan model implementasi kebijakan yang dikembangkan George C. Edward III, yang mengidentifikasi empat variabel utama, yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi.⁸⁰

1. Komunikasi

Variabel komunikasi berkaitan dengan kejelasan dan konsistensi penyampaian informasi kebijakan kepada seluruh pelaksana dan sasaran kebijakan.⁸¹

Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan Program Kelas Inspiratif secara internal berjalan relatif baik, tercermin dari mekanisme diskusi berjenjang pada tahap perencanaan serta rapat koordinasi rutin pada tahap pelaksanaan dan evaluasi. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan indikasi bahwa kesiapan menerima dan menerjemahkan kebijakan tersebut belum sepenuhnya merata di antara para guru pelaksana, sebagaimana diakui langsung oleh kepala madrasah bahwa tidak semua guru memiliki tingkat respons yang sama terhadap program, meskipun program telah berjalan selama beberapa tahun. Kesenjangan

⁸⁰ George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 9–10.

⁸¹ George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 17–18.

pemahaman semacam ini menjadi bagian dari persoalan komunikasi kebijakan yang perlu mendapat perhatian lebih, khususnya dalam hal penyamaan persepsi antarpelaksana program di lapangan.

2. Sumber Daya

Variabel sumber daya meliputi kecukupan staf, sarana-prasarana, dan anggaran pendukung pelaksanaan kebijakan.⁸²

Temuan penelitian secara eksplisit mengidentifikasi keterbatasan sumber daya sebagai kendala utama, yang mencakup tiga aspek sekaligus, yaitu kesiapan sumber daya manusia yang belum merata, keterbatasan sarana dan prasarana pada sebagian peminatan, serta minimnya dukungan pendanaan dari pemerintah, khususnya Kementerian Agama. Keterbatasan ini paling terasa pada kelas-kelas yang membutuhkan investasi sarana relatif tinggi, seperti kelas digital yang memerlukan perangkat teknologi memadai, maupun kelas fashion yang memerlukan peralatan menjahit dalam jumlah cukup untuk menunjang target capaian bulanan setiap siswa. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesenjangan (gap) antara ambisi program dengan ketersediaan sumber daya pendukung masih menjadi titik lemah yang perlu terus diperkuat oleh manajemen madrasah.

3. Disposisi

Variabel disposisi berkaitan dengan sikap, komitmen, dan kesungguhan para pelaksana kebijakan di lapangan.⁸³

⁸² George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 53–54.

⁸³ George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 89–90.

Data penelitian menunjukkan adanya variasi disposisi antarkoordinator dan guru pengampu kelas inspiratif. Sebagian koordinator, seperti pada tim literasi, dinilai memiliki respons dan komitmen yang tinggi serta mampu mengembangkan programnya secara mandiri dan inovatif. Namun di sisi lain, masih terdapat guru yang belum sepenuhnya siap, baik dari segi kompetensi, kreativitas, maupun komitmen dalam mendukung keberlangsungan program. Variasi disposisi semacam ini lazim terjadi pada implementasi kebijakan pendidikan yang bersifat inovatif, mengingat tidak semua individu memiliki tingkat kesiapan psikologis dan profesional yang sama terhadap perubahan. Oleh karena itu, penguatan disposisi melalui pelatihan, pendampingan, dan pemberian insentif yang memadai menjadi salah satu kebutuhan mendesak bagi keberlanjutan program.

4. Struktur Birokrasi

Variabel struktur birokrasi berkaitan dengan mekanisme kerja, standar prosedur operasional, serta pembagian kewenangan antarunit pelaksana.⁸⁴

Pada aspek ini, penelitian menemukan bahwa struktur birokrasi internal madrasah mencakup jalur koordinasi antara kepala madrasah, wakil kepala kurikulum, wakil kepala humas, dan koordinator kelas relatif sudah tertata dan mendukung kelancaran program. Titik lemah birokrasi lebih banyak ditemukan pada relasi eksternal, yaitu keterbatasan dukungan

⁸⁴ George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 125–126.

struktur birokrasi Kementerian Agama dalam mengakomodasi kebutuhan pendanaan program unggulan berbasis madrasah seperti Kelas Inspiratif. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan program unggulan berbasis madrasah tidak semata-mata bergantung pada tata kelola internal, tetapi juga pada dukungan struktur birokrasi supra-madrasah yang idealnya turut menyediakan skema pembiayaan atau afirmasi kebijakan bagi program inovatif semacam ini.

Berdasarkan keempat variabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa kendala pelaksanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan lebih dominan bersumber dari variabel sumber daya dan disposisi, sementara variabel komunikasi dan struktur birokrasi internal relatif sudah berjalan baik. Temuan ini memberikan implikasi penting bahwa strategi penguatan program ke depan perlu difokuskan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan pemenuhan sarana-prasarana, tanpa mengabaikan upaya advokasi kebijakan kepada Kementerian Agama untuk memperoleh dukungan pendanaan yang lebih memadai.

C. Dampak Program Kelas Inspiratif terhadap Penguatan *Brand image* di MAN 2 Pasuruan

Bagian ini membahas dampak Program Kelas Inspiratif terhadap *brand image* MAN 2 Pasuruan dengan merujuk pada teori *brand image* sebagaimana diuraikan pada Bab II, mencakup pengertian, faktor-faktor yang memengaruhi, macam-macam, indikator, serta manfaat *brand image*, dan diakhiri dengan analisis

gap (kesenjangan) antara harapan masyarakat dan realitas layanan yang diberikan madrasah.

1. *Brand image* MAN 2 Pasuruan dalam Perspektif Persepsi, Kepercayaan, dan Penilaian Masyarakat

Brand image dimaknai sebagai keseluruhan persepsi, kepercayaan, dan penilaian masyarakat terhadap mutu, kredibilitas, dan keunikan suatu lembaga pendidikan.⁸⁵

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Program Kelas Inspiratif secara nyata membentuk ketiga dimensi tersebut. Persepsi masyarakat terbentuk melalui pengetahuan mereka tentang keberadaan kelas-kelas peminatan yang unik dan tidak dimiliki sekolah lain di sekitarnya; kepercayaan terbentuk terutama melalui Kelas Tahfidz yang menjawab kebutuhan pendidikan keagamaan orang tua di lingkungan pesantren; sedangkan penilaian terbentuk dari bukti nyata berupa prestasi siswa, produk karya (buku, aplikasi, hasil jahitan), maupun keberhasilan alumni menembus perguruan tinggi negeri. Ketiga dimensi ini saling menguatkan dan pada akhirnya bermuara pada peningkatan animo pendaftar sebagaimana tergambar pada data PPDB di Bab I.

2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Brand image* MAN 2 Pasuruan

Sebagaimana diuraikan pada Bab II, *brand image* dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu kualitas layanan, keunggulan/keunikan program,

⁸⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 322–330.

komunikasi dan promosi, serta pengalaman dan rekomendasi (word of mouth).⁸⁶

Keempat faktor tersebut seluruhnya ditemukan berperan dalam pembentukan *brand image* MAN 2 Pasuruan. Kualitas layanan tercermin dari keseriusan tim kurikulum dalam mendesain pembelajaran kelas inspiratif agar tidak mengganggu mata pelajaran utama. Keunikan program tercermin dari lima peminatan yang saling melengkapi antara nilai keagamaan, akademik, bahasa, dan keterampilan vokasional. Komunikasi dan promosi tercermin dari pemanfaatan website, media sosial, dan kegiatan open house secara terpadu. Adapun faktor pengalaman dan rekomendasi tercermin secara kuat dari testimoni wali murid maupun peserta didik yang menyatakan keyakinannya memilih MAN 2 Pasuruan setelah melihat prestasi yang dipublikasikan melalui media sosial madrasah, serta rekomendasi dari sesama orang tua di lingkungan sekitar.

3. Macam-Macam *Brand image* yang Terbentuk

itinjau dari objek yang dipersepsikan, *brand image* dapat dibedakan menjadi citra lembaga (*corporate image*), citra produk/program (*product image*), dan citra pemakai (*user image*).⁸⁷

Temuan penelitian menunjukkan ketiga macam citra tersebut terbentuk secara bersamaan melalui Program Kelas Inspiratif. Corporate

⁸⁶ Freddy Rangkuti, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 5–8.

⁸⁷ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 83–85.

image tercermin dari posisi MAN 2 Pasuruan sebagai satu-satunya sekolah negeri yang berada di lingkungan pondok pesantren, sekaligus mampu mencetak alumni yang kompetitif secara nasional. Product image tercermin dari citra khas masing-masing peminatan: citra religius yang kuat pada Kelas Tahfidz dengan target hafalan hingga 15 juz, citra intelektual pada Kelas Literasi melalui produk buku dan kumpulan puisi karya siswa, citra global pada Kelas Bilingual melalui penguasaan tiga bahasa asing, serta citra kreatif dan modern pada Kelas Fashion dan Digital melalui keterampilan merancang busana, desain grafis, dan video editing. Adapun user image tercermin dari kebanggaan dan rasa percaya diri peserta didik yang merasa lebih termotivasi dan dihargai karena dapat mengembangkan diri sesuai minat dan bakatnya masing-masing.

4. Manfaat *Brand image* bagi MAN 2 Pasuruan

Brand image yang kuat memberikan sejumlah manfaat strategis, di antaranya meningkatkan daya tarik dan animo masyarakat, membangun loyalitas jangka panjang, memperkuat daya saing, memudahkan penerimaan program baru, serta menjadi aset tidak berwujud (intangible asset) bagi keberlangsungan lembaga.⁸⁸

Manfaat-manfaat tersebut selaras dengan temuan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa penguatan *brand image* melalui Program Kelas Inspiratif telah berdampak konkret pada peningkatan jumlah pendaftar dari

⁸⁸ Freddy Rangkuti, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 20–22.

410 orang pada TP 2022/2023 menjadi 610 orang pada TP 2024/2025, disertai kenaikan tingkat keketatan PPDB dari 142% menjadi 190% sebagaimana telah dipaparkan pada Bab I. Selain manfaat kuantitatif tersebut, *brand image* yang kuat juga tercermin secara kualitatif dari loyalitas wali murid yang tetap mempercayakan pendidikan anaknya pada MAN 2 Pasuruan karena keyakinan atas mutu keagamaan dan akademik yang ditawarkan, sebagaimana diperkuat oleh berbagai testimoni pada Bab IV.

5. Analisis Gap (Kesenjangan) antara Harapan Masyarakat dan Realitas Layanan

Gap analysis digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan masyarakat/orang tua terhadap mutu pendidikan ideal dengan realitas layanan yang ditawarkan lembaga.⁸⁹

Data prasurvei pada Bab I menunjukkan bahwa 38% responden tertarik karena Kelas Digital, 32% karena Kelas Tahfidz dan Kitab Kuning, 20% karena Kelas Desain Busana dan Literasi/Riset, serta 10% karena faktor lain. Jika data harapan tersebut dikonfrontasikan dengan temuan kendala pada Bab IV, tampak adanya kesenjangan (gap) yang perlu mendapat perhatian, yaitu antara tingginya harapan masyarakat terhadap Kelas Digital (38%, harapan tertinggi) dengan kendala keterbatasan sarana-prasarana teknologi dan kesiapan sumber daya manusia pada peminatan tersebut. Kesenjangan ini berpotensi menjadi titik rawan bagi keberlanjutan

⁸⁹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 95–98.

brand image madrasah apabila tidak segera diatasi, mengingat Kelas Digital merupakan salah satu daya tarik utama bagi calon peserta didik baru.⁹⁰

Sebaliknya, pada Kelas Tahfidz, kesenjangan antara harapan (32%) dan realitas relatif kecil, mengingat program ini didukung oleh basis nilai keagamaan pesantren yang telah lama menjadi kekuatan utama madrasah serta relatif minim kendala sumber daya dibandingkan kelas lain. Dengan demikian, semakin kecil kesenjangan antara harapan dan realitas layanan pada suatu peminatan, semakin kuat pula *brand image* yang terbentuk dari peminatan tersebut, dan sebaliknya, semakin besar kesenjangan yang terjadi, semakin besar pula risiko terkikisnya kepercayaan masyarakat terhadap janji branding yang telah dikomunikasikan madrasah.

6. Positioning Kompetitif MAN 2 Pasuruan di Tengah Persaingan Kompetitor

Sebagaimana telah dipaparkan pada Bab I, MAN 2 Pasuruan menghadapi persaingan dengan sejumlah lembaga pendidikan di wilayah Pasuruan, yaitu SMA Negeri dengan citra akademis umum yang tinggi berbasis sains dan OSN, MA Swasta dengan citra keagamaan berbasis tahfidz murni, serta SMK Negeri dengan citra siap kerja berbasis keterampilan vokasi. Dikaitkan dengan temuan pada penelitian ini, Program Kelas Inspiratif terbukti menjadi strategi positioning yang efektif bagi MAN 2 Pasuruan untuk bersaing dengan ketiga tipe kompetitor tersebut sekaligus, alih-alih hanya unggul pada satu aspek saja.

⁹⁰ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing* 49, no. 4 (1985): 44.

Melalui Kelas Tahfidz, MAN 2 Pasuruan mampu menandingi citra keagamaan MA Swasta, bahkan dengan nilai tambah berupa integrasi pembelajaran digital yang tidak dimiliki MA Swasta tersebut. Melalui Kelas Digital dan capaian prestasi akademik/riset, madrasah mampu bersaing dengan citra akademis SMA Negeri, sebagaimana ditegaskan oleh kepala madrasah bahwa prestasi dalam ajang olimpiade dan riset menjadi bukti nyata kualitas sekolah sekaligus sarana memperkenalkan keunggulan lembaga. Adapun melalui Kelas Fashion, madrasah mampu menandingi citra siap kerja SMK Negeri, namun dengan pembeda berupa balutan nilai-nilai keislaman yang melekat pada seluruh proses pembelajarannya. Dengan demikian, Program Kelas Inspiratif berfungsi sebagai strategi diferensiasi sekaligus konvergensi (differentiation-cum-convergence), yakni memadukan berbagai keunggulan kompetitor dalam satu payung program, sehingga MAN 2 Pasuruan dapat memposisikan diri sebagai madrasah yang paling komprehensif di antara para pesaingnya.

D. Keterkaitan Temuan dengan Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Bauran Pemasaran 7P)

Sebagai pelengkap analisis, temuan penelitian ini juga dapat dipetakan ke dalam kerangka bauran pemasaran pendidikan (marketing mix 7P), guna menegaskan bahwa keberhasilan Program Kelas Inspiratif dalam membangun

brand image tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil sinergi berbagai unsur pemasaran pendidikan Islam.⁹¹

Ketujuh unsur bauran pemasaran pendidikan tersebut dapat diuraikan satu per satu sebagai berikut.

Pada unsur product, Program Kelas Inspiratif dengan lima peminatannya (Tahfidz, Digital, Literasi, Fashion, dan Bilingual) merupakan wujud diferensiasi produk pendidikan yang menjadi nilai jual utama madrasah, sebagaimana secara eksplisit disampaikan oleh wakil kepala humas bahwa program ini menjadi nilai jual utama yang membedakan MAN 2 Pasuruan dari sekolah lain di sekitarnya.

Pada unsur price, kebijakan pembiayaan program disesuaikan dengan kondisi anggaran madrasah melalui mekanisme Rencana Dasar Madrasah (RDM) dan pedoman delapan Standar Nasional Pendidikan, sehingga setiap program yang dijalankan senantiasa mempertimbangkan aspek keterjangkauan biaya, baik bagi madrasah maupun bagi wali murid.

Pada unsur place, keberadaan madrasah di lingkungan pondok pesantren dengan cakupan wilayah peserta didik yang relatif luas, meliputi Kabupaten dan Kota Pasuruan serta beberapa daerah di sekitarnya seperti Malang, Probolinggo, dan Sidoarjo, menjadi unsur aksesibilitas dan positioning tersendiri, yakni sebagai satu-satunya madrasah negeri yang berlokasi di lingkungan pesantren pada wilayah tersebut.

⁹¹ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 265.

Pada unsur promotion, penggunaan website resmi, media sosial (Instagram, YouTube, dan Facebook), brosur, serta kegiatan open house menjadi kanal komunikasi utama madrasah dalam memperkenalkan Program Kelas Inspiratif kepada masyarakat, dengan capaian prestasi peserta didik turut difungsikan sebagai materi promosi yang memperkuat kredibilitas informasi yang disampaikan.

Pada unsur people, kompetensi koordinator dan guru pengampu masing-masing peminatan menjadi penentu utama mutu pelaksanaan program, sebagaimana tercermin dari kebijakan penunjukan koordinator berdasarkan kompetensi dan pengalaman guru pada bidang yang relevan.

Pada unsur process, integrasi program ke dalam jam pelajaran reguler (enam jam per minggu) serta mekanisme evaluasi berkala menjamin keberlangsungan mutu layanan secara sistematis, sehingga proses pembelajaran pada setiap peminatan dapat berjalan terstruktur dan terukur.

Adapun pada unsur physical evidence, produk nyata seperti buku kumpulan cerpen dan puisi karya siswa, aplikasi atau website hasil kelas digital, serta hasil rancang busana dari kelas fashion menjadi bukti fisik yang meyakinkan masyarakat akan mutu dan keseriusan program, sekaligus menjadi materi dokumentasi yang mendukung unsur promotion.⁹²

Pemetaan tersebut menegaskan bahwa keberhasilan Program Kelas Inspiratif dalam meningkatkan *brand image* MAN 2 Pasuruan merupakan hasil dari pengelolaan yang relatif menyeluruh terhadap ketujuh unsur bauran pemasaran

⁹² Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 267–270.

pendidikan, meskipun sebagaimana telah dibahas pada bagian kendala, penguatan lebih lanjut masih diperlukan terutama pada unsur people (kesiapan SDM) dan physical evidence (sarana-prasarana) pada sejumlah peminatan tertentu.

7. Sintesis Keterkaitan Fokus Penelitian, Teori, dan Temuan

Untuk memperjelas benang merah antara fokus penelitian, teori yang digunakan sebagai pisau analisis, temuan kunci di lapangan, dan implikasinya terhadap *brand image*, berikut disajikan tabel sintesis sebagai rangkuman keseluruhan pembahasan.

Tabel 5. 1 Sintesis Keterkaitan Fokus Penelitian, Teori, Temuan, dan Implikasi

Fokus Penelitian	Teori (Bab II) yang Digunakan	Temuan Kunci (Bab IV)	Implikasi terhadap <i>Brand image</i>
Implementasi Program Kelas Inspiratif	Manajemen POAC (Terry; Hasibuan)	Perencanaan partisipatif; struktur pengelola berjenjang; pelaksanaan terintegrasi 6 jam/minggu; evaluasi berkala	Menjamin konsistensi mutu layanan sebagai basis pembentukan citra program (product image)
Kendala Pelaksanaan Program Kelas Inspiratif	Teori Implementasi Kebijakan (Edward III)	Kendala dominan pada sumber daya dan disposisi; komunikasi dan struktur birokrasi internal relatif baik	Kendala yang tidak segera diatasi berpotensi memperlebar gap antara janji branding dan realitas layanan
Dampak Program terhadap <i>Brand image</i>	Teori <i>Brand image</i> (Kotler & Keller; Sutisna; Rangkuti) dan Gap Analysis (Parasuraman dkk.)	Penguatan corporate, product, dan user image; peningkatan animo dan keketatan PPDB	<i>Brand image</i> madrasah menguat pada aspek keagamaan dan akademik,

			namun perlu penguatan pada Kelas Digital
--	--	--	---

Tabel sintesis tersebut menegaskan bahwa ketiga fokus penelitian tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling berkaitan secara sekuensial: implementasi yang baik akan meminimalkan kendala, sedangkan kendala yang teridentifikasi dan tertangani dengan tepat akan memperkuat dampak positif program terhadap *brand image* madrasah. Sebaliknya, implementasi yang kurang optimal dan kendala yang dibiarkan tanpa penanganan akan berisiko menggerus dampak positif yang telah dicapai, sebagaimana tampak pada kesenjangan yang masih ditemukan pada Kelas Digital akibat keterbatasan sumber daya.

Secara keseluruhan, pembahasan pada bab ini menunjukkan bahwa Implementasi Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan telah berjalan melalui siklus manajemen POAC yang relatif baik, meskipun masih diwarnai sejumlah kendala pada aspek sumber daya dan disposisi pelaksana sebagaimana diidentifikasi melalui teori implementasi kebijakan Edward III. Terlepas dari kendala tersebut, program ini terbukti memberikan dampak signifikan terhadap penguatan *brand image* madrasah, baik pada dimensi citra lembaga, citra program, maupun citra pengguna, sehingga secara keseluruhan mampu menjawab ketiga fokus penelitian yang dirumuskan pada Bab I. Temuan ini sekaligus menjadi landasan bagi perumusan kesimpulan dan saran pada bab selanjutnya.

BAB VI

PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari keseluruhan rangkaian penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, sekaligus memberikan saran yang bersifat konstruktif bagi berbagai pihak terkait, sebagai tindak lanjut dari temuan dan pembahasan mengenai Implementasi Program Kelas Inspiratif untuk Meningkatkan *Brand image* (Studi Kasus MAN 2 Pasuruan).

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV dan Bab V, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan

Implementasi Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan telah berjalan melalui empat fungsi manajemen yang saling berkesinambungan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi (POAC). Perencanaan dilakukan secara partisipatif dan berjenjang dengan berlandaskan penguatan visi dan misi madrasah. Pengorganisasian ditandai dengan pembagian tugas yang jelas antara kepala madrasah, wakil kepala kurikulum, wakil kepala hubungan masyarakat, dan koordinator masing-masing peminatan. Pelaksanaan diintegrasikan ke dalam jam pelajaran reguler dengan target capaian yang terukur pada setiap kelas. Evaluasi dilakukan secara berkala dan hasilnya dijadikan dasar perbaikan program secara berkelanjutan. Dengan demikian, implementasi Program Kelas Inspiratif telah memenuhi kaidah manajemen program pendidikan yang

baik, meskipun kematangannya pada setiap fungsi tidak sepenuhnya merata.

2. Kendala Pelaksanaan Program Kelas Inspiratif

Kendala pelaksanaan Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan, jika ditelaah melalui empat variabel implementasi kebijakan Edward III, paling dominan bersumber dari variabel sumber daya (keterbatasan sarana-prasarana dan pendanaan) dan disposisi (variasi kesiapan dan komitmen guru pelaksana), sementara variabel komunikasi dan struktur birokrasi internal relatif telah berjalan baik. Kendala eksternal juga ditemukan berupa terbatasnya dukungan pendanaan dari Kementerian Agama dalam mengakomodasi seluruh kebutuhan operasional program.

3. Dampak Program Kelas Inspiratif terhadap *Brand image* MAN 2 Pasuruan

Program Kelas Inspiratif terbukti memberikan dampak signifikan terhadap penguatan *brand image* MAN 2 Pasuruan pada tiga dimensi sekaligus, yaitu citra lembaga (*corporate image*), citra program (*product image*), dan citra pengguna (*user image*). Dampak ini tercermin secara kuantitatif dari peningkatan jumlah pendaftar PPDB dari 410 orang (TP 2022/2023) menjadi 610 orang (TP 2024/2025) serta kenaikan tingkat keketatan dari 142% menjadi 190%, dan secara kualitatif dari penguatan kepercayaan keagamaan, loyalitas wali murid, serta positioning kompetitif madrasah di tengah persaingan dengan SMA Negeri, MA Swasta, dan SMK Negeri di wilayah Pasuruan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Program Kelas Inspiratif merupakan strategi refocusing program unggulan yang efektif

dalam meningkatkan *brand image* MAN 2 Pasuruan, meskipun keberlanjutannya ke depan masih memerlukan penguatan pada aspek sumber daya manusia, sarana-prasarana, dan dukungan pendanaan agar dampak positif yang telah dicapai dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi MAN 2 Pasuruan

- a. Meningkatkan pemerataan kompetensi dan kesiapan guru pengampu Program Kelas Inspiratif melalui pelatihan dan pendampingan berkala, khususnya bagi koordinator dan guru pada peminatan yang masih menunjukkan tingkat respons dan kesiapan yang belum optimal.
- b. Mengupayakan pemenuhan sarana dan prasarana penunjang, khususnya pada Kelas Digital dan Kelas Fashion, mengingat kedua peminatan tersebut memerlukan investasi sarana yang relatif tinggi namun memiliki daya tarik besar bagi calon peserta didik.
- c. Mempertahankan dan mengembangkan mekanisme evaluasi berkala yang telah berjalan baik, dengan menjadikannya sebagai dasar perbaikan program secara berkelanjutan pada setiap tahun ajaran.
- d. Menjaga konsistensi antara janji branding yang dikomunikasikan melalui media promosi dengan realitas pelaksanaan program di

lapangan, guna mencegah terjadinya kesenjangan (gap) yang dapat mengikis kepercayaan masyarakat.

2. Bagi Kementerian Agama

- a. memberikan dukungan pendanaan maupun afirmasi kebijakan yang lebih memadai bagi madrasah yang mengembangkan program unggulan inovatif berbasis refocusing Kurikulum Merdeka, seperti Program Kelas Inspiratif di MAN 2 Pasuruan.
- b. Menjadikan model refocusing program unggulan di MAN 2 Pasuruan sebagai salah satu rujukan (best practice) bagi madrasah lain dalam mengembangkan strategi branding berbasis diferensiasi kurikulum.

3. Bagi Orang Tua dan Masyarakat

Turut berperan aktif memberikan umpan balik kepada madrasah terkait pelaksanaan Program Kelas Inspiratif, sehingga madrasah dapat terus menyesuaikan program dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Mengembangkan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik besaran pengaruh Program Kelas Inspiratif terhadap *brand image* madrasah, sebagai pelengkap temuan kualitatif pada penelitian ini.
- b. Memperluas cakupan penelitian pada madrasah atau sekolah lain yang menerapkan strategi refocusing program unggulan serupa, guna memperkaya khazanah kajian educational branding dalam

manajemen pendidikan Islam.



DAFTAR PUSTAKA

- “Anjuran Islam tentang Etos Kerja dan Profesionalisme,” NU Online, accessed August 8, 2026, <https://nu.or.id/khutbah/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme-5EIUf>.
- “Disertasi Galih Permadi (1)_watermark.Pdf,” n.d., accessed August 8, 2026, https://digilib.uinkhas.ac.id/56168/1/disertasi%20galih%20permadi%20%281%29_watermark.pdf.
- “Garuda - Garba Rujukan Digital,” accessed August 8, 2026, <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/5434519>.
- “Strategi Branding Sekolah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing | Academy of Education Journal,” accessed August 8, 2026, <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/fkip/article/view/2419>.
- “Surat Al-Ahzab Ayat 21: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/al-ahzab/21>.
- “Surat Al-Ahzab Ayat 70: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/al-ahzab/70>.
- “Surat Al-Mujadilah Ayat 11: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/al-mujadilah/11>.
- “Surat An-Nisa’ Ayat 29: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” accessed August 8, 2026, <https://quran.nu.or.id/an-nisa/29>.
- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research,” *Journal of Marketing* 49, no. 4 (1985): 44.
- Ahmad Bahrudin, dkk., “Strategi Differentiation Branding dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Lembaga Pendidikan Islam,” *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2022): 412–425.
- Ali Masyhar, Wakil Kepala Hubungan Masyarakat MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)

- Balya Ahmad, Koordinator kelas literasi MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 51–53.
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 265–270.
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 265.
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 267–270.
- David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 88.
- David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 95–98.
- David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 95–98.
- Dokumen Kurikulum dan Profil Madrasah, Visi Misi MAN 2 Pasuruan Tahun Pelajaran 2024/2025.
- Dokumentasi Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) MAN 2 Pasuruan, diolah oleh peneliti, 2025.
- E. Mulyasa, Implementasi Kurikulum Merdeka: Perubahan dan Tantangan (Jakarta: Bumi Aksara, 2022), hlm. 45.
- Eko Murdiyanto, op.Cit., h. 59
- Freddy Rangkuti, The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 5–8.
- Freddy Rangkuti, The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 20–22.

Freddy Rangkuti, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 5–8.

Freddy Rangkuti, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 20–22.

George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 9–10.

George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 17–18.

George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 53–54.

George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 89–90.

George C. Edward III, *Implementing Public Policy* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1980), hlm. 125–126.

George R. Terry, diterjemahkan oleh G. A. Ticoalu, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 15–17.

George R. Terry, diterjemahkan oleh G. A. Ticoalu, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 181–183.

Hardani Ahyar, dkk. ‘‘Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.’’ Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020: 163.

Hasil prasurvei peneliti terhadap 50 orang tua/wali peserta didik baru MAN 2 Pasuruan Tahun Pelajaran 2024/2025.

HR. at-Tirmidzī, *Sunan at-Tirmidzī, Kitāb al-Buyū‘*, no. 1209, dinilai hasan oleh at-Tirmidzī.

HR. Muslim, *Shahīh Muslim, Kitāb al-Imān*, no. 102, dari Abu Hurairah r.a.

Ibid Hal 31-32

Ibid Hal 31-32

Ibid Hal 32

- Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Islamic Education Management: Strategi Kelola Pendidikan Islam Bermutu* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 210–215.
- Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Islamic Education Management: Strategi Kelola Pendidikan Islam Bermutu* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 220–225.
- Irham Zuhdi, Kepala MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)
- Juwairiyah, Wali Murid MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 262/M/2022 tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 56/M/2022 tentang Pedoman Penerapan Kurikulum dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran.
- Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia tentang Pedoman Implementasi Kurikulum Merdeka pada Madrasah.
- Lainuvar Alinah, Siswi kelas literasi MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Roesdakarya, 2007), 6.
- Lukman Chakim, Wakil Kepala Kurikulum MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 7 Maret 2026)
- Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 40–41.
- Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 118–120.
- Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 241–242.
- Masganti Sitorus, *Metodologi Penelitian Pendidikan Islam*, (Medan: IAIN PRESS, 2011), 197.

Mayana Ratih Permatasari, *BRANDING IMAGE STRATEGY PESANTREN SALAF WALISONGO SRAGEN DI ERA DISRUPSI; SEBUAH PERGESERAN PARADIGMA LEMBAGA* | *Evaluasi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, April 2, 2023, <https://e-journal.staima-alhikam.ac.id/evaluasi/article/view/1002?articlesBySimilarityPage=2>.

Moh Fachri et al., *Branding Image Melalui Penerapan Pendidikan Inklusif Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah* | *PALAPA*, October 25, 2022, <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/palapa/article/view/2202>.

Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 26.

Muhammad Fathul Amin et al., “Revitalizing the Madrasah Brand: A Strategic Roadmap for Enhancing Quality and Fortifying Image,” *Journal of Educational Management Research* 2, no. 2 (2023): 69–84, <https://doi.org/10.61987/jemr.v2i2.244>.

Muhammad Rahmad, “Analisis Kesenjangan Persepsi Masyarakat terhadap *Brand image* Madrasah Aliyah Negeri,” *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 7, no. 3 (2022): 340–355.

Nurul Mukarromah, iswi Kelas Tahfidz MAN 2 Pasuruan, wawancara (Pasuruan, 9 Maret 2026)

Observasi dan analisis peneliti terhadap profil sekolah dan madrasah kompetitor di wilayah Kabupaten Pasuruan, 2025.

Philip Kotler and Karen F. A. Fox, *Strategic Marketing for Educational Institutions*, 2nd ed. (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1995), hlm. 6.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 145.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 322.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 330–332.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 322–330.

- Rudi Hariawan et al., "MANAJEMEN *BRAND IMAGE* MENUJU SEKOLAH EFEKTIF," *COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 234–42, <https://doi.org/10.51878/community.v4i2.4185>.
- Sapto Haryoko, dkk, *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*, (Makassar: Badan Penerbit UNM Universitas Negeri Makassar, 2020), h. 151.
- Shafiyurrahman al-Mubarakfuri, *Ar-Rahiq al-Makhtum-Sirah Nabawiyah: Sejarah Lengkap Kehidupan Nabi Muhammad Salallahu 'alaihi wasalam* (Qisthi Press, 2016).
- Shofi Tiara and Dian Fordian, "Strengthening *Brand image* through Integrated Marketing Communication: A Case Study of Sekolah Kak Seto's Approach to Educational Service Marketing," *SKETSA BISNIS* 12, no. 1 (2025): 1–11, <https://doi.org/10.35891/jsb.v12i1.4741>.
- Siti Fatimah, "Implementasi Kurikulum Merdeka dan Inovasi Program Unggulan Berbasis Digital di Madrasah Aliyah," *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2023): 89–104.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 240.
- Sukarji Sukarji and Zuhri Zuhri, "Optimizing Digital Branding to Strengthen Brand Identity in Islamic Schools: A Study of MAN 2 Tulungagung," *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan* 10, no. 02 (2024): 307–16, <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v10i02.11336>.
- Suryono Suryono and Baidi Baidi, "Manajemen Kelas Khusus Olahraga Untuk Branding Madrasah Tsanawiyah Negeri 6 Sragen," *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)* 6, no. 1 (2026): 5860–66, <https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.7752>.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 83.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 83–85.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 83–85.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian MAN 2 Pasuruan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PASURUAN
MADRASAH ALIYAH NEGERI 2**

Jalan Ponpes Al-Yasini Areng-areng Sambisarah Wonorejo Pasuruan 67173
Telepon (0343) 4505223; Faksimile (0343) 4505223
Website: www.man2pasuruan.sch.id; E-mail: man2pasuruan@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 83/Ma.13.09.02/08/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Dr. MOH. IRHAM ZUHDI, S.Pd., M.Pd.**
NIP : 196707112006041001
Pangkat/Golongan : Pembina / IV a
Jabatan : Kepala MAN 2 Pasuruan

Menerangkan bahwa :

Nama : **Elif Nur Hubbi Fitriya**
Jabatan : Mahasiswa Magister Manajemen Pendidikan Islam
Pascasarjana UIN Maliki Malang
NIM : 240106210051
Judul Penelitian : "Implementasi Program Kelas Inspiratif Untuk
Meningkatkan Brand Image (Studi Kasus di Madrasah
Aliyah Negeri 2 Pasuruan)"

Nama tersebut diatas telah melaksanakan penelitian di MAN 2 Pasuruan Pada Bulan Mei 2026.

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pasuruan, 8 Agustus 2026

Kepala



Moh. Irham Zuhdi

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

Lampiran 2: Pedoman Wawancara

No	Pedoman Wawancara	Indikator	Sub Indikator	Instrumen
1	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Perencanaan	Latar belakang dan tujuan program	Apa yang melatarbelakangi MAN 2 Pasuruan mengembangkan Program Kelas Inspiratif?
2	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Perencanaan	Penguatan visi madrasah	Bagaimana keterkaitan Program Kelas Inspiratif dengan visi dan misi MAN 2 Pasuruan?
3	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Perencanaan	Proses penyusunan program	Bagaimana proses perencanaan dan penyusunan Program Kelas Inspiratif?
4	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Perencanaan	Bentuk program	Apa saja jenis Kelas Inspiratif yang dikembangkan di MAN 2 Pasuruan?
5	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Pengorganisasian	Struktur dan pembagian tugas	Bagaimana pembagian tugas dan tanggung jawab dalam pengelolaan Program Kelas Inspiratif?
6	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Pengorganisasian	Koordinator dan guru pengampu	Bagaimana peran koordinator dan guru pengampu dalam pelaksanaan program?
7	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Pelaksanaan	Integrasi dalam pembelajaran	Bagaimana Program Kelas Inspiratif dilaksanakan dalam kegiatan pembelajaran?
8	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Pelaksanaan	Alokasi waktu	Berapa alokasi waktu yang diberikan untuk kegiatan Kelas Inspiratif dalam satu minggu?

9	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Pelaksanaan	Seleksi dan peminatan siswa	Bagaimana proses siswa mengikuti atau memilih Kelas Inspiratif sesuai minat dan bakatnya?
10	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Evaluasi	Evaluasi program	Bagaimana proses evaluasi Program Kelas Inspiratif dilakukan?
11	Implementasi Program Kelas Inspiratif	Evaluasi	Perkembangan peserta didik	Bagaimana evaluasi terhadap perkembangan dan capaian peserta didik dilakukan?
12	Kendala Program Kelas Inspiratif	Sumber daya manusia	Kesiapan guru	Apa saja kendala yang berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia dalam pelaksanaan program?
13	Kendala Program Kelas Inspiratif	Sarana dan prasarana	Ketersediaan fasilitas	Bagaimana kondisi sarana dan prasarana dalam mendukung pelaksanaan Program Kelas Inspiratif?
14	Kendala Program Kelas Inspiratif	Pendanaan	Dukungan pembiayaan	Bagaimana dukungan pendanaan terhadap keberlangsungan Program Kelas Inspiratif?
15	Dampak Program Kelas Inspiratif	<i>Brand image</i>	Persepsi masyarakat	Bagaimana Program Kelas Inspiratif memengaruhi persepsi masyarakat terhadap MAN 2 Pasuruan?
16	Dampak Program Kelas Inspiratif	<i>Brand image</i>	Kepercayaan masyarakat	Bagaimana program tersebut membangun kepercayaan orang tua dan masyarakat?

17	Dampak Program Kelas Inspiratif	<i>Brand image</i>	Keunggulan dan diferensiasi	Bagaimana Program Kelas Inspiratif menjadi pembeda MAN 2 Pasuruan dengan sekolah/madrasah lain?
18	Dampak Program Kelas Inspiratif	<i>Brand image</i>	Minat peserta didik	Bagaimana program tersebut memengaruhi minat calon peserta didik untuk memilih MAN 2 Pasuruan?
19	Dampak Program Kelas Inspiratif	<i>Brand image</i>	Prestasi dan publikasi	Bagaimana prestasi siswa dan publikasi program mendukung citra MAN 2 Pasuruan?
20	Dampak Program Kelas Inspiratif	<i>Brand image</i>	Penguatan citra madrasah	Bagaimana perubahan citra MAN 2 Pasuruan setelah adanya Program Kelas Inspiratif?

Lampiran 3: Transkrip Wawancara

1. Wawancara Kepala Sekolah MAN 2 Pasuruan

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
1	Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd.	Apa yang melatarbelakangi pengembangan Program Kelas Inspiratif?	Pendidikan harus terus berkembang dan mengikuti perkembangan zaman. Karena itu, MAN 2 Pasuruan mengembangkan program yang dapat menyesuaikan kebutuhan siswa sekaligus memperkuat daya saing dan citra madrasah.
2	Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd.	Bagaimana keterkaitan program dengan visi madrasah?	Visi madrasah tetap menjadi dasar. Visi tersebut diperkuat agar tidak hanya menjadi slogan, tetapi dapat diwujudkan melalui program-program nyata dalam proses pembelajaran.
3	Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd.	Bagaimana proses penyusunan Program Kelas Inspiratif?	Program disusun melalui beberapa tahapan, mulai dari diskusi kelompok kecil, dilanjutkan forum yang lebih besar, kemudian dibahas dalam rapat madrasah hingga menjadi program resmi.
4	Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd.	Bagaimana evaluasi Program Kelas Inspiratif dilakukan?	Evaluasi dilakukan setiap semester dengan melihat capaian masing-masing kelas, seperti target hafalan, karya siswa pada kelas literasi, dan produk yang dihasilkan kelas digital. Hasil evaluasi digunakan untuk menentukan program yang perlu diperkuat pada tahun berikutnya.
5	Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd.	Apa kendala utama dalam pelaksanaan program?	Kendala utama berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia yang belum merata. Masih terdapat perbedaan respons, kompetensi, kreativitas, dan komitmen guru dalam mendukung program.
6	Dr. Ir. H. Irham Zuhdi, M.Pd.	Bagaimana program berdampak terhadap <i>brand image</i> madrasah?	Program dan prestasi yang dihasilkan meningkatkan minat calon siswa serta menjadi bukti kualitas madrasah. Hal tersebut membantu memperkenalkan

			keunggulan MAN 2 Pasuruan kepada masyarakat.
--	--	--	--

2. Wawancara Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
7	Lukman Chakim, S.Pd., Waka Kurikulum	Bagaimana pembagian tugas dalam pengelolaan Kelas Inspiratif?	Setiap kelas inspiratif memiliki koordinator masing-masing. Koordinator bertugas mengoordinasikan guru pengampu, menyusun jadwal, serta melaporkan capaian program setiap bulan sehingga penanggung jawab setiap lini menjadi jelas.
8	Lukman Chakim, S.Pd., Waka Kurikulum	Bagaimana program diintegrasikan dalam pembelajaran?	Program Kelas Inspiratif diintegrasikan ke dalam jam pelajaran dengan memperhatikan agar kegiatan literasi, tahfidz, bilingual, fashion, dan digital tidak mengganggu pencapaian kompetensi mata pelajaran lainnya.
9	Lukman Chakim, S.Pd., Waka Kurikulum	Berapa alokasi waktu untuk Kelas Inspiratif?	Dalam satu minggu terdapat alokasi enam jam pelajaran untuk kegiatan Kelas Inspiratif. Waktu tersebut digunakan untuk memperdalam pembelajaran sesuai minat dan bakat siswa.
10	Lukman Chakim, S.Pd., Waka Kurikulum	Bagaimana evaluasi program dilakukan?	Evaluasi dilakukan dengan melihat capaian program dan meminta masukan dari siswa serta wali murid. Masukan tersebut menjadi bahan perbaikan, misalnya dalam penyesuaian jadwal, fasilitas, dan komunikasi dengan orang tua.

3. Wawancara dengan Koordinator Kelas Inspiratif

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
11	Balya Akhmad, M.Pd.	Bagaimana pengorganisasian siswa dalam Kelas Inspiratif?	Siswa yang telah lolos seleksi awal dikelompokkan sesuai peminatan, misalnya kelompok penulis cerpen, puisi, dan jurnalistik. Setiap kelompok didampingi guru pengampu sehingga pembinaan lebih terarah.

12	Balya Akhmad, M.Pd.	Bagaimana evaluasi perkembangan siswa dilakukan?	Setiap siswa dievaluasi berdasarkan karya yang dihasilkan setiap bulan. Jika belum mencapai target, siswa diberikan pendampingan tambahan di luar jam Kelas Inspiratif.
13	Balya Akhmad, M.Pd.	Apa tujuan evaluasi tersebut?	Evaluasi dilakukan untuk memastikan setiap siswa mengalami perkembangan dan tidak sekadar mengikuti program sebagai formalitas.

4. Wawancara Wakil Kepala Sekolah Bidang Hubungan Masyarakat

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
14	Ali Masyhar, M.Pd., Waka Humas	Apa keunggulan Program Kelas Inspiratif bagi MAN 2 Pasuruan?	Kelas Inspiratif menjadi salah satu nilai jual utama madrasah karena siswa dapat memilih kelas sesuai minatnya. Program tersebut menjadi pembeda karena tidak semua sekolah memiliki program yang sama.
15	Ali Masyhar, M.Pd., Waka Humas	Bagaimana madrasah mempromosikan Program Kelas Inspiratif?	Promosi dilakukan melalui website resmi, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, serta kegiatan open house. Prestasi dan kejuaraan siswa juga secara tidak langsung menjadi media untuk memperkenalkan kualitas madrasah kepada masyarakat.
16	Ali Masyhar, M.Pd., Waka Humas	Siapa sasaran peserta didik Program Kelas Inspiratif?	Peserta didik berasal dari Kabupaten Pasuruan, Kota Pasuruan, dan beberapa daerah sekitar. Program dirancang untuk mewadahi siswa yang memiliki minat dan potensi dalam bidang bahasa, hafalan, menulis, desain, hingga keterampilan menjahit.

4. Wawancara Peserta Didik dan Wali Murid

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
----	------------	------------	---------

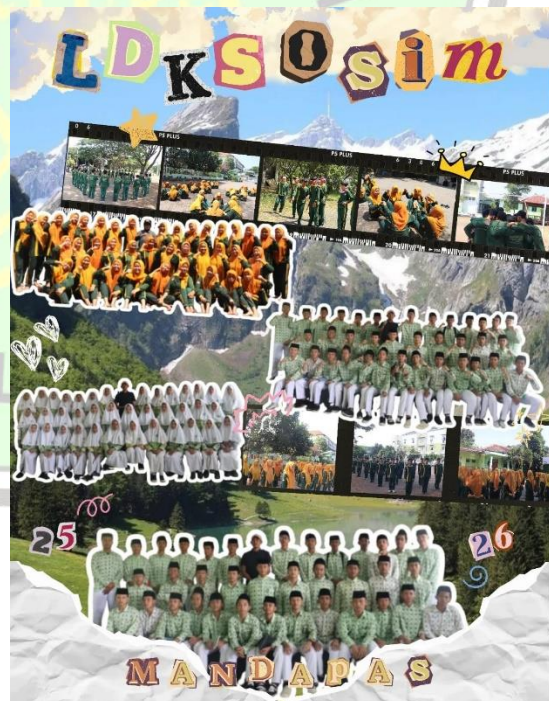
17	Lainuvar Alinah, Siswi Kelas Literasi	Mengapa memilih MAN 2 Pasuruan?	Karena dapat masuk ke kelas yang sesuai dengan minat. Program tersebut membantu siswa mengenali potensi, mengembangkan bakat, dan membuat proses belajar lebih menyenangkan.
18	Nurul Mukarromah, Siswi Kelas Tahfidz	Mengapa memilih Kelas Tahfidz di MAN 2 Pasuruan?	Karena didorong orang tua untuk melanjutkan hafalan Al-Qur'an yang sudah dimulai sejak MTs.
19	Endang Nuriawati, Wali Murid	Apa alasan memilih MAN 2 Pasuruan?	Karena madrasah memperhatikan pendidikan agama sekaligus memberikan pilihan kelas sesuai bakat anak. Prestasi MAN 2 Pasuruan yang sering dilihat melalui media sosial juga menambah keyakinan untuk menyekolahkan anak di madrasah tersebut.



Lampiran 4: Dokumentasi MAN 2 Pasuruan



Gambar 1. Brosur MAN 2 Pasuruan Gambar 2. Prestasi Siswa MAN Pasuruan



Gambar 3. Pembelajaran MAN 2 Pasuruan. Gambar 4. LDKS OSIM



Gambar 5 dan 6. Wawancara Penulis



Gambar 7. Wawancara Penulis



Gambar 8. Wawancara



Gambar 9. Wawancara Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Elif Nur Hubbi Fitriya

NIM : 240106210051

TTL : Pasuruan, 27 Januari 2000

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Jurusan : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Tahun Masuk : 2024

Alamat Rumah : Jeruk Krajan Rt. 004 Rw.003 Jeruk Kraton
Pasuruan

Riwayat Pendidikan : 1. TK Dharmawanita I Jeruk
2. SDN SIDOGIRI I
3. MTS Al-Yasini
4. MAN Kraton Al-Yasini
5. STAI Al-Yasini