

TESIS

**STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN
ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA
TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN**



Ihda Tsamrotul Hidayah

21502300063

PROGRAM STUDI MAGISTER PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2024/1446

TESIS

**STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN
ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA
TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN**



Ihda Tsamrotul Hidayah

21502300063

PROGRAM STUDI MAGISTER PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

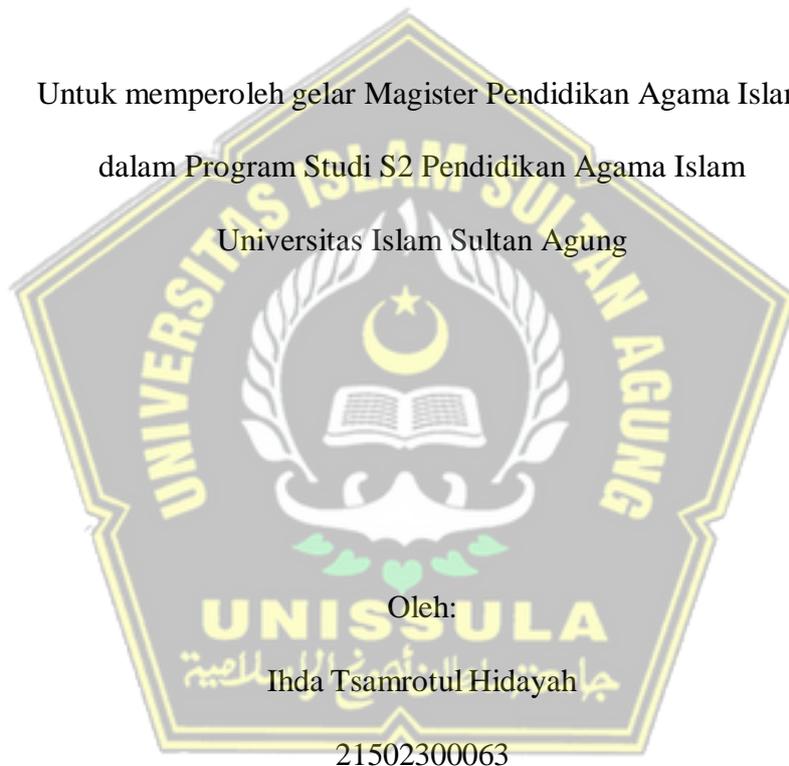
2024/1446

LEMBAR PERSYARATAN GELAR

STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN
ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA
TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN

TESIS

Untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan Agama Islam
dalam Program Studi S2 Pendidikan Agama Islam
Universitas Islam Sultan Agung



Oleh:

Ihda Tsamrotul Hidayah

21502300063

PROGRAM STUDI MAGISTER PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2024/1446

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN
ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA
TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN

Oleh:

Ihda Tsamrotul Hidayah

21502300063

Pada tanggal 31 Juli 2024 telah disetujui oleh:

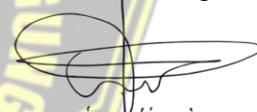
Pembimbing I



Dr. Susiyanto M. Ag

NIK. 211516024

Pembimbing II



Dr. Ahmad Mujib M.A

NIK. 211509014

Mengetahui:

Program Magister Pendidikan Agama Islam

Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Ketua



Dr. Agus Irfan SHL., MPI

NIK. 210513020

ABSTRAK

Ihda Tsamrotul Hidayah. 21502300063. **STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN.** Tesis, Magister Agama Islam Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Agustus 2024.

Lembaga pendidikan bersaing untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas mereka. Tetap berada dalam persaingan yang ketat ini adalah tujuannya. Salah satu strateginya adalah dengan melakukan *branding* terhadap lembaga atau sekolah itu sendiri.

Tujuan Penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

Studi ini menggunakan metodologi kualitatif dan deskriptif. Penelitian dilakukan di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, dan berlangsung dari sebelum penelitian hingga selesai. Kepala sekolah, humas, dan guru adalah subjek penelitian, sedangkan objek penelitian adalah strategi branding sekolah untuk meningkatkan minat masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti adalah instrumen kunci sebagai pengamat partisipasi pasif. Adapun analisis datanya dilakukan melalui reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil Penelitian ini menunjukkan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon meliputi: a. akreditasi sekolah; b. memperbaiki tingkah laku siswa; c. meningkat prestasi siswa; d. meningkat program unggul sekolah; dan e. meningkatkan kualitas alumni. Dan penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon dengan melibatkan seluruh pihak kelembagaan, baik sumber daya internal maupun eksternal, bekerjasama dengan badan penanggung jawab kebijakan dan pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Sedangkan dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon berdampak pada internal dan eksternal. dampak internalnya kualitas pelayanan pendidik dan tenaga pendidikan menjadi lebih baik, meningkatnya prestasi siswa dalam berbagai cabang, siswa memiliki akhlak yang baik. dampak eksternalnya minat masyarakat meningkat, kepercayaan masyarakat yang tinggi, kesadaran pengetahuan akan pendidikan meningkat, dan banyaknya penelitian pendidikan yang melakukan studi penelitian.

Kata Kunci: Strategi, *School Branding*, Animo.

ABSTRACT

Ihda Tsamrotul Hidayah. 21502300063. **STRATEGIES FOR SCHOOL BRANDING IN INCREASING COMMUNITY INTEREST IN ENROLLING CHILDREN AT MA TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN.** Thesis, Master of Islamic Religion, Islamic University Sultan Agung Semarang. August 2024.

Educational institutions compete to continuously improve and enhance their quality. Staying in this tight competition is the goal. One of the strategies is to brand the institution or school itself.

The purpose of this study is first to understand and analyze the school branding strategy for increasing public interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. The second objective is to comprehend and evaluate how the school branding strategy is being implemented to boost public interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. The third objective is to comprehend and analyze the impact of the school branding strategy in boosting public interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

This study uses qualitative and descriptive methodology. The research was conducted at MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, and it took place from before the study until its completion. The principal, public relations officer, and teachers are the subjects of the research, while the school's branding strategy to increase public interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan is the object of the research. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. Researchers are key instruments as passive participant observers. Data analysis involved data reduction, data presentation, and data verification.

The results of this research indicate that the school branding strategy to enhance community interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokulon includes: a. school accreditation; b. improving student behavior; c. increasing student achievement; d. enhancing the school's flagship programs; and e. improving alumni quality. The implementation of the school branding strategy to boost community interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokulon involves all institutional parties, both internal and external resources, collaborating with policy accountability bodies and stakeholders. Meanwhile, the impact of the school branding strategy on increasing community interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokulon affects both internal and external aspects. The internal impact is that the quality of service from educators and educational staff improves, student achievements in various fields increase, and students exhibit good character. The external impact includes a rise in community interest, high public trust, increased awareness of educational knowledge, and a growing number of educational research studies being conducted.

Keywords: Strategy, School Branding, Interest.

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN ANIMO
MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA TSAMROTUL
HUDA PULOKULON GROBOGAN

Oleh:

Ihda Tsamrotul Hidayah 21502300063

Tesis ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Program Magister Pendidikan Agama Islam

Unissula Semarang

Dewan Penguji Tesis,

Penguji I


Dr. Agus Irfan S.H.I, M. PI
NIK. 210513020

Penguji II


Dr. Warsiyah S. Pd. I., M.S.I
NIK. 211521035

Penguji III

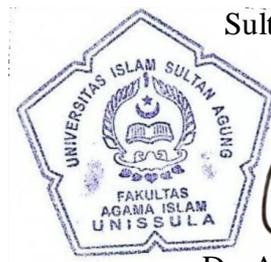

Drs. Asmaji Muchtar, Ph.D
NIK. 21152303

Mengetahui:

Program Magister Pendidikan Agama Islam Universitas Islam

Sultan Agung Semarang

Ketua




Dr. Agus Irfan SHI., MPI

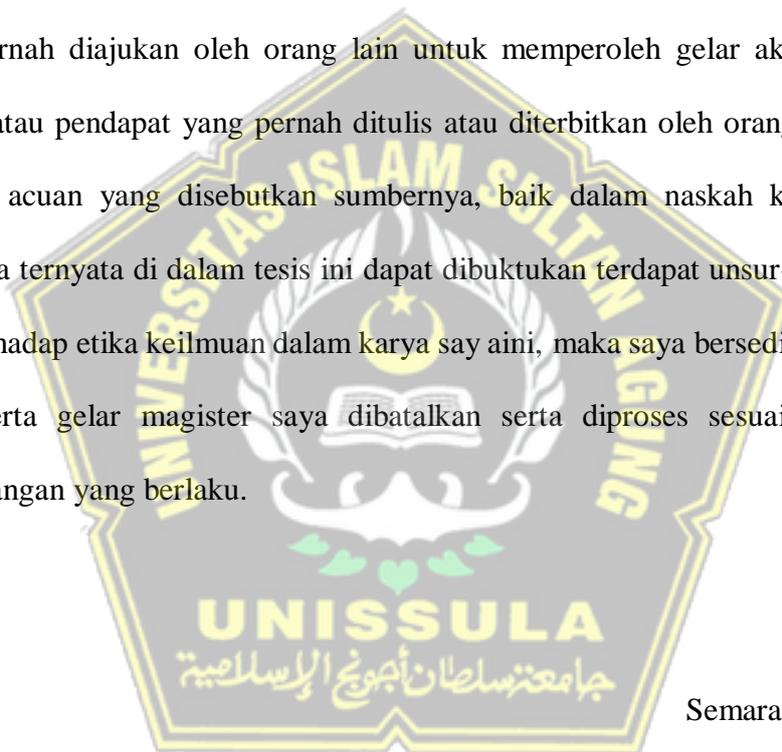
NIK. 210513020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Bismillahirrohmanirrohim.

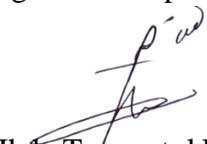
Dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

Tesis dengan judul: “STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN” beserta seluruh isinya adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik, serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, atau pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, maka saya bersedia, menerima sanksi, baik tesis beserta gelar magister saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Semarang, 27 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,


Ihda Tsamrotul Hidayah

21502300063

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT, karena telah memberikan rahmat, bimbingan dan kekuatan kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: “STRATEGI *SCHOOL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN”. Semoga shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis proses studi. Maka penulis menyatakan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat yakni:

1. Bapak Prof. Dr. Gunarto SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Drs. Muhammad Muhtar Arifin Sholeh M.Lib selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Semarang.
3. Bapak Dr. Agus Irfan M. PI sebagai Ketua Program Magister Pendidikan Islam Unissula Semarang.
4. Bapak Dr. Susiyanto M. Ag selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Ahmad Mujib M.A selaku pembimbing II yang telah sabar dan bijak dalam membimbing penulis selama menyusun tesis ini.
5. Tim dosen penguji, dan dosen-dosen Program Magister Pendidikan Islam UNISSULA Semarang yang telah banyak mencurahkan ilmu kepada penulis.
6. Seluruh staf administrasi program Magister Pendidikan Agama Islam UNISSULA Semarang.

7. Kepada Bapak Sudarmono S. Pd.I., M. si selaku kepala madrasah dan seluruh dewan guru dan karyawan MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan yang telah memberikan dukungan untuk penulis melanjutkan Program Megister Pendidikan Islam di UNISSULA sekaligus izin dalam melakukan penelitian ini.
8. Kepada kedua orang tua, adik, suami dan putra saya yang selalu mensuport mendo'akan agar melanjutkan dan menyelesaikan Program Megister Pendidikan Islam di UNISSULA.
9. Kepada teman-teman Magister Pendidikan Islam UNISSULA yang selalu memberikan semangat dan motivasinya.

Teriring do'a semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut memperoleh balasan dari Allah SWT dan dicatat sebagai amal shaleh, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.



Penulis

HALAMAN DAFTAR ISI

	Halaman
Cover Tesis	ii
Persyaratan Gelar.....	iii
Lembar Persetujuan	iv
Abstrak.....	v
Abstact	vi
Pengesahan.....	vii
Pernyataan.....	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	10

2.2 Kajian Hasil Penelian yang Relevan.....	48
2.3 Kerangka Berpikir.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	54
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Instrumen Penelitian.....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskriptif Data.....	61
4.3 Pembahasan	100
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Implikasi.....	133
5.3 Keterbatasan Penelitian	136
5.4 Saran	137
Daftar Pustaka.....	139
Lampiran-lampiran	

DAFTAR GAMBAR

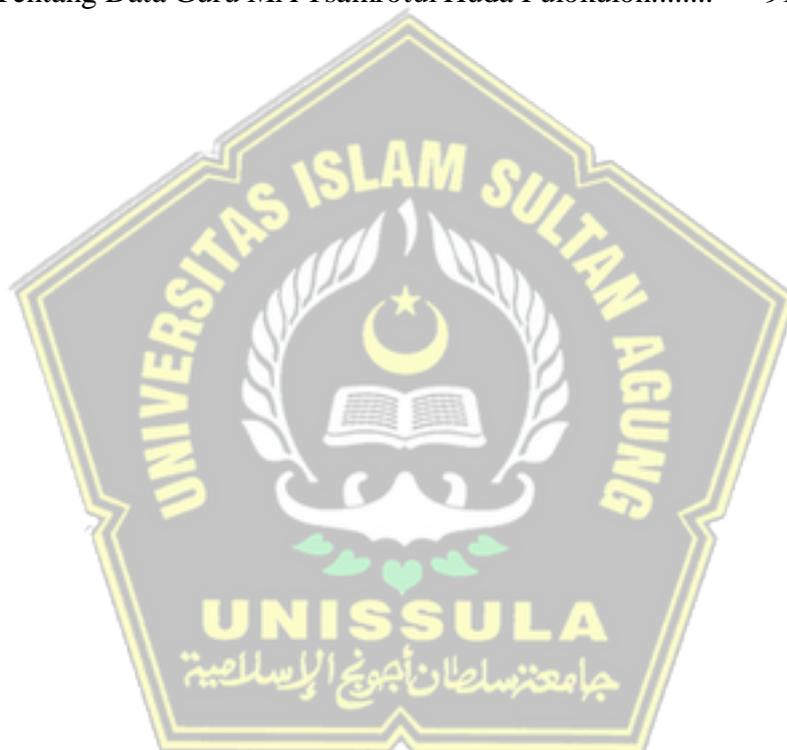
Halaman

Gambar 2.1 Tentang Kerangka Berpikir Penelitian.....	54
--	----



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Tentang Standar Kompetensi Kepala Sekolah.....	18
Tabel 4.1	Tentang Profil MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.	63
Tabel 4.2	Tentang Sarana dan Prasarana Pendukung.....	71
Tabel 4.3	Tentang Profil Kegiatan Ekstrakurikuler.....	86
Tabel 4.4	Tentang Deskripsi Guru Berdasarkan Tingkat Pendidikan.	91
Tabel 4.5	Tentang Data Guru MA Tsamrotul Huda Pulokulon.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian (Pedoman Wawancara)

Lampiran 2 Dokumentasi MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Lampiran 3 Surat Penelitian

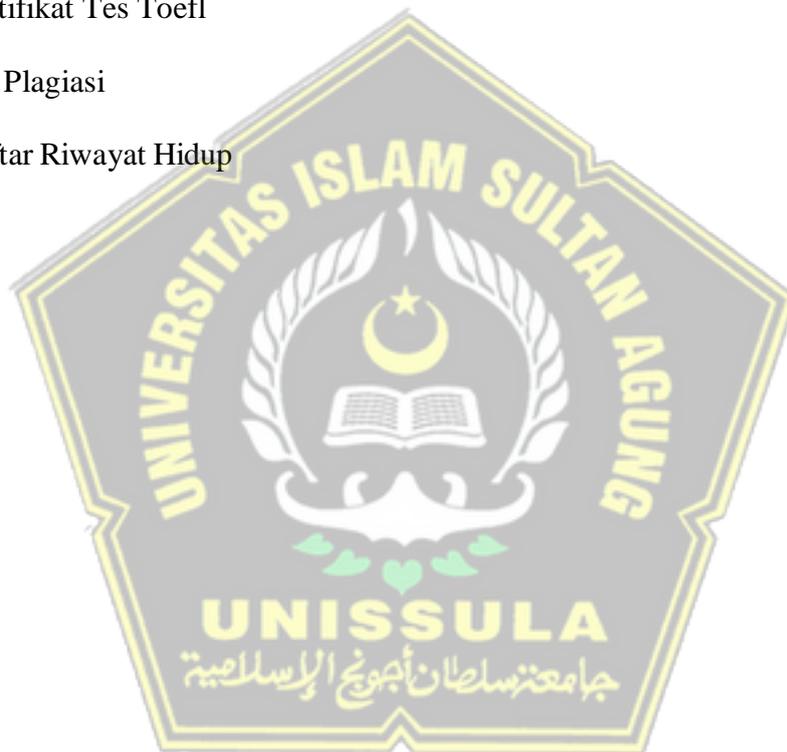
Lampiran 4 Bukti Penelitian

Lampiran 5 Sertifikat Stadium General dan Orientasi Mahasiswa Baru

Lampiran 6 Sertifikat Tes Toefl

Lampiran 7 Uji Plagiasi

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ketika dunia pendidikan dan teknologi berubah dengan begitu cepat, lembaga pendidikan bersaing untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas mereka. Untuk menarik perhatian masyarakat, kepala sekolah memainkan peran penting dalam memberikan informasi tentang program sekolah secara terbuka dan mudah dipahami oleh masyarakat. Tetap berada dalam persaingan yang ketat ini adalah tujuannya. Salah satu strateginya adalah dengan melakukan *branding* terhadap lembaga atau sekolah itu sendiri. (Riza Rizkiyah, 2020, pp. 1-2)

Tantangan terbesar dunia pendidikan dalam persaingan pendidikan adalah memantapkan diri dan memenuhi perannya, menyadarkan sekolah, orang tua, dan siswa akan keterbelakangannya dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi modern guna mendorong pembangunan dan kesejahteraan umat manusia baik secara materi maupun spiritual, sehingga diperlukan pendidikan yang berkualitas. (Mustika, 2020, p. 11) Masyarakat dan sekolah selalu sangat dekat satu sama lain. Sekolah adalah tempat belajar, dan masyarakat adalah tempat belajar berlangsung. Sebagai pemilik sekolah, masyarakat berpartisipasi dalam meningkatkan dan mendukung pendidikan sekolah. (Umar, 2016, p. 18)

Mutu sekolah adalah *branding* sekolah itu sendiri, yang digambarkan dalam berbagai program sekolah. (Meila Hayudiyani, 2020, p. 90) Mutu pendidikan di satuan pendidikan dapat dicapai apabila satuan pendidikan dapat memenuhi atau melampaui Standar Nasional Pendidikan (SNP) secara bertahap dan berkelanjutan.

Standar nasional pendidikan (SNP) menggabungkan delapan standar diantaranya: standar isi; standar proses; standar kompetensi lulusan (SKL); standar pendidik dan tenaga kependidikan; standar sarana dan prasarana; pengelolaan; standar pembiayaan; dan standar kompetensi pendidikan. Dalam hal ini, sesuai dengan kewenangannya, kepala sekolah bertanggung jawab untuk meningkatkan kualitas sekolah melalui pencapaian Standar Nasional Pendidikan (SNP).

Standar nasional pendidikan berfungsi sebagai dasar untuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pendidikan untuk memastikan bahwa pendidikan nasional berkualitas. Tujuan dari standar pendidikan nasional ini adalah untuk menjamin kualitas pendidikan nasional untuk meningkatkan kehidupan bangsa dan membentuk peradaban dan watak yang bermartabat. (Kebudayaan, 2017, p. 27)

Lembaga sekolah yang sudah sesuai dengan standart nasional pendidikan, tetap harus selalu berinovasi dengan beberapa srategi-strategi yang dilakukan untuk memenangkan persaingan. Ini adalah salah satu contoh dari masalah yang akan dihadapi lembaga pendidikan di masa depan karena tingkat persaingan yang tinggi dalam menawarkan jasa lembaga sekolah. (Mulyasana, 2013, p. 185)

Seiring berjalannya waktu dari tahun ke tahun dunia pendidikan pun mengalami banyak fenomena, salah satunya bermunculan sekolah-sekolah baru terutama sekolah swasta yang ini pastinya memunculkan adanya persaingan antar sekolah baru tersebut maupun sekolah swasta yang sudah lama berdiri dan masing-masing sekolah berebut untuk membuat citra positif di tengah masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini, sekolah harus mengambil berbagai macam inisiatif untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat umum. (Sholihah, 2018, p. 73)

Dari sinilah *branding* pada lembaga pendidikan penting dilakukan karena akan lebih mudah bagi sekolah yang telah memiliki *branding* untuk mendapatkan siswa atau sampai menolak siswa dan bagi sekolah yang baru membangun *branding*-nya membutuhkan usaha keras dalam membangun kepercayaan masyarakat. (Sholeh, 2022, p. 68) Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus meningkatkan kualitasnya untuk berdaya saing dengan lembaga pendidikan lainnya. Untuk melakukan ini, mereka dapat menggunakan *branding* sebagai salah satu cara untuk mengatasi persaingan yang meningkat dalam mengambil perhatian para peserta didik dan wali murid. Dengan membangun *branding*, diharapkan lembaga pendidikan semakin kuat dan berkualitas yang kemudian akan mempengaruhi calon peserta didik dan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan.

Kualitas suatu sekolah akan sangat ditentukan oleh sifat yang ingin dibentuk sekolah tersebut, sehingga ada satu titik fokus yang menjadi keunggulannya. Setiap pemangku kepentingan dan kebijakan sekolah harus memiliki kemampuan untuk mempelajari masalah dan potensi yang dapat memengaruhi citra sekolah. Setelah itu, sekolah harus dapat membuat *brand*-nya sendiri. Karena lembaga pendidikan tidak dapat berkembang tanpa hubungan yang baik dengan masyarakatnya.

Branding yang berhasil diciptakan akan menjadikan sekolah tumbuh dan berkembang, sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dan diinginkan sekolah. *Branding* sekolah akan mewarnai kualitas sebuah sekolah, termasuk kualitas lingkungan, kualitas interaksi dan kualitas suasana akademik. *Branding* sekolah yang efektif dapat membawa perubahan ke arah yang lebih baik. (Septiningsih, 2020, pp. 72-73) Karena sekolah yang memiliki citra kualitas yang baik di mata masyarakat, akan membentuk *branding* yang kuat untuk sekolah tersebut.

Freddy Rangkuti dalam Riza Rizkiyah menyatakan bahwa “berbagai asosiasi yang diingat oleh konsumen mengenai merek dapat dirangkai sehingga asosiasi tersebut dapat membentuk citra tentang merek atau image merek”. Kekuatan, kelebihan, dan keunikan suatu lembaga pendidikan adalah bagian dari *brand* atau citra atau merk yang baik. (Riza Rizkiyah, 2020, p. 2) Menurut Gunawan sebagaimana yang dikutip Sholihah, pencitraan sekolah atau *school branding* bukan dimaksudkan untuk mengemas ketidakbaikan sekolah menjadi terkesan baik, melainkan untuk mengemas dengan baik apa yang sudah dikerjakan oleh sekolah untuk dikomunikasikan kepada publik. Diharapkan, keadaan yang senyatanya akan memberi tahu masyarakat tentang hal-hal positif yang sudah dilakukan. (Sholihah, 2018, p. 75).

Strategi yang telah dirancang selalu menghadapi tantangan. Setiap hambatan yang muncul harus diselesaikan agar masalah ini tidak muncul lagi di tahun berikutnya. Dalam kasus ini, evaluasi digunakan untuk pemecahan masalah. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk mengevaluasi masalah atau tantangan yang muncul selama pelaksanaan dan kemudian menemukan cara untuk mengatasi masalah tersebut. Oleh karena itu, evaluasi sangat penting untuk keberhasilan program.

Branding yang dilakukan setiap masing-masing sekolah berbeda, begitu juga *branding* yang dibangun di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, lembaga sekolah harus melakukan inovasi dan strategi secara terus menerus. Penerapan strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan mengenalkan *branding* sekolah adalah menerapkan program mingguan setiap hari senin sampai dengan sabtu dimulai pada pukul 07.15 WIB pada anak, seperti halnya untuk kegiatan apel pagi yang dilaksanakan setiap hari senin

harapannya adalah anak tetap dan terus dikenalkan nilai-nilai kebangsaan dan cinta tanah air dengan menyanyikan lagu wajib Indonesia Raya. Untuk kegiatan mingguan pada hari Selasa, Rabu, Kamis dan Jum'at diawali dengan kegiatan sholat dhuha. Dilanjutkan dengan kegiatan pembacaan al asma' al husna, kemudian hafalan surat, tahsin bacaan qur'an, dan ngaji binnadzor. Pada akhir pekan diisi dengan kegiatan *fun day*. Kegiatan ini kurang lebih seperti kegiatan ekstrakurikuler disana juga cukup berjalan baik seperti menjahit atau tata busana, otomotif, pramuka, dan lain-lain. Yang mana kegiatan *fun day* anak-anak dapat memilih ekstra yang sesuai dengan yang diinginkan. Selain kegiatan di sekolah, kepala sekolah juga mendirikan Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) menjahit yang mana masyarakat bisa ikut belajar menjahit dan kegiatan ini tidak dipungut biaya. Ini menjadi salah satu hal yang menarik dan mendapat perhatian masyarakat sekitar, karena masih satu lokasi dengan sekolah. Selain kegiatan formal seperti di atas, kegiatan non formalnya juga ada, seperti anak-anak sekolah madrasah Taman Pendidikan Qur'an (TPQ) dan Madrasah Diniyyah (MADIN) yang masih satu yayasan. Ini menjadi salah satu hal yang menarik dan mendapat partisipasi masyarakat hingga lembaga mendapatkan citra yang positif. Hal ini juga menunjukkan betapa pentingnya peran strategis kepala sekolah untuk mencapai tujuan pendidikan dan keberhasilan sekolah. Pemimpin sekolah memikul tugas yang berbeda sebagai pemimpin dalam meningkatkan kualitas dan reputasi sekolah karena mereka memiliki kemampuan untuk mengantisipasi, menetapkan visi dan misi, dan membuat strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa program kegiatan MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan menarik perhatian wali murid dan masyarakat sekitar.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini dapat dikemukakan identifikasi masalah yang terkait dengan pada strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, antara lain:

- (1) Kurangnya keterlibatan *stakeholder*.
- (2) Rencana yang kurang jelas dan tepat.
- (3) Tidak memanfaatkan teknologi dan media sosial secara efektif.
- (4) Kesulitan dalam membedakan antara *image* dan realitas.
- (5) Tidak memperhitungkan perubahan lingkungan atau tren pendidikan.
- (6) Konsistensi *branding*

1.3 Pembatasan Masalah

Memperhatikan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini dibuat pembatasan masalah berikut:

- (1) Strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.
- (2) Penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

- (3) Dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan?

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dalam penelitian ini dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

- (1) Bagaimana strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan?
- (2) Bagaimana penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan?
- (3) Bagaimana dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah atas, maka dalam penelitian ini dibuat tujuan penelitian sebagai berikut:

- (1) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.
- (2) Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

- (3) Untuk mengetahui dan menganalisis dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki nilai dan mampu memberikan manfaat bagi dunia pendidikan baik secara teoretis maupun praktis, di antara manfaat yang peneliti harapkan antara lain:

(1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber data untuk meningkatkan *branding* sekolah dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Selain itu, hasilnya akan memberikan landasan teori dan bukti empiris untuk jenis penelitian yang mungkin dilakukan.

(2) Manfaat Praktis

Bagi Pemerintah: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan atau referensi dalam membuat perencanaan program untuk peningkatan kualitas pendidikan.

Bagi Sekolah: Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa informasi yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi lembaga pendidikan mengenai pentingnya peningkatan *school branding* bagi suatu lembaga.

Bagi Guru: Penelitian ini bisa memberi masukan kepada guru sebagai tolok ukur untuk peningkatan pengetahuannya yang didapat untuk proses pembelajaran yang bersifat berkelanjutan atau berkesinambungan.

Bagi Peneliti: Berharapkan dapat memperoleh gambaran dalam peningkatan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan baik pada lingkungan sekolah, masyarakat dalam kehidupan sosial beragama.

1.7 Sistematika Pembahasan

Agar tercapai sebuah karya ilmiah dengan kaidah pembuatan karya ilmiah dan sistematis, maka tesis disusun terdiri dari lima bagian, yaitu:

BAB I Pendahuluan, merupakan konsep dasar dari penelitian yaitu: Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

BAB II Kajian Teori, yang berisi: Kajian Teori, Kajian Hasil Penelitian yang Relevan dan Kerangka Berpikir (Kerangka Konseptual).

BAB III Metode penelitian, berisi tentang cara penulisan penelitian proposal tesis yang meliputi: Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian dan Teknik Analisis Data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang meliputi: Deskriptif Data dan Pembahasan.

BAB V Penutup, meliputi: Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

1. Strategi

Strategi adalah gabungan dua kata : *stratos* (tentara) dan *ago* (memimpin). Konteks strategi adalah bagaimana mengelola sumber daya (tentara, persenjataan, bahan pangan, dll.) untuk mencapai tujuan (memenangkan peperangan). Dalam bahasa Inggris, kata "strategy" berasal dari kata "siasat", "ilmu siasat", atau "akal", dan didefinisikan sebagai sebuah rencana yang teliti tentang kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, "strategi" juga didefinisikan sebagai "seni peperangan" dan "ilmu siasat". (Riza Rizkiyah, 2020, p. 3)

Kata *stratego* berarti merencanakan (*to plan actions*). *Strategy comes from the Greek strategos, which means as a leader in commanding troops or the art of generals to defeat the enemy using effective resources*). Strategi berarti merencanakan tindakan. Strategi berasal dari bahasa Yunani, "strategos", yang berarti "pemimpin tentara" atau "keahlian general untuk mengalahkan musuh dengan menggunakan sumber daya yang efektif." (Emerson Wagner Mainardes, 2014, p. 44) Atau *strategus* yang berarti komandan atau berarti pula perwira negara (*States Officer*). Komandan inilah yang harus merencanakan strategi, mulai dari mengarahkan pasukan untuk menang. Selanjutnya, pahami strategi sebagai keputusan bertindak yang diarahkan dan keseluruhan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Demikian juga strategi didefinisikan sebagai garis besar langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi dalam organisasi adalah kumpulan gagasan, pendirian, prinsip, dan standar yang ditetapkan sesuai kebutuhan. (Yasykur, 2016, p. 1188) Strategi secara singkat adalah metode atau cara, sedangkan secara umum strategi adalah suatu dorongan besar untuk bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. (Zain, 2002, p. 5)

Pada dasarnya, strategi pendidikan adalah seni atau pengetahuan memanfaatkan semua faktor kekuatan untuk mencapai tujuan pendidikan. Ini dicapai melalui perencanaan dan pengarahan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi lapangan saat ini.

Mintzberg dalam Mutohhar mengatakan bahwa upaya strategi terdiri dari lima arti yang saling terkait:

- a) Rencana menjelaskan secara rasional bagaimana organisasi dapat mencapai tujuan jangka panjang.
- b) Seseorang dapat menggunakan referensi untuk menilai apakah tindakan dan perilaku organisasi konsisten.
- c) Pandangan lokal yang dipilih oleh organisasi saat memulai operasinya.
- d) Dalam pandangan ini, organisasi dan lingkungannya dianggap sebagai satu kesatuan.
- e) Detail strategi organisasi, termasuk instruksi tentang cara menipu pesaing.

(Mutohhar, 2019, p. 75)

Singkatnya, strategi adalah suatu rencana yang digunakan untuk mengukur keberhasilan organisasi yang mencapai program sekolah yang unggul.

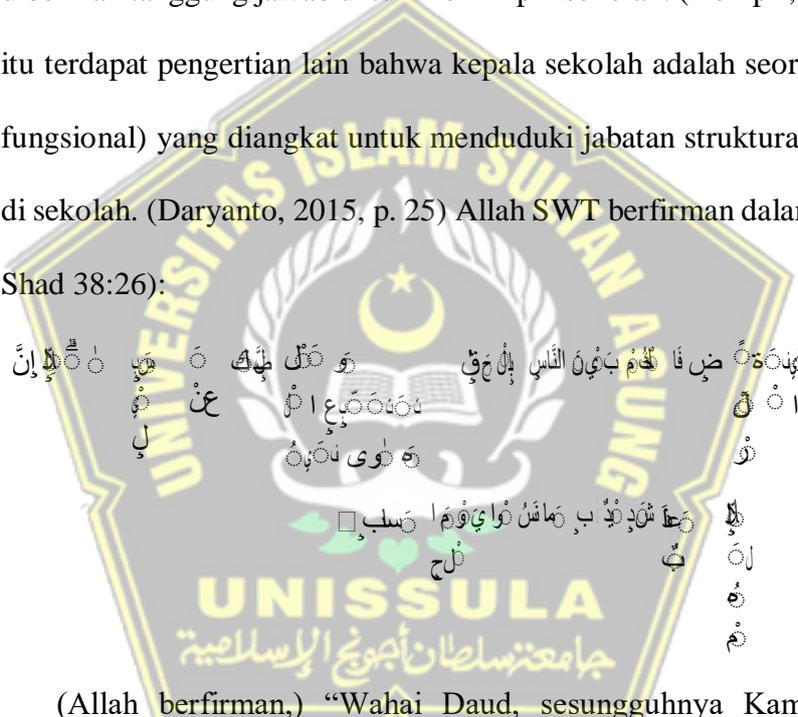
Keberhasilan dalam bersaing menunjukkan bagaimana suatu lembaga dapat dengan tepat memilih dan menerapkan strategi untuk memperoleh dan mempertahankan posisi dalam persaingan dengan memberikan hasil kinerja di atas rata-rata. Sebagai pemimpin, seorang kepala sekolah harus memiliki cara atau strategi untuk membujuk dan mengajak anggotanya untuk bertindak sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh pemimpin tersebut.

Pemimpin dalam lembaga sekolah biasa disebut dengan kepala sekolah atau kepala madrasah. Kepala sekolah atau madrasah memiliki peranan penting dalam sebuah sekolah karena ia yang mempengaruhi, mengarahkan, serta mengawasi semua personalia dalam hal yang ada kaitannya dengan kegiatan yang dilaksanakan sehingga dapat tercapai tujuan pendidikan yang efektif dan efisien.

Kepala sekolah berasal dari kata "kepala" dan "sekolah", yang berarti bahwa itu berfungsi sebagai pemimpin. Pemimpin yang dalam bahasa Inggris disebut *leader* dari akar kata *to lead* yang terkandung arti yang saling erat berhubungan, yaitu bergerak lebih awal, berjalan di depan, mengambil langkah pertama, berbuat paling dulu, memelopori, mengarahkan pikiran-pendapat tindakan orang lain, membimbing, menuntun, menggerakkan orang lain melalui pengaruhnya. Sekolah adalah lembaga atau tempat untuk menerima pembelajaran, dan bekerja sama dengan orang lain untuk melaksanakan proses pendidikan. (Basri, 2023, p. 47)

Konsep kepala sekolah berdasarkan peraturan menteri pendidikan dan kebudayaan republik indonesia nomor 6 tahun 2018 kepala sekolah merupakan

guru yang diberi tugas untuk memimpin dan mengelola satuan pendidikan. (Yuliana, 2021, p. 65) Kepala sekolah adalah orang yang memiliki kekuasaan serta pengaruh dalam menentukan kegiatan belajar mengajar di sekolah itu, kehidupan di sekolah diatur dengan sedemikian rupa melalui kepemimpinan seorang kepala sekolah. Kepemimpinan kepala sekolah akan berhasil apabila mereka memahami keberadaan sekolah sebagai organisasi yang kompleks dan unik serta mampu melaksanakan peranan kepala sekolah sebagai seseorang yang diberikan tanggung jawab untuk memimpin sekolah. (Kompri, 2015, p. 1) Selain itu terdapat pengertian lain bahwa kepala sekolah adalah seorang guru (jabatan fungsional) yang diangkat untuk menduduki jabatan struktural (kepala sekolah) di sekolah. (Daryanto, 2015, p. 25) Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an (Q.S Shad 38:26):



يَا دَاوُدَ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَخُذْهَا بِقُوَّةٍ وَأْمُرْ بِالْقِسْطِ وَاَنْهَ عَنِ الظُّلْمِ إِنَّهُ كَانَ بِلَدُّنِ الْأَعْيُنِ عَرِينًا
 وَإِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَخُذْهَا بِقُوَّةٍ وَأْمُرْ بِالْقِسْطِ وَاَنْهَ عَنِ الظُّلْمِ إِنَّهُ كَانَ بِلَدُّنِ الْأَعْيُنِ عَرِينًا
 وَإِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَخُذْهَا بِقُوَّةٍ وَأْمُرْ بِالْقِسْطِ وَاَنْهَ عَنِ الظُّلْمِ إِنَّهُ كَانَ بِلَدُّنِ الْأَعْيُنِ عَرِينًا
 وَإِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَخُذْهَا بِقُوَّةٍ وَأْمُرْ بِالْقِسْطِ وَاَنْهَ عَنِ الظُّلْمِ إِنَّهُ كَانَ بِلَدُّنِ الْأَعْيُنِ عَرِينًا

(Allah berfirman,) “Wahai Daud, sesungguhnya Kami menjadikanmu khalifah (penguasa) di bumi. Maka, berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan hak dan janganlah mengikuti hawa nafsu karena akan menyesatkan engkau dari jalan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang sesat dari jalan Allah akan mendapat azab yang berat, karena mereka melupakan hari Perhitungan.” (Al-Qur'an, 2014, p. 454)

Dari ayat di atas dapat diambil penjelasan:

a) Khalifah di Bumi.

Allah memerintahkan Nabi Dawud untuk memerintah dan mengatur masyarakat sebagai "khalifah" di bumi, yang berarti sebagai penguasa atau pemimpin yang diberi tanggung jawab untuk menegakkan keadilan dan

kebenaran. Tugas ini mencakup membuat keputusan yang adil dan bijaksana dalam berbagai perkara.



b) Memutuskan dengan Adil.

Nabi Dawud diinstruksikan untuk memutuskan perkara di antara manusia dengan adil. Keadilan dalam pemerintahan dan keputusan sangat penting, dan ini merupakan tanggung jawab utama seorang pemimpin.

c) Hindari Mengikuti Hawa Nafsu.

Ayat ini memperingatkan agar tidak mengikuti hawa nafsu, karena hal ini dapat menyesatkan dari jalan Allah. Hawa nafsu dapat menyebabkan keputusan yang tidak adil dan menyimpang dari kebenaran, yang dapat merugikan masyarakat dan diri sendiri.

d) Azab bagi yang Sesat.

Orang-orang yang mengikuti hawa nafsu dan menyimpang dari jalan Allah akan menghadapi azab yang berat. Hal ini dikarenakan mereka mengabaikan hari perhitungan, yaitu hari akhir di mana setiap amal perbuatan akan dihisab.

e) Hari Perhitungan.

Peringatan mengenai hari perhitungan menegaskan pentingnya kesadaran akan kehidupan setelah mati dan konsekuensi dari tindakan di dunia. Orang yang mengabaikan hari perhitungan cenderung melakukan perbuatan yang tidak sesuai dengan petunjuk Allah.

Kesimpulan Ayat ini menekankan pentingnya keadilan dalam kepemimpinan dan keputusan, serta bahaya mengikuti hawa nafsu yang bisa menyesatkan dari kebenaran. Ini juga mengingatkan tentang tanggung jawab moral dan spiritual seorang pemimpin untuk selalu bertindak dengan integritas,

mengingat bahwa setiap perbuatan akan dihisab di hari akhir.
(<https://nu.or.id/superapp>)

Maka dapat dipahami bahwasannya posisi kepala sekolah akan menentukan arah suatu lembaga. Kepala sekolah merupakan pengaturan dari program yang ada di sekolah. Karena nantinya diharapkan kepala sekolah dapat meningkatkan kualitas lembaga. Kepala sekolah adalah orang yang memiliki kekuasaan serta pengaruh dalam menentukan kegiatan belajar mengajar di sekolah itu, kehidupan di sekolah diatur dengan sedemikian rupa melalui kepemimpinan seorang kepala sekolah. Kepemimpinan kepala sekolah akan berhasil apabila mereka memahami keberadaan sekolah sebagai organisasi yang kompleks dan unik serta mampu melaksanakan peranan kepala sekolah sebagai seseorang yang diberikan tanggung jawab untuk memimpin sekolah. (Kompri, 2015, p. 1)

Menurut Sharp dan Walter dalam Lia Yuliana mengungkapkan bahwa kepala sekolah adalah *The principal is the most important person in the success of the school. A successful school must have strong leaders. The principal must provide this strong leadership*, yang artinya kepala sekolah yakni orang terpenting dalam keberhasilan sekolah. Sekolah yang berhasil harus mempunyai pemimpin yang kuat. Kepala sekolah harus memberi kepemimpinan yang kuat tersebut. Selain itu, Holified dan Cline kepala sekolah adalah *The principal is a leader whose main task is to improve teacher performance and school quality*, yang artinya kepala sekolah adalah seorang pemimpin yang salah satu tugas utamanya yaitu meningkatkan performa guru dan kualitas sekolah. Dan Holified & Cline *The principal is a leader whose main task is to improve teacher performance and school quality*, yang artinya kepala sekolah adalah seorang pemimpin yang salah

satu tugas utamanya yaitu meningkatkan performa guru dan kualitas sekolah.

(Yuliana, 2021, pp. 66-67)

Menurut Fatah Syukur dalam bukunya yang berjudul manajemen pendidikan kepemimpinan dalam Islam diantaranya:

- a) *Amar Makruf* atau berani memerintah kebenaran dan kebajikan.
- b) *Nahi Munkar* atau berani melawan kemungkaran dan kezaliman.
- c) *Uswatun Hasanah* atau secara konsekwen memberi suri tauladan.
- d) Mengayomi dan mengasihi pengikutnya. (Syukur, 2011, p. 25)

Di Negara Indonesia masalah kepemimpinan ditinjau dari sifat-sifat diharapkan pemimpin mempunyai sifat-sifat dari kepemimpinan Pancasila. Inti dari kepemimpinan Pancasila sendiri adalah seperti apa yang dikutip oleh Wijaya bahwa ada tiga hal yang menjadi kepemimpinan Pancasila, antara lain:

- a) *Ing Ngarso Sung Tulodo* yang artinya bahwa yang di atas hendaknya jadi panutan (contoh) bagi yang di bawah.
- b) *Ing Madyo Mbangun Karso* yang artinya pemimpin ikut kegiatan menggugah semangat anak buah.
- c) *Tut Wuri Handayani* dalam arti pemimpin berupaya mendorong dari belakang. (Permadi, 2009, p. 18)

Oleh karena itu, pendapat tentang pentingnya pemimpin sekolah dan strategi yang disebutkan di atas harus sejalan dengan kebutuhan untuk memiliki strategi kepala sekolah. Jadi, strategi kepala sekolah adalah rencana yang digunakan untuk mengukur keberhasilan organisasi melalui program yang dirancang dan dilaksanakan oleh kepala sekolah, yang merupakan tanggung jawab pimpinan sekolah.

Peraturan menteri pendidikan nasional nomor 13 tahun 2007 tanggal 17 april 2007 tentang standar kepala sekolah atau madrasah berisi tentang standar kualifikasi dan kompetensi kepala sekolah, kualifikasi kepala sekolah atau madrasah terdiri atas kualifikasi umum, kualifikasi khusus. Adapun rinciannya sebagai berikut:

- a) Kualifikasi Umum Kepala Sekolah atau Madrasah adalah sebagai berikut:
- 1) Memiliki kualifikasi akademik sarjana (S1) atau diploma empat (DIV) kependidikan atau nonkependidikan pada perguruan tinggi yang terakreditasi.
 - 2) Pada waktu diangkat sebagai kepala sekolah berusia setinggi-tingginya 56 tahun.
 - 3) Memiliki pengalaman mengajar sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun menurut jenjang sekolah masing-masing, kecuali di Taman Kanak-kanak atau Raudhatul Athfal (TK/RA) memiliki pengalaman mengajar sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun di TK/RA.
 - 4) Memiliki pangkat serendah-rendahnya III/c bagi pegawai negeri sipil (PNS) dan bagi non-PNS disetarakan dengan kepangkatan yang dikeluarkan oleh yayasan atau lembaga yang berwenang.
- b) Kualifikasi Khusus Kepala Sekolah atau Madrasah meliputi:
- 1) Berstatus sebagai guru sesuai jenjang sekolah.
 - 2) Mempunyai sertifikat pendidik sebagai guru sesuai jenjangnya.
 - 3) Memiliki sertifikat kepala yang diterbitkan oleh lembaga yang ditetapkan pemerintah. (Permendiknas, 2007, pp. 1-2)

Sedangkan standar kompetensi yang harus dikuasai oleh kepala sekolah atau madrasah memiliki lima standar, antara lain:

- a) Kompetensi kepribadian.
- b) Kompetensi manajerial.
- c) Kompetensi kewirausahaan.
- d) Kompetensi supervisi.
- e) Kompetensi sosial.

Tabel 2.1
Standar Kompetensi Kepala Sekolah

NO.	DIMENSI KOMPETENSI	KOMPETENSI
1	Kepribadian	<p>1.1. Berakhlak mulia, mengembangkan budaya dan tradisi akhlak mulia, dan menjadi teladan akhlak mulia bagi komunitas di sekolah/madrasah.</p> <p>1.2. Memiliki integritas kepribadian sebagai pemimpin.</p> <p>1.3. Memiliki keinginan yang kuat dalam pengembangan diri sebagai kepala sekolah/madrasah.</p> <p>1.4. Bersikap terbuka dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi.</p> <p>1.5. Mengendalikan diri dalam menghadapi masalah dalam pekerjaan sebagai kepala sekolah/ madrasah.</p> <p>1.6. Memiliki bakat dan minat jabatan sebagai pemimpin pendidikan.</p>
2	Manajerial	<p>2.1. Menyusun perencanaan sekolah/madrasah untuk berbagai tingkatan perencanaan.</p> <p>2.2. Mengembangkan organisasi sekolah/madrasah sesuai dengan kebutuhan.</p> <p>2.3. Memimpin sekolah/madrasah dalam rangka pendayagunaan sumber daya sekolah/ madrasah secara optimal.</p>

NO.	DIMENSI KOMPETENSI	KOMPETENSI
2	Manajerial	2.4 Mengelola perubahan dan pengembangan sekolah/madrasah menuju organisasi pembelajar yang efektif.
		2.5. Menciptakan budaya dan iklim sekolah/madrasah yang kondusif dan inovatif bagi pembelajaran peserta didik.
		2.6 Mengelola guru dan staf dalam rangka pendayagunaan sumber daya manusia secara optimal.
		2.7 Mengelola sarana dan prasarana sekolah/madrasah dalam rangka pendayagunaan secara optimal.
		2.8 Mengelola hubungan sekolah/madrasah dan masyarakat dalam rangka pencarian dukungan ide, sumber belajar, dan pembiayaan sekolah/ madrasah.
		2.9 Mengelola peserta didik dalam rangka penerimaan peserta didik baru, dan penempatan dan pengembangan kapasitas peserta didik.
		2.10 Mengelola pengembangan kurikulum dan kegiatan pembelajaran sesuai dengan arah dan tujuan pendidikan nasional.
		2.11. Mengelola keuangan sekolah/madrasah sesuai dengan prinsip pengelolaan yang akuntabel, transparan, dan efisien.
		2.12 Mengelola ketatausahaan sekolah/madrasah dalam mendukung pencapaian tujuan sekolah/ madrasah.
		2.13 Mengelola unit layanan khusus sekolah/ madrasah dalam mendukung kegiatan pembelajaran dan kegiatan peserta didik
		2.14 Mengelola sistem informasi sekolah/madrasah dalam mendukung penyusunan program dan pengambilan keputusan.
		2.15 Memanfaatkan kemajuan teknologi informasi bagi peningkatan pembelajaran

NO.	DIMENSI KOMPETENSI	KOMPETENSI
2	Manajerial	2.16 Melakukan monitoring, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan sekolah/ madrasah dengan prosedur yang tepat, serta merencanakan tindak lanjutnya.
3	Kewirausahaan	<p>3.1 Menciptakan inovasi yang berguna bagi pengembangan sekolah/madrasah.</p> <p>3.2 Bekerja keras untuk mencapai keberhasilan sekolah/madrasah sebagai organisasi pembelajar yang efektif.</p> <p>3.3 Memiliki motivasi yang kuat untuk sukses dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai pemimpin sekolah/madrasah.</p> <p>3.4 Pantang menyerah dan selalu mencari solusi terbaik dalam menghadapi kendala yang dihadapi sekolah/madrasah.</p>
4	Supervisi	<p>3.5 Memiliki naluri kewirausahaan dalam mengelola kegiatan produksi/jasa sekolah/madrasah sebagai sumber belajar peserta didik.</p> <p>4.1 Merencanakan program supervisi akademik dalam rangka peningkatan profesionalisme guru.</p> <p>4.2 Melaksanakan supervisi akademik terhadap guru dengan menggunakan pendekatan dan teknik supervisi yang tepat.</p>
5	Sosial	<p>5.3 Menindaklanjuti hasil supervisi akademik terhadap guru dalam rangka peningkatan profesionalisme guru.</p> <p>5.1 Bekerja sama dengan pihak lain untuk kepentingan sekolah/madrasah</p> <p>5.2 Berpartisipasi dalam kegiatan sosial kemasyarakatan.</p> <p>5.3 Memiliki kepekaan sosial terhadap orang atau kelompok lain.</p>

(Permendiknas, 2007, hal. 3-5)

Kepemimpinan yang efektif oleh kepala dijalankan dengan menetapkan kerja sama dengan para guru-guru dalam meningkatkan mutu pendidikan yang muaranya adalah lulusan yang berkualitas. Demikian pula para manajer atau kepala sekolah harus berfungsi sebagai bagian dari kerja sama dalam lembaga untuk menjamin perubahan dalam lingkungan pendidikan.

Sergiovanni dalam Adi menjelaskan bahwa *“It is not by chance that some principals are more effective than others, even when all are faced with the same demands and constraints. Effective principals have a better understanding of how the world of schooling and school leadership works”*. Kutipan di atas dapat diartikan bahwa beberapa kepala sekolah yang lebih efektif dari yang lain, bahkan ketika semua dihadapkan dengan tuntutan yang sama dan kendala. Kepala sekolah yang efektif memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana dunia pendidikan dan kepemimpinan sekolah bekerja. Dari pernyataan tersebut jelas bahwa peranan kepala sekolah yang efektif sangat berpengaruh terhadap kelangsungan pendidikan disekolah.

Untuk melaksanakan peranan dan tanggung jawab tersebut, kepala sekolah perlu memiliki keterampilan dan kemampuan pengelolaan sekolah. Kemampuan manajerial tersebut Richard dalam Adi menjelaskan ada tiga keterampilan dan kemampuan pengelolaan sekolah yaitu: keterampilan teknis (*technical skill*), keterampilan melakukan hubungan antar pribadi (*human skill*), keterampilan konseptual (*conceptual skill*)”. (Adi, 2016, hal. 7)

Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah (Dikdasmen) mengeluarkan sejumlah pedoman untuk penyelenggaraan sekolah pada tahun 1997. EMASLIM adalah tujuh tugas dan fungsi utama kepala sekolah, yang

berarti *educator, manager, administrator, supervisor, leader, innovator, dan motivator*. (Arismunandar, 2018, p. 25)

Sekolah diharuskan memiliki koordinasi yang baik guna tujuan pendidikan dapat tercapai dengan baik dan benar, itu semua akan berjalan dengan baik jika peran kepala sekolah mampu menjalankan kewajibannya dengan baik dan benar. Kepala sekolah dikatakan berhasil jika mampu menjalankan kewajibannya dengan baik dan menghasilkan prestasi yang ingin dicapai oleh lembaga pendidikan tersebut. Sekolah mencakup kepala sekolah, staff pengajar, siswa dan kelas untuk melaksanakan pembelajaran yang diajarkan sesuai dengan tingkat kelas yang ada. Kepala sekolah adalah pemimpin dalam suatu lembaga pendidikan mempunyai kedudukan paling tinggi guna memberikan pengarahan dan keputusan yang perlu dicanangkan oleh kepala sekolah tersebut. Fungsi-fungsi kepala sekolah menurut Usman sebagaimana yang dikutip Yuliana, yaitu:

1) Fungsi sebagai *Educator* (Pendidik)

Fungsi kepala sekolah sebagai *educator* atau pendidik, maksudnya kepala sekolah bertanggung jawab untuk merencanakan, mengelola, dan menilai proses pembelajaran.

2) Fungsi sebagai *Leader* (Pemimpin)

Fungsi kepala sekolah sebagai *leader* atau pemimpin, artinya kepala sekolah harus mampu menggerakkan semua potensi-potensi sekolah, khususnya guru dan tenaga kependidikan guna mencapai tujuan sekolah.

3) Fungsi sebagai *Manager* (Pengelola)

Fungsi kepala sekolah sebagai *manager* atau pengelola adalah kepala sekolah secara operasional melakukan pengelolaan peserta didik,

ketenagaan, kurikulum, keuangan, sarana dan prasarana, ketatausahaan sekolah, serta hubungan sekolah dengan masyarakat.

4) Fungsi sebagai *Administrator* (Pengambil Kebijakan)

Fungsi kepala sekolah sebagai *administrator* atau pengambil kebijakan, yang berarti mereka adalah pengambil kebijakan tertinggi di lembaga. Dalam proses membuat rencana untuk meningkatkan kualitas sekolah, guru mempertimbangkan secara menyeluruh berbagai aspek lingkungan, termasuk ekonomi, politik, dan sosial budaya.

5) Fungsi sebagai *Entrepreneur* (Wirausahawan)

Fungsi kepala sekolah sebagai *entrepreneur* (wirausahawan) adalah kepala sekolah sebagai inspirator yang memunculkan ide kreatif dan inovatif dalam mengelola sekolah.

6) Fungsi sebagai *Working Climate Creator* (Pencipta Iklim Kerja)

Fungsi kepala sekolah sebagai *working climate creator* (pencipta iklim kerja), dengan kata lain mereka bertanggung jawab untuk membuat guru lebih bersemangat untuk bekerja.

7) Fungsi sebagai *Supervisor* (Pengawas)

Fungsi kepala sekolah sebagai *supervisor* (pengawas) yaitu kepala sekolah harus melakukan pembinaan-pembinaan profesional kepada pendidik dan tenaga kependidikan. (Yuliana, 2021, pp. 70-71)

Sedangkan di dalam Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 162/U/2003 tentang Pedoman Penugasan Guru sebagai Kepala Sekolah dalam Arismunandar dijelaskan bahwa ada tujuh peran kepala sekolah, yaitu:

- a) Kepala *sekolah* sebagai pemimpin.
- b) Kepala sekolah sebagai manajer.
- c) Kepala sekolah sebagai pendidik.
- d) Kepala sekolah sebagai administrator.
- e) Kepala sekolah sebagai wirausahawan.
- f) Kepala sekolah sebagai pencipta iklim kerja.
- g) Kepala sekolah sebagai penyelia atau supervisor. (Arismunandar, 2018, p. 25)

Berdasarkan telaah terhadap landasan yuridis Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 162/U/2003 perlu diklasifikasikan kembali, agar tidak tumpang tindih antara satu tugas dengan tugas lainnya. Fungsi kepala sekolah adalah melaksanakan rumpun kegiatan yang dikutip oleh Arismunandar meliputi sebagai berikut:

- a) Fungsi sebagai pendidik, yaitu menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pembelajaran secara efektif dan efisien.

Kepala sekolah bertanggung jawab atas perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi pembelajaran dalam kapasitas mereka sebagai pendidik. Perencanaan dan pengelolaan membutuhkan kemampuan untuk membuat perangkat pembelajaran; evaluasi membutuhkan kemampuan untuk memilih dan menerapkan strategi pembelajaran yang efektif dan efisien; dan evaluasi membutuhkan kemampuan untuk memilih metode evaluasi yang tepat dan memberikan tindak lanjut yang diperlukan terutama untuk meningkatkan pembelajaran. Kepala sekolah bertanggung jawab untuk

membimbing siswa, guru, dan tenaga kependidikan lainnya sebagai pendidik.

- b) Fungsi sebagai pengelola, yaitu mendayagunakan seluruh sumber daya manusia dan non-manusia sekolah dalam rangka penyelenggaraan kegiatan pendidikan dan pembelajaran secara efektif dan efisien.

Fungsi kepala sekolah sebagai pengelola mencakup pengelolaan kurikulum, siswa, ketenagaan, keuangan, sarana dan prasarana, hubungan sekolah-masyarakat, dan layanan khusus. Pengelolaan ini dilakukan melalui perencanaan, pengorganisasian, penggerak (kepemimpinan), dan pengawasan.

- c) Fungsi sebagai supervisor, yaitu memberikan layanan bantuan profesional kepada guru dalam meningkatkan kemampuan menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran secara efektif dan efisien.

Dalam lingkup tanggung jawab mereka sebagai pengawas, kepala sekolah harus melihat dan menilai kinerja guru dalam pengelolaan pembelajaran; menemukan metode supervisi pembelajaran yang tepat untuk meningkatkan kualitas kinerja guru dalam pengelolaan pembelajaran; membuat dan menerapkan program untuk meningkatkan kemampuan guru dalam pengelolaan pembelajaran; dan menilai kebebasan mereka sendiri.

- d) Fungsi sebagai administrator, yaitu menatausahakan keseluruhan komponen dan proses penyelenggaraan pendidikan dan pembelajaran di sekolah secara efektif dan efisien.

Kepala sekolah mengawasi kurikulum, siswa, ketenagaan, keuangan, sarana dan prasarana, hubungan sekolah-masyarakat, dan layanan khusus.

Pencatatan, pengagendaan, pengetikan, pengarsipan, dan penginformasian adalah semua bagian dari usaha ini. (Arismunandar, 2018, pp. 25-26)

Dalam Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Nomor 6 Tahun 2018 tentang Penugasan Guru Sebagai Kepala Sekolah, pasal 15 diatur tentang tugas pokok kepala sekolah dalam Arismunandar sebagaimana tercermin dalam ayat-ayat berikut:

- a) Tugas utama Kepala Sekolah adalah melaksanakan tugas utama manajemen, membangun kewirausahaan, dan memberikan supervisi kepada guru dan karyawan sekolah.
- b) Tujuan dari beban kerja kepala sekolah sebagaimana disebutkan pada ayat (1) adalah untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas sekolah sesuai dengan 8 (delapan) standar nasional pendidikan.
- c) Jika ada kekurangan guru di satuan pendidikan, kepala sekolah dapat melaksanakan tugas pembelajaran atau pembimbingan untuk memastikan proses pembelajaran atau pembimbingan tetap berlangsung.
- d) Pembelajaran atau bimbingan yang dimaksud pada ayat (3) adalah tanggung jawab tambahan bagi kepala sekolah. (Arismunandar, 2018, p. 27)

Perumusan tujuan operasional tahunan, kebijakan lembaga pendidikan, motivasi pelatih, dan pembagian sumber daya yang tersedia adalah semua bagian dari penerapan strategi. Pelayanan pelanggan pendidikan harus ditingkatkan dalam beberapa hal, seperti:

- a) Memberikan pelayanan kurikuler yang berkualitas, yaitu: menyediakan pengajar yang kompeten, cara pengajaran yang berkualitas, memberikan

materi pengajaran yang berkualitas, memberikan materi ujian yang sesuai yang diajarkan.

- b) Menyediakan sarana dan prasarana pendidikan yang kualitas. Yang termasuk aspek ini adalah; menyediakan infrastruktur pembelajaran yang berkualitas dan memadai, menjamin kapasitas infrastruktur terpenuhi sesuai kebutuhan, kualitas peralatan pembelajaran yang dapat memenuhi kebutuhan, kapasitas pembelajaran tersedia sesuai kebutuhan.
- c) Memberikan pelayanan non kurikuler yang berkualitas, yaitu; kualitas layanan administrasi yang cepat, tepat dan sesuai harapan, kualitas layanan perpustakaan memenuhi harapan, kualitas layanan kesejahteraan yang memenuhi harapan. (Amin, 2014, p. 89)

2. School Branding

a. Pengertian School Branding

Brand is about meaning. The brand is all the meaning that is in the hearts and minds that is carried by all who hear. (Simon Middleton, 2010, p. 2)

Brand adalah tentang makna. Dengan kata lain, *brand*-mu adalah gabungan dari semua arti yang mungkin tertanam di hati dan kepala pelanggan Anda.

Sebagaimana dikutip oleh Septiningsih, Philip Kotler dan Garry menyatakan bahwa merek adalah kata benda yang berkaitan dengan barang atau jasa. Merek dapat didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang dijual oleh seseorang atau penjual dari yang lain. (Septiningsih, 2020, p. 1) Kotler menyatakan bahwa pemberian nama, istilah, tanda, simbol,

rancangan, atau kombinasi dari semua yang disebutkan di atas disebut *branding*.

Menurut De Chernatony dan Mc Donald dalam Tjiptono, “Merek merupakan produk, layanan, orang, atau tempat yang dapat diidentifikasi, diolah sedemikian rupa sehingga pembeli atau pengguna merasakan nilai tambah yang relevan, unik, berkelanjutan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka”. (Tjiptono, 2005, p. 2) Aaker menjelaskan bahwa *brand* adalah nama dan simbol yang digunakan oleh seorang penjual tertentu untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang berbeda. Misalnya, merek dapat termasuk logo, cap, atau kemasan. Pada dasarnya, merek memberikan tanda pengenal yang terkait dengan produk dan membedakannya dari produk pesaing. Pada akhirnya, merek memberikan tanda pengenal yang terkait dengan sumber produk dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. (Wijarnako, 2004, p. 6)

Di dalam UU Merek No. 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1, *brand* atau merek merupakan “sebuah tanda yang berbentuk gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, dan kombinasi dari unsur-unsur tersebut sehingga memiliki daya pembeda serta bermanfaat dalam kegiatan perdagangan barang maupun jasa” (Undang-Undang Republik Indonesia No. 15 Tahun 2001 tentang merek).

Merek dalam pandangan Islam adalah nama baik atau identitas baik yang dimiliki seseorang atau perusahaan. Membangun merek menjadi nama baik yang dapat dipercaya oleh konsumen harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam tidak boleh bertentangan dengan ketentuan prinsip-prinsip syariah.

Sebagai contoh citra yang baik yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW yang dijuluki gelar Al-Amīn artinya seseorang yang dipercaya. (Kurnia, 2021, p. 46) Selain itu citra merek yang dimiliki Rasulullah adalah akhlak yang mulia, juga dijelaskan dalam Al-Qur'an. Dalam Al-Qur'an (Q.S Al-Qalam 68:4):

وَوَإِنَّكَ لَأَعْلَىٰ
لَدُنَّا عِزًّا
مُّدِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang agung.” (Al-Qur'an, 2014, p. 564)

Dari ayat diatas dapat diambil penjelasan:

1) Konteks Ayat.

Ayat ini adalah bagian dari Surah Al-Qalam yang merupakan surah Makkiyah, di mana Allah memuji Rasulullah Muhammad SAW karena akhlak dan budi pekertinya yang mulia. Ini adalah salah satu ayat yang menyanjung karakter dan sifat baik Nabi Muhammad SAW.

2) Makna "Khuluq 'Azim" (Budi Pekerti yang Agung).

Istilah "khuluq 'azim" (عِزٌّ عَظِيمٌ) berarti budi pekerti yang sangat mulia, tinggi, atau agung. Ini mencerminkan kualitas karakter yang luar biasa, seperti kesabaran, kejujuran, kelemah lembut, dan kebaikan hati. Allah memuji Nabi Muhammad SAW sebagai contoh ideal dari akhlak yang terpuji.

3) Penghargaan dari Allah.

Puji-pujian ini menunjukkan betapa tingginya penghargaan Allah terhadap akhlak Nabi Muhammad SAW. Ini juga menjadi contoh bagi umat Islam untuk mencontoh akhlak dan perilaku Nabi dalam kehidupan

sehari-hari.



4) Signifikansi Akhlak dalam Islam.

Akhlak yang baik adalah bagian penting dari ajaran Islam. Nabi Muhammad SAW diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia, sebagaimana disebutkan dalam hadits: "Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia" (HR. Ahmad). Akhlak yang baik berperan penting dalam interaksi sosial dan dalam membangun masyarakat yang harmonis.

5) Contoh Teladan.

Nabi Muhammad SAW adalah teladan utama dalam hal akhlak. Melalui kehidupan beliau, umat Islam belajar tentang pentingnya berbudi pekerti baik dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hubungan dengan keluarga, masyarakat, dan bahkan dengan musuh.

Ayat ini menegaskan bahwa Nabi Muhammad SAW memiliki akhlak yang sangat tinggi dan mulia, sesuai dengan pujian langsung dari Allah. Ini tidak hanya menjadi penghargaan untuk beliau tetapi juga menjadi pedoman bagi umat Islam dalam berusaha meniru dan mengamalkan budi pekerti yang baik dalam kehidupan sehari-hari. (<https://nu.or.id/superapp>)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Rasulullah SAW memiliki akhlak yang mulia dan sebagai penyempurna akhlak manusia. Oleh karena itu, lembaga yang berusaha menumbuhkan akhlak yang baik dengan mengutamakan kualitas yang baik adalah mencerminkan akhlak Rasulullah SAW. Sebuah lembaga perlu membangun citra merek yang baik sehingga menciptakan persepsi terpercaya oleh konsumen, sehingga hal ini dapat dijadikan untuk menarik konsumen dalam memilih produk dan jasa yang

mengikuti petunjuk-Nya dalam kehidupan sehari-hari.

3) Ayat 183.



Pada ayat ini, respon kaum Nabi Shuaib adalah menolak ajaran yang dibawa oleh Nabi Shuaib dan saudaranya, Nabi Luth. Mereka merasa skeptis (sikap yang kurang percaya dan au-ragu terhadap ajaran) terhadap kenabian karena Nabi Shuaib dan Luth adalah manusia biasa seperti mereka. Mereka juga merasa bahwa kekuasaan dan dominasi mereka di antara kaumnya membuat mereka enggan menerima ajaran yang baru. (<https://nu.or.id/superapp>)

Ayat al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa etika menjaga kepercayaan konsumen pada suatu merek adalah dengan sikap jujur atau tidak melakukan manipulasi yang dapat menyebabkan kerugian dan ketidakpuasan konsumen, contohnya menipu dan mengurangi timbangan. Karena jika melakukan hal tersebut akan menyebabkan kehilangan kepercayaan konsumen sehingga ia enggan untuk membeli produk yang kita miliki. Oleh karena itu, kejujuran akan kondisi suatu barang atau jasa tersebut, harus sesuai dengan keadaan dan perlu dijelaskan mengenai kelemahan dan kelebihan yang dimilikinya. (Kurnia, 2021, p. 46) Sedangkan citra atau merek yang akan kita terapkan harus ada sikap jujur untuk melakukan *branding*. Kejujuran adalah hal penting dalam melakukan pemasaran. Dengan terciptanya nama baik akan menunjukkan identitas dan kualitas yang positif.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa *branding* adalah proses komunikasi nama, istilah, tanda, lambang, atau desain yang digunakan untuk membedakan sebuah perusahaan dari yang lain. *brand* adalah identitas yang membuat barang atau jasa unik, karena merek hadir sebagai identitas.

School Branding merupakan sebuah upaya memberikan *brand* kepada sekolah sebagai bentuk jasa dengan janji-janji dan nilai-nilai (*positioning*) yang berbeda dengan sekolah lain (*diferensiasi*) untuk mempengaruhi orang lain (*strategi*) agar memilih lembaga pendidikan atau sekolah tertentu. (Evin Fatma Fidhiyanti, 2018, p. 326)

Brand sekolah memiliki kemampuan yang luar biasa untuk menarik konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dipromosikan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa *brand* dapat menjadi doktrin yang tidak dapat dilupakan yang dapat mempengaruhi setiap tujuan sekolah. salah satu peningkatan *school branding* adalah promosi sekolah yang baik, yaitu dengan memiliki *brand* kuat yang mudah dibedakan dengan *brand* merek atau logo lain. Promosi dan daya tarik produk yang memiliki *brand* kuat akan menjadi daya tarik konsumen dan akan menjadi lebih mudah dipromosikan. Daripada faktor lain, merek lebih sering menentukan keputusan pemilihan. (Muhfahroyin Muhfahroyin, 2022, p. 102)

Setiap lembaga pendidikan akan mengalami masa transisi atau perubahan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan cara perubahan sekolah berjalan. Perubahan yang baik membutuhkan manajemen yang tepat selain berjalan secara alami. Sebenarnya, lingkungan fisik dan sosial pasti berubah dengan keadaan dan kondisi saat ini. Sekolah harus menyesuaikan diri untuk menghindari *shock culture*, terutama di era milenial. Identitas sekolah adalah karakteristik yang menunjukkan karakteristik unik, kekuatan, karakter, dan keunggulan sekolah berdasarkan potensi lingkungan, peluang yang tersedia, dan dukungan dari

semua siswa dan wali murid. Filosofi sekolah, seperti meningkatkan pendidikan karakter dan mendukung nilai-nilai tambahan, dapat dikaitkan dengan merek sekolah. (Saptiningsih d. , 2020, p. 49)

Setiap aspek madrasah dapat bermanfaat sebagai komponen untuk membentuk identitas sekolah. Dalam membangun *branding*, hal utama yang harus diperhatikan adalah kemampuan lembaga untuk mengevaluasi lingkungannya secara internal dan eksternal sehingga mereka dapat membuat rancangan strategis untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Karena merek sekolah merupakan sistem nilai yang membedakan sekolah, pembentukannya tidak dapat dilepaskan dari visi dan misi sekolah.

Dengan demikian, dalam konteks pendidikan, istilah "brand" dapat didefinisikan sebagai kumpulan kata, istilah, simbol, tanda, dan desain yang digunakan untuk membedakan produk pendidikan tertentu dari produk pesaing pendidikan lainnya. (Arifin, 2013, p. 155)

Sekolah *branding* atau pencitraan publik terhadap sekolah dapat dicapai melalui berbagai upaya atau strategi, menurut Triwiyanto dalam Tutut Sholihah. Salah satu upaya atau strategi untuk mencitrakan sekolah adalah sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kerja kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan.
- 2) Keikutsertaan siswa dan sekolah dalam kompetisi.
- 3) Jaringan kerja dengan orang tua dan masyarakat.
- 4) Peningkatan layanan akademik dan non-akademik.
- 5) Akreditasi yang lebih baik. (Sholihah, 2018, p. 74)

Gunawan dalam Tutut Sholihah juga menyatakan bahwa sekolah dapat menggunakan berbagai pendekatan untuk meningkatkan pencitraan publik dan pihak berwenang, antara lain:

- 1) Pameran sekolah.
- 2) Publikasi kegiatan positif sekolah.
- 3) Pertemuan sekolah dengan orang tua dan tokoh masyarakat.
- 4) Jurnalisme warga sekolah.
- 5) Konferensi pers.
- 6) Situs web sekolah.
- 7) Gelar prestasi sekolah.
- 8) Testimoni elit tentang prestasi sekolah.
- 9) Pelibatan warga sekolah dalam kepemimpinan publik (masyarakat).
- 10) Bakti sosial sekolah.
- 11) Membuat berbagai event dan kegiatan yang mampu memobilisasi masyarakat.

Menurut Imron dalam Tutut Sholihah efek positif adanya *school branding* yang diinginkan sekolah antara lain:

- 1) Program, pelaksanaannya, dan tindakan sekolah semua diketahui publik.
- 2) Publik melihat program, pelaksanaannya, dan upaya sekolah dengan baik.
- 3) Publik percaya pada komitmen sekolah untuk mendidik anak.
- 4) Publik merasa bagian dari apa yang telah dilakukan sekolah.
- 5) Publik memberikan kritik konstruktif, respons positif, dan masukan berharga untuk kemajuan sekolah.

- 6) Publik bersedia membantu kemajuan sekolah dengan memberikan dukungan (*support*) dan bantuan material dan moral.
- 7) Sekolah akan terus diawasi oleh masyarakat untuk mencapai hasil yang diharapkan. (Sholihah, 2018, pp. 74-75)

b. Manfaat *Brand* bagi Sekolah

Sekolah yang dapat bertahan dengan persaingan yang semakin ketat biasanya adalah sekolah yang baik dan sehat. Simbol sekolah akan mencerminkan identitas sekolah dan membentuk citra sekolah secara positif ataupun negatif. Terbaik adalah merek yang dapat menghidupkan identitasnya. Karena *branding* yang berkarakter tidak hanya diperoleh dari iklan, marketing, dan komunikasi, tetapi juga melaksanakan pesan yang diharapkan dari komunikasi internal dan eksternal sekolah. (Saptiningsih d. , 2020, p. 53)

Manfaat adanya *school branding* bagi sekolah antara lain:

- 1) Magnet dari lembaga pendidikan.
- 2) Sarana untuk melindungi diri dari penipuan.
- 3) Memiliki bagian pendidikan yang loyal.
- 4) Mempertimbangkan produk pesaing.
- 5) Menurunkan perbandingan harga untuk menjual premium.
- 6) Memfasilitasi penjualan produk baru.
- 7) Bernilai finansial tinggi atau menguntungkan.
- 8) Senjata kompetitif.

Karena ada nilai perbedaan dengan pesaing, kualitas "produk" *branding* sekolah harus kompetitif untuk membuat perbedaan. Namun, jika produk

yang dibuat tidak kompetitif, pasti tidak akan dapat bersaing dengan pesaing. Jumlah siswa yang tetap hadir menunjukkan reputasi sekolah yang luar biasa. Untuk mencapai hal tersebut, sekolah harus memiliki kemampuan untuk membedakan diri dari sekolah yang lain. Selain itu, budaya yang disiplin, budaya yang bersih, profesionalisme tenaga pendidik, pelayanan prima, relasi yang luas, sarana dan prasarana yang lengkap, program dengan nilai perbedaan tinggi, dan sarana dan prasarana yang lengkap adalah beberapa hal yang dapat menghasilkan keuntungan.

Keunggulan adalah sesuatu yang unik dan tidak ditemukan di tempat lain. Jika mudah ditemukan di tempat lain, itu bukanlah keuntungan. Keunggulan suatu lembaga berasal dari ide-ide inovatif yang dibangun selama bertahun-tahun. (Siswanto, 2017, p. 112)

c. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Membangun *School Branding*

Adapun faktor pendukung dalam membangun *school branding* yaitu:

- 1) Faktor kualitas atau mutu dari tenaga pendidik dan kependidikan.
- 2) Faktor dukungan sarana dan prasarana.
- 3) Dukungan partisipasi masyarakat.
- 4) Faktor kerjasama dengan instansi lain yang mendukung dalam pembelajaran

Adapun faktor penghambat dalam membangun *school branding* antara lain:

- 1) Kurangnya motivasi belajar dari siswa untuk meningkatkan kompetensi sesuai dengan program keahlian

- 2) Tampilan bangunan sekolah yang kurang menarik
- 3) Kebersihan sekolah yang kurang d. Letak sekolah yang berada didekat disekitar hutan. (Mustika, 2020, p. 7)

d. Elemen-elemen *School Branding*

Elemen-elemen *school branding* merujuk pada komponen atau faktor-faktor yang membentuk identitas dan citra sekolah di mata masyarakat. Keller dalam Raja Ela Safira Dan Dhidhin Noer Ady Rahmanto mengemukakan beberapa kriteria dalam pemilihan elemen merek, yaitu:

- 1) *Memorable* (mudah diingat). Elemen merek yang memengaruhi dan mudah diingat meningkatkan tingkat kesadaran merek. Kesederhanaan, kreativitas, dan konsistensi dalam penerapan elemen merek, seperti logo, slogan, atau pesan, menjadi kunci dalam mencapai memorabilitas yang diinginkan.
- 2) *Meaningful* (memiliki makna). Makna ini dapat terwujud dalam informasi tentang fungsi, nilai, atau layanan yang ditawarkan oleh sekolah. Sebuah logo, slogan, atau pesan merek yang memiliki makna mendalam dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap esensi sekolah dan nilai-nilai yang dikedepankan.
- 3) *Likeable* (dapat disukai dengan mudah). Elemen merek yang dapat disukai dengan mudah adalah kunci dalam membangun citra merek yang positif. Kesuksesan ini bergantung pada daya tarik visual, emosional, atau konseptual dari elemen merek, seperti logo, slogan, atau pesan.
- 4) *Transferable* (dapat ditransferkan). Kemampuan elemen merek untuk ditransfer ke produk atau pasar baru adalah kunci dalam membangun

ekuitas merek yang kuat. Fleksibilitas elemen merek, seperti logo atau slogan yang dapat disesuaikan, memungkinkan adaptasi mudah saat sekolah berkembang atau memasuki area baru.

- 5) *Adaptable* (mudah beradaptasi). Kemudahan elemen merek beradaptasi dengan perubahan lingkungan atau tren menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan merek. Fleksibilitas elemen merek, seperti logo, slogan, atau pesan yang dapat disesuaikan, memungkinkan penyesuaian agar tetap relevan dengan visi dan misi sekolah.
- 6) *Protectable* (dapat dilindungi). Penting untuk memilih elemen merek yang dapat dilindungi secara hukum dan mendaftarkannya secara resmi sebagai merek dagang yang sah. Hal ini melindungi merek dari penggunaan ilegal oleh pihak lain dan memastikan hak eksklusif atas merek tersebut. (Rahmanto, 2022, pp. 1-19)

3. Animo Masyarakat

a. Pengertian Animo atau Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *animo/ani·mo/ n* adalah hasrat dan keinginan yang kuat untuk berbuat, melakukan, atau mengikuti sesuatu. Berminat berarti mempunyai minat, menaruh minat dan suka. (Nasional P. B., 2008, p. 956)

Menurut Crowl and Crow dalam Fadhilah Suralaga, minat adalah gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, atau pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat dapat ditunjukkan melalui pernyataan yang menunjukkan

bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, atau dapat juga ditunjukkan melalui keterlibatan dalam suatu aktivitas, seperti berolahraga. (Suralaga, 2021, p. 66)

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, minat berarti suatu kecenderungan untuk memfokuskan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari permintaan tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam definisi ini, minat didefinisikan sebagai suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, atau menguasai subjek dengan perasaan senang. (Wahab, 2004, pp. 262-263)

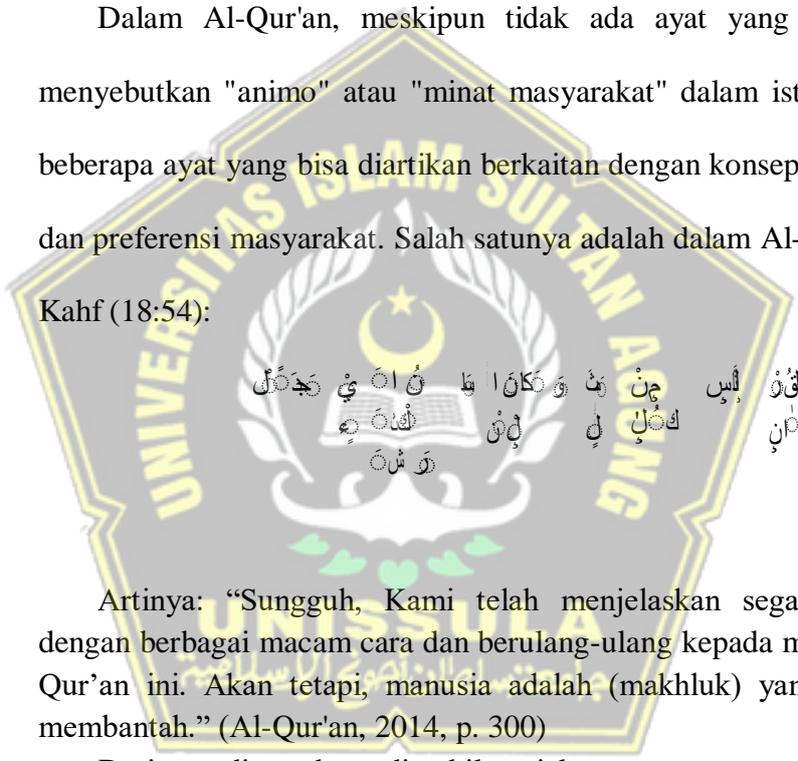
Dalam teologi Dini Kristianty Wardani, Munandir menggambarkan minat sebagai kecenderungan seseorang untuk lebih menyukai suatu hal daripada hal lain. Minat merupakan dasar yang paling meyakinkan untuk keberhasilan belajar. Seorang atlet akan lebih mudah memahami, memahami, dan mengingat apa yang telah mereka pelajari jika mereka memiliki keinginan untuk berlatih. Minatnya adalah ketika seseorang tertarik pada sesuatu dan ingin lebih banyak mengetahui dan mempelajarinya.

Menurut Tidjan dalam Dini Kristianty Wardani, minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian atau reaksi terhadap suatu objek karena ada perasaan senang terhadapnya. Minat dapat didefinisikan sebagai sebab, yaitu kekuatan pendorong yang memaksa seseorang untuk menaruh perhatian pada orang, situasi, atau aktivitas tertentu daripada yang lain; atau minat sebagai hasil, yaitu pengalaman yang efektif yang disebabkan oleh kehadiran seseorang atau suatu objek atau keterlibatan dalam suatu aktivitas.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, unsur-unsur minat adalah sebagai berikut:

- 1) Minat adalah gejala psikologis.
- 2) Pergeseran perhatian, perasaan, dan pikiran subjek karena tertarik.
- 3) Perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran.
- 4) Kemauan atau kecenderungan subjek untuk melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan. (Wardani, 2016, pp. 72-73)

Dalam Al-Qur'an, meskipun tidak ada ayat yang secara langsung menyebutkan "animo" atau "minat masyarakat" dalam istilah modern, ada beberapa ayat yang bisa diartikan berkaitan dengan konsep minat, perhatian, dan preferensi masyarakat. Salah satunya adalah dalam Al-Qur'an surah Al-Kahf (18:54):



وَلَقَدْ صَدَّقَ نَبِيُّ هَٰذَا الْقُرْآنِ لَيْسَ كَلِمًا لِّمَنْ لَّمْ يَكُنْ لَهَا بَيِّنَاتٌ إِنْ شَاءَ رَبُّ الشَّامِتِينَ

Artinya: “Sungguh, Kami telah menjelaskan segala perumpamaan dengan berbagai macam cara dan berulang-ulang kepada manusia dalam Al-Qur'an ini. Akan tetapi, manusia adalah (makhluk) yang paling banyak membantah.” (Al-Qur'an, 2014, p. 300)

Dari ayat diatas dapat diambil penjelasan:

- 1) Konteks dan Makna

Ayat ini termasuk dalam Surah Al-Kahf, yang merupakan surah ke-18 dalam Al-Qur'an. Ayat ini menekankan bahwa Allah telah memberikan berbagai penjelasan dan perumpamaan dalam Al-Qur'an untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada manusia tentang kehidupan dan petunjuk-Nya. Meskipun Allah telah menjelaskan berbagai hal secara detail, banyak manusia yang tetap tidak

memperhatikan atau tidak bersyukur terhadap petunjuk tersebut.



2) Penjelasan Berbagai Perumpamaan

Al-Qur'an menggunakan berbagai perumpamaan dan cerita untuk membantu manusia memahami konsep-konsep spiritual dan moral. Perumpamaan ini dirancang untuk menggugah pikiran dan memberikan wawasan tentang kebenaran, nilai-nilai moral, dan hakikat kehidupan.

3) Respon Manusia

Ayat ini menunjukkan bahwa meskipun penjelasan dan petunjuk telah diberikan, banyak orang yang tidak mengindahkan atau tidak memanfaatkan petunjuk tersebut. Ini bisa jadi karena mereka tidak memberi perhatian yang cukup atau karena ketidakpekaan spiritual mereka.

4) Kondisi Ketidakpedulian

Allah menyatakan bahwa banyak orang tetap berada dalam keadaan lalai dan tidak menyadari pentingnya petunjuk-Nya. Mereka lebih memilih untuk tetap dalam kebodohan atau kelalaian daripada mencari dan menerima kebenaran.

5) Penutup

Allah menutup ayat ini dengan menyatakan bahwa Dia tidak akan memberikan petunjuk kepada orang-orang yang zalim. Orang-orang yang sengaja menolak atau mengabaikan petunjuk-Nya, serta yang tidak adil dalam sikap mereka terhadap kebenaran, akan tetap berada dalam kesesatan.

Kesimpulan surah Al-Kahf (18:54) menggambarkan kontras antara penjelasan Allah yang jelas dalam Al-Qur'an dan respon manusia yang

seringkali kurang peka atau tidak bersyukur. Ini adalah pengingat tentang pentingnya perhatian dan kesadaran terhadap wahyu Ilahi serta akibat dari ketidakpedulian dan penolakan terhadap petunjuk Allah. (<https://nu.or.id/superapp>)

Animo masyarakat menunjukkan minat seseorang atau kelompok terhadap sesuatu, baik produk, konsep, atau kegiatan. Seringkali, ketika sebuah komunitas atau masyarakat tertarik pada sesuatu, itu menunjukkan tren, kebutuhan, atau keinginan yang sedang berkembang dalam komunitas tersebut. Media, tren sosial, dan pengaruh budaya dapat memengaruhi minat ini. Dengan memahami bagaimana orang berperilaku terhadap suatu fenomena, kita dapat lebih memahami bagaimana dan mengapa fenomena tersebut menarik perhatian banyak orang. Kita juga dapat mengetahui bagaimana kita dapat menggunakan pengetahuan ini untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan lebih efektif.

Masyarakat adalah kumpulan orang yang tinggal Bersama. Masyarakat berasal dari kata latin *socius*, yang berarti kawan, dan berasal dari kata Arab *syaraka*, yang berarti ikut serta dan berpartisipasi. Menurut Karl Marx dan Emile Durkheim dalam Donny Prasetyo dan Irwansyah istilah "masyarakat" juga berarti interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Karena pertentangan ekonomi antara kelompok-kelompok yang terpecah, masyarakat mengalami ketegangan organisasi dan perkembangan. Masyarakat menggambarkan sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama sebagai suatu kenyataan objektif, mandiri, bebas dari individu-individu yang bersama, bercampur selama waktu yang lama, dan sadar bahwa mereka

adalah suatu kesatuan dan suatu sistem hidup bersama anggota-anggotanya.
(Irwansyah, 2020, p. 164)

Dari pemahaman di atas, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah gejala psikologis yang ditunjukkan oleh adanya suatu perhatian kepada hal-hal yang menyebabkan perasaan senang atau bahagia, yang mengarah pada kecenderungan untuk melakukan aktivitas yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Sifat-sifat Minat

Yudrik Jahja mengatakan bahwa minat memiliki karakteristik dan karakteristik tertentu, seperti berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individual), berbeda dari orang lain dan memiliki efek diskriminatif.
- 2) Minat terkait erat dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi oleh motivasi.
- 3) Minat dipelajari dan dapat berubah sesuai dengan kebutuhan, pengalaman, dan mode. (Jahja, 2015, pp. 63-64)

c. Jenis-jenis Minat

Minat adalah ketertarikan atau perhatian seseorang terhadap suatu hal, dan bisa bervariasi dalam banyak cara. Berikut adalah beberapa jenis minat yang umum dijumpai:

- 1) Minat Situasional

Sesuatu dari lingkungan sekitar, seperti hal-hal baru, berbeda, tak terduga, dan menantang, sering menimbulkan minat situasional, dan hal-hal yang melibatkan banyak aktivitas atau emosi yang kuat sering

menimbulkan minat situasional. Selain itu, topik-topik yang berkaitan dengan orang, budaya, alam, dan kejadian saat ini cenderung menarik perhatian seseorang. Karya fiksi, seperti novel dan cerita pendek, lebih menarik dan memikat ketika mencakup tema dan karakter yang dapat diidentifikasi secara pribadi. Dengan menyajikan materi yang menarik dan tugas yang menantang, misalnya, guru dapat membangkitkan minat situasional siswa.

2) Minat Pribadi

Minat pribadi adalah minat yang bertahan lama dan relatif stabil pada suatu topik atau aktivitas. Minat ini tidak berubah sepanjang waktu dan menghasilkan pola pilihan yang konsisten. Minat pribadi lebih baik daripada minat situasional karena memungkinkan keterlibatan yang lebih besar dalam proses kognitif dan peningkatan dalam jangka panjang. Dengan kata lain, minat pribadi lebih baik daripada pengetahuan karena minat pribadi memicu keinginan untuk mempelajari lebih lanjut tentang topik tersebut. Namun, minat pribadi seseorang tidak boleh terganggu oleh kurangnya daya tarik dalam aktivitas atau kegiatan. (Suralaga, 2021, pp. 67-68)

d. Bentuk-bentuk Minat

Minat dapat dikategorikan ke dalam berbagai jenis berdasarkan konteks dan area ketertarikan seseorang. Menurut Buchori dalam Slameto, ada dua jenis minat:

- 1) Minat Primitif adalah minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan untuk makan, minum, bebas bergaul, dan sebagainya. Dalam hal ini,

minat ini terdiri dari kesadaran tentang kebutuhan yang harus dipenuhi untuk mempertahankan tubuh.

- 2) Minat Kultural adalah minat sosial, yang berasal atau diperoleh melalui proses belajar. Memiliki minat kultural lebih penting daripada memiliki minat primitif. (Slameto, 2010, p. 136)

e. Faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat

Suasana hati seseorang dapat memengaruhi timbulnya minat, menurut Winkel dalam Dini Kristianty Wardani. Suasana hati seseorang dapat memengaruhi minat maksudnya jika seseorang memiliki suasana hati yang buruk, maka minatnya juga buruk, sebaliknya, jika seseorang memiliki suasana hati yang baik, maka minatnya juga baik. Dalam kasus ini, minat muncul sebagai akibat dari faktor internal individu.

Menurut Crow dan Crow dalam Dini Kristianty Wardani, faktor pendorong dari dalam, faktor pendorong sosial, dan faktor pendorong emosional termasuk kebutuhan fisik dan mental. Motivasi sosial, yaitu mendapat pengakuan dan penghargaan dari masyarakat setempat, juga dapat mendorong munculnya minat dari diri seseorang. Sementara faktor emosional menunjukkan seberapa intens seseorang menanamkan perhatian pada suatu kegiatan atau objek tertentu. Tiga komponen minat pada diri seseorang adalah sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan untuk pemenuhan diri sendiri adalah kebutuhan yang tidak dapat ditunda dan harus dipenuhi segera.
- 2) Hubungan sosial yang mempengaruhi posisi seseorang dalam pemenuhan kebutuhan ini.

3) Kecenderungan seseorang untuk bekerja. (Wardani, 2016, p. 73)

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang termasuk kebutuhan, hubungan dengan pengalaman sebelumnya, peluang untuk mencapai hasil optimal, dan penggunaan berbagai metode pengajaran seperti diskusi, demonstrasi kerja kelompok, dan media massa.

Menurut Iin Soraya faktor-faktor berikut menimbulkan minat pada diri seseorang:

- 1) Faktor dalam itu perasaan tertarik pada seseorang dapat berupa fisik atau spiritual.
- 2) Faktor media sosial itu munculnya perasaan tertarik pada seseorang dapat dipengaruhi oleh media sosial. perluasan gengsi dan kesadaran akan lingkungan tempat seseorang tinggal.
- 3) Faktor emosional itu bagaimana seseorang melihat sesuatu yang menarik baginya disebut faktor emosional. (Soraya, 2015, p. 2)

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa ada dua jenis faktor yang mempengaruhi minat seseorang:

- 1) Faktor Intrinsik

Ini adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti suasana hatinya, bakatnya, dan rasa sukanya sendiri, tanpa pengaruh dari luar.

- 2) Faktor Ekstrinsik

Ini adalah faktor yang berasal dari luar seseorang, seperti mendapat pujian atau hadiah, nilai yang baik, suasana yang baik, dan fasilitas yang tersedia di lingkungan seseorang.

2.2 Kajian Penelitian yang Relevan

Adanya hasil penelitian terdahulu sebagai perbandingan terhadap penelitian yang ada. Disamping itu hasil penelitian terdahulu juga mempunyai andil besar dalam rangka mendapatkan suatu informasi tentang teori-teori yang kaitannya dengan judul yang akan diteliti dan juga menambah pengetahuan serta sebagai bahan pertimbangan yang dilakukan oleh peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tutut Sholihah “Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *School Branding* pada Sekolah Islam Terpadu”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan dan analisis tentang strategi manajemen humas, bagaimana strategi ini diterapkan, dan bagaimana hasilnya untuk branding sekolah di SDIT Al-Furqan dan SMPIT Al-Gazali di Palangka Raya. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan ide tentang model strategi manajemen humas untuk branding sekolah Islam Terpadu. Hasil studinya menunjukkan bahwa:

- a) Strategi manajemen humas dirancang dan disusun oleh kepala sekolah, divisi, dan humas dengan mempertimbangkan semua aspek agar merek sekolah dapat dikenal oleh masyarakat.
- b) Strategi dilaksanakan sesuai jadwal dengan promosi di media cetak, elektronik, dan sosial media, serta berkomunikasi dan bersosialisasi dengan lingkungan secara langsung.
- c) Hasil strategi manajemen humas dapat terlihat dengan adanya indikator keberhasilan sekolah menjadi lebih terkenal di lingkungan masyarakat, tercipta image positif bagi madrasah, peserta didik bertambah setiap tahun ajaran baru, menjadi sekolah favorit dan sekolah unggulan.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang strategi yang digunakan untuk peningkatan school branding. Perbedaan: peneliti lebih meneliti strategi humas. (Sholihah, 2018, pp. 80-81)

2. Penelitian oleh Taufiqur Rohman dan Deni Setyadi Nugraha dengan judul "Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Peningkatan Motivasi Belajar Mata Pelajaran PAI Di SMK Diponegoro Salatiga".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi metode yang dapat digunakan oleh kepala sekolah untuk meningkatkan keinginan anak untuk belajar di mata pelajaran Pendidikan Anak-Anak (PAI), untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat keinginan anak untuk belajar. Hasil penelitian menunjukkan hal-hal berikut:

- a) Salah satu pendekatan yang digunakan guru Pendidikan Agama Islam untuk meningkatkan keinginan siswa untuk belajar PAI di SMK Diponegoro Salatiga adalah dengan melakukan kebiasaan di sekolah, memberikan contoh yang baik bagi siswa yang lain, dan bekerja sama dengan guru lain dan siswa untuk meningkatkan pembelajaran agama di sekolah.
- b) Siswa SMK Diponegoro Salatiga memiliki motivasi yang meningkat untuk belajar PAI. Ini ditunjukkan dengan banyaknya siswa yang bertanya saat pelajaran, mengerjakan tugas, dan sangat antusias selama KBM. Mereka juga berdoa saat pelajaran dimulai dan berakhir.
- c) Ada dua faktor yang membantu dan menghambat motivasi belajar PAI siswa di SMK Diponegoro Salatiga. Yang pertama adalah faktor internal, yang berarti faktor yang ada di dalam diri siswa; yang kedua adalah faktor

eksternal, yang berarti faktor yang ada di luar siswa, seperti guru, kepala sekolah, dan fasilitas.

Persamaan: sama-sama meneliti upaya strategi yang dilakukan.

Perbedaan: meningkatkan motivasi guru. (Nugraha, 2020, pp. 174-175)

3. Penelitian oleh Hermawan Pradita dengan judul “Pencitraan Sekolah dalam Upaya Peningkatan Minat Peserta Didik Baru Di SMA 48 Muhammadiyah 2 Surabaya”.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian menunjukkan hasil:

- a) Alam membangun pencitraan sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya mengadakan kegiatan yang melibatkan partisipasi masyarakat melalui kegiatan sekolah yang sudah ditentukan.
- b) Humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya menggunakan tiga cara komunikasi, yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi internal, dan komunikasi eksternal.
- c) Humas SMAN 2 Muhammadiyah 2 Surabaya menggunakan berbagai media untuk mempublikasikan program pendidikan.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang cara peningkatan citra lembaga pendidikan, dan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan: penelitian oleh Hermawan berfokus pada peserta didik. (Pradita, 2017, p. 10)

4. Penelitian oleh Dewi Agus Triani “Strategi Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Citra Sekolah di SD Islam AN NUR Bungur”.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian menunjukkan hasil:

- a) Mempelajari dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sekolah dan berusaha untuk melakukan perbaikan terus menerus untuk membangun dan meningkatkan citra sekolah.
- b) Membuat perencanaan dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman untuk menjadikan sekolah produktif.
- c) Mempromosikan sekolah kepada masyarakat.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang cara peningkatan citra lembaga Pendidikan. Perbedaan: penelitian berfokus pada strategi dan citra sekolah saja. (Triani, 2021, pp. 26-27)

5. Penelitian oleh Siska Mawarni Indah Pipi Aryani “Strategi Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) Dalam Upaya Peningkatan *School Branding* Melalui Kegiatan Keagamaan Di Mi Muhammadiyah 01 Todanan Blora”

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian menunjukkan hasil:

- a) Strategi guru PAI dalam peningkatan *school branding* melalui kegiatan keagamaan berupa kultum peserta didik, BTA dan tahfidz juz 30.
- b) Hasil penerapan strategi guru PAI berupa madrasah lebih mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat sehingga memberikan dampak positif yaitu meningkatnya peserta didik baru pada tiga tahun terakhir, peningkatan kualitas layanan yang diberikan guru dan karyawan kepada peserta didik, peningkatan pendidikan karakter peserta didik berupa lebih bertanggung jawab, berani tampil di depan, pembiasaan menulis dan membaca al-Qur'an.

- c) Faktor pendukung meliputi faktor internal, yaitu adanya sinergitas antara guru PAI dengan wali kelas, kepala madrasah dan seluruh warga madrasah.

Persamaan: sama peningkatan atau peningkatan citra sekolah. Perbedaan: strategi yang digunakan adalah guru PAI. (Aryani, 2022, p. 5)

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi obyek permasalahan. (Sugiyono, 2014, p. 92) Berdasarkan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

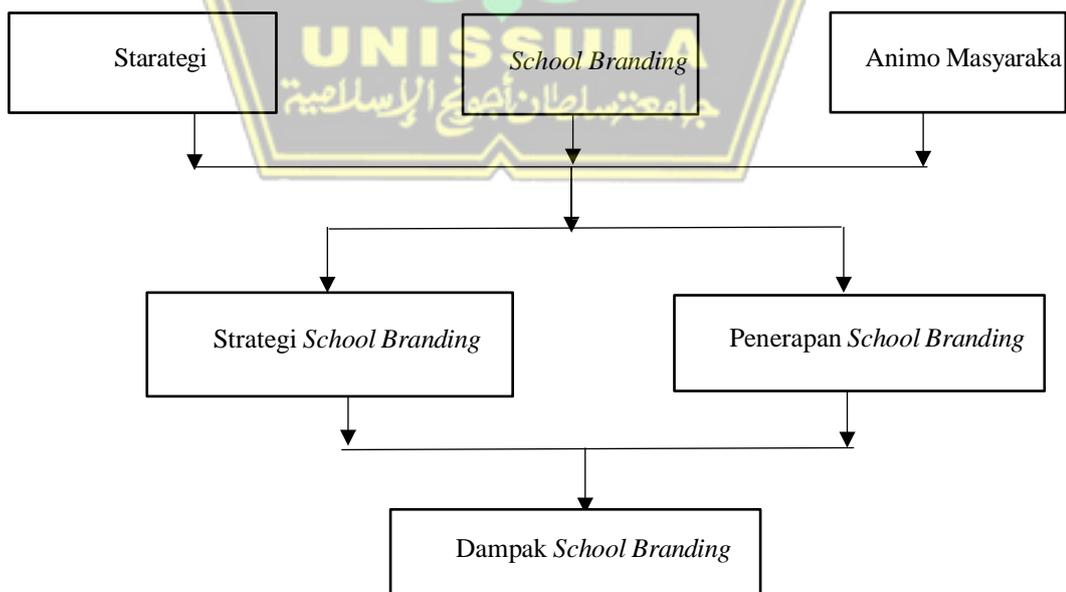
Sekolah-sekolah baru telah muncul, berkembang dan bersaing seiring masyarakat bergerak ke arah modernisasi. Ini pasti akan memaksa lembaga pendidikan yang lebih tua atau lebih dulu berdiri untuk berubah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan lembaga pendidikan lainnya, termasuk sekolah itu sendiri. Sekolah harus memahami bahwa pelanggannya adalah individu yang unik dengan kebutuhan yang berbeda. Disaat yang bersamaan, dalam lingkungan pendidikan yang sangat kompetitif, mempertahankan karakteristik sekolah menjadi semakin sulit dan membutuhkan biaya yang besar. Untuk mempertahankan hubungan dengan masyarakat, sekolah saat ini menggunakan pelayanannya sebagai pembeda.

Salah satu cara lembaga pendidikan dapat mempertahankan eksistensinya adalah dengan melakukan *branding* sekolah. *Branding* sekolah adalah upaya lembaga

pendidikan untuk meningkatkan reputasinya di mata masyarakat dan meningkatkan daya tarik masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu sekolah dalam mempromosikan citra positifnya di masyarakat adalah strategi *branding* sekolah. Dan cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan merek sekolah atau citra sekolah di masyarakat adalah dengan menggunakan strategi ini.

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan yang mana penelitian ini akan melihat bagaimana strategi tersebut direncanakan, bagaimana penerapannya atau melakukannya, dan bagaimana strategi tersebut berdampak. Untuk lebih jelasnya, lihat gambar 2.1 berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus, yang merupakan proses pengumpulan data dan informasi secara menyeluruh, mendalam, intensif, sistematis, dan holistik tentang individu, peristiwa, dan lingkungan sosial (latar sosial) maupun kelompok. Peneliti menggunakan berbagai metode dan teknik serta berbagai sumber informasi untuk memahami secara efektif bagaimana individu, peristiwa, dan lingkungan sosial (latar alami) beroperasi atau berfungsi dalam konteks penelitian ini. (Yusuf, 2017, p. 340)

Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alamiah akan tetapi diawali dengan intervensi (campur tangan) dari pihak lain. Penelitian ini mengharuskan penulis untuk melakukan studi langsung ke lapangan agar memperoleh data yang kongkrit tentang strategi *school banding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Ini adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran orang-orang baik dalam kelompok maupun individu. (Maskurin, 2015, p. 1)

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Jenis penelitian ini bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena sosial atau fenomena alam secara sistematis, faktual dan akurat. (Sugiyono, 2014, p. 15)

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Waktu yang digunakan oleh peneliti dimulai dari awal pra penelitian pada bulan juli 2024 sampai dengan selesai pada bulan agustus 2024.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, humas, dan guru. Obyek penelitian adalah strategi *school banding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif, posisi peneliti adalah sebagai unsur atau instrumen utama dalam penelitian. Karena itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian, peneliti umumnya lebih aktif mendatangi subyek penelitian. Siapa yang menjadi subjek penelitian dan dalam suasana apa pengumpulan data itu dilakukan, harus juga menjadi pemikiran peneliti. (Sugiyono, 2014, p. 308)

Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi.

a. Teknik Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil satu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu perilaku manusia, dan untuk

evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil dari aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi, atau suasana tertentu disebut sebagai hasil observasi. (Suarweni, 2014, p. 31)

Observasi dapat dilakukan secara partisipatif atau non partisipatif. Dalam observasi partisipatif (*participatory observation*) pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung, pengamat ikut sebagai peserta didik. Dalam observasi non partisipatif (*non-participatory observation*) pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan.

Obyek penelitian dalam kualitatif yang di observasi menurut Spradley dalam Sugiyono dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen, yaitu:

1. *Place*, atau tempat dimana interaksi dalam situasi sosial terjadi.
2. *Actor*, pelaku atau orang-orang yang sedang memainkan peran tertentu.
3. *Activity* atau kegiatan yang dilakukan oleh aktor dalam konteks sosial yang sedang berlangsung. (Sugiyono, 2014, p. 314)

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menggunakan metode observasi non partisipatif. Peneliti datang ke tempat penelitian, tetapi mereka tidak terlibat langsung dalam kegiatan di sana. Metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran umum situasi dan kondisi strategi *school banding* dalam meningkatkan animo masyarakat di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

- b. Teknik Wawancara atau *Interview*

Metode wawancara adalah pengumpulan data melalui cara tanya jawab, bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman. (Suarweni, 2014, p. 31)

Wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur yang dimaksudkan untuk mengumpulkan data tentang strategi *school banding* dalam meningkatkan animo masyarakat di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

c. Teknik Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. (Maskurin, 2015, p. 107)

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan dokumentasi berkaitan dengan sejarah berdiri sekolah, letak geografis, keadaan guru, peserta didik, karyawan serta sarana dan prasarana yang ada di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Data ini diperoleh dari kepala sekolah, guru BK, TU atau karyawan dan pihak lain yang bersangkutan.

3.5 Instrumen Penelitian

Peneliti dalam penelitian kualitatif berperan sebagai *key instrument* (instrumen kunci). Dengan kata lain yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Sebagai human instrument dan instrumen kunci, peneliti kualitatif berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan, melakukan

pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkannya, dan kemudian membuat kesimpulan. (Sugiyono, 2014, p. 306)

Dalam penelitian ini, peneliti sebagai pengamat partisipasi pasif yang mana ia hanya mengamati obyek penelitian yaitu bagaimana pelaksanaan strategi *school banding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari dokumentasi, catatan lapangan, wawancara, dan sumber lain. Tujuan dari analisis data adalah untuk membuat data lebih mudah dipahami dan membuat temuan peneliti dapat dikomunikasikan dengan orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengumpulkan atau mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit, sintesa, dan penyusunan ke dalam pola, menentukan mana yang penting dan digunakan, dan membuat kesimpulan yang dapat dikomunikasikan. (Maskurin, 2015, p. 109)

Analisis dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum, selama serta setelah di lapangan. Akan tetapi dalam penelitian ini, analisis data lebih fokus selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data. (Sugiyono, 2014, p. 336) Adapun analisis datanya sebagai berikut:

a. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilah dan memilih data yang didapatkan dari proses pengumpulan data dan hanya mengambil pokok-pokok data yang dibutuhkan, karena besar kemungkinan data yang terkumpul

jumlahnya cukup banyak seiring dengan lamanya masa penelitian. Dengan demikian data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk tabel, grafik dan sejenisnya, sehingga data dapat terorganisasikan, tersusun dalam suatu pola yang berhubungan. Penyajian data ini bertujuan supaya lebih mudah dipahami dan lebih mudah dalam langkah selanjutnya yaitu verifikasi data. (Sugiyono, 2014, pp. 336-343)

c. Kesimpulan dan Verifikasi Data

Menyimpulkan dan memverifikasi data dari data yang sudah direduksi dan dipaparkan adalah langkah terakhir dalam menganalisis data, menurut Miles dan Hubermanes dalam Sugiyono kesimpulan awal yang dibuat hanyalah sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap awal. Jika bukti yang valid dan konsisten ditemukan saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dibuat dapat dipercaya. (Sugiyono, 2014, p. 252)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Data

Lokasi penelitian dalam tesis ini adalah di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, untuk mengetahui secara ringkas tentang situasi sekolah, pada bab ini akan disajikan data tentang gambaran umum dari sekolah tersebut, adapun gambaran umum situasi MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan peneliti sajikan sebagai berikut:

a. Sejarah Berdirinya MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Berawal dari keprihatinan para tokoh masyarakat sekitar yang melihat banyaknya anak-anak masih berusia sekolah terutama lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Madrasah Tsanawiyah (MTs) yang tidak melanjutkan ke jenjang berikutnya pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Madrasah Aliyah (MA), banyak sekali alasan yang mendasari atau hal-hal yang menghambat putra-putri daerah setempat tidak melanjutkan ke jenjang SMA atau MA.

Madrasah Aliyah (MA) Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan berada di Dusun Lodran RT 03 RW 06 Desa Karangharjo Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan Propinsi Jawa Tengah, merupakan daerah pedesaan yang jauh dari pusat kota Kabupaten apalagi dari pusat kota propinsi. Mayoritas orang tua murid adalah petani, ekonomi orang tua termasuk menengah kebawah.

Madrasah Aliyah Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan didirikan pada tanggal 07-02-2013 dengan Kemenkumham tentang pengesahan Yayasan Nomor: AHU- 3242.AH.01.04 Tahun 2013. Di antaranya, lokasi SMA atau MA yang dekat tidak ada, tidak punya biaya untuk melanjutkan, dan kurangnya dukungan dan kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan. Berawal dari sini para tokoh masyarakat tadi berinisiatif mendirikan sebuah lembaga pendidikan yang setingkat sekolah atas atau aliyah, maka berdirilah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan yang dibutuhkan oleh masyarakat sampai dengan sekarang.

MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan ini berdiripada tahun 2013, yang menjabat sebagai kepala sekolah adalah Bapak Sudarmono, S.Pd, I., M.si. sampai sekarang. Pada tahap awal berdirinya madrasah ini belum mempunyai gedung sendiri, dalam arti masih menumpang di gedung MadrasahDiniyah (MADIN) Tsamrotul Huda, jadi terdapat dua kegiatan dalam pembelajaran yang berjalan, pagi untuk sekolah formal dan sore untuk sekolah non-formal.

Pada tahun berikutnya MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan mulai merenovasi dan membangun gedung-gedung baru untuk fasilitas yang lain seperti ruang laboratorium, ruang perpustakaan, ruang lab komputer, fasilitas olahraga, dan sebagainya yang masih belum terpenuhi, sehingga proses kegiatan belajarmengajar masih belum bisa maksimal.

Dengan berdirinya lembaga Yayasan Tsamrotul Huda telah mampu memberikan perubahan bagi perkembangan dan kemajuan, sebagaimana yang telah dirasakan oleh warga madrasah, khususnya peserta didik, guru, dalam hal pembelajaran dan pegawai dalam hal administrasi sekolah serta pengembangan sosial ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat sekitar.

b. Profil MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Tabel 4.1

Profil MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Nama	:	MAS TSAMROTUL HUDA
NPSN	:	69788049
Alamat	:	JL. RAYA DANYANG KUWU KM 10 DUSUN LODRAN
Desa/Kelurahan	:	KARANGHARJO
Kecamatan/Kota	:	KEC. PULOKULON
Kab.-Kota/Negara (LN)	:	KAB. GROBOGAN
Propinsi/Luar Nege-ri(LN)	:	PROV. JAWA TENGAH
Status Sekolah	:	SWASTA
Bentuk Pendidikan	:	MA
Kementerian Pembina	:	Kementerian Agama
Naungan	:	Lainnya
No. SK. Pendirian	:	D/Kw/MA/629/2013
Tanggal SK. Pendirian	:	07-02-2013
Nomor SK Operasional	:	Kw.11.4/4/PP.03.2/203/2013
Tanggal SK Operasional	:	07-02-2013
Tanggal Upload SK Op.	:	2018-06-21 07:55:42.300
Akreditasi	:	C
Lokasi	:	7°07'10.1"S 111°00'09.6"E V2J3+53M, Lodran, Karangharjo, Kec. Pulokulon, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah 58181

(Dokumentasi Profil MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan)

c. Visi MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Visi dari MA Tsamrotul Huda Pulokulon Groboogan adalah “Terwujudnya Peserta Didik yang Mantap dalam IMTAQ, Unggul dalam Prestasi, dan Berakhlaqul Karimah”. Sedang Indikator Visi adalah:

- 1) Mantap dalam IMTAQ.
 - a) Taat menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya.
 - b) Hafal Asmaul-Husna, tahlil dan surat Yasin.
 - c) Mampu membaca Al-Qur’an dengan baik dan benar.
 - d) Terbiasa melaksanakan shalat lima waktu secara berjamaah.
 - e) Terbiasa melaksanakan ibadah wajib maupun sunnah.
- 2) Unggul dalam prestasi.
 - a) Naik kelas 100% secara normative.
 - b) Lulus UM 100% dengan nilai rata-rata 7,0.
 - c) Lulus UN 100% dengan nilai rata-rata 7,0.
 - d) Memperoleh juara dalam kompetisi atau lomba mapel.
 - e) Mampu melanjutkan dan diterima di Perguruan Tinggi.
- 3) Berakhlakul karimah.
 - a) Terwujudnya generasi yang santun dalam bertutur dan berperilaku.
 - b) Terciptanya budaya 3S (Senyum, Salam, Sapa) bagi

semua warga madrasah.

- c) Terwujudnya siswa yang jujur, kreatif, bertanggung jawab dan amanah.

d. Misi MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

- 1) Menanamkan Aqidah Islamiah.
- 2) Memberikan bekal kemampuan dan ketrampilan pada siswa.
- 3) Menanamkan karakter dan kepribadian luhur melalui pembiasaan dalam ucapan, tutur kata, dan tindakan.
- 4) Membekali wawasan ketrampilan dan budaya bangsa.

e. Tujuan MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Sedangkan secara umum, tujuan pendidikandi MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan adalah meletakkan dasar kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut. Bertolak dari tujuan umum pendidikan dasar tersebut, MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan mempunyai tujuan sebagai berikut.

- 1) Pada akhir tahun pelajaran peserta didik hafal asmaul husna, tahlil dan surat Yasin.
- 2) Peserta didik dapat membaca Al Qur'an dengan baik dan benar.
- 3) Seluruh peserta didik sadar untuk menjalankan sholat Dzuhur berjamaah.
- 4) Peserta didik naik kelas 100% secara normative.
- 5) Peserta didik lulus UM 100 % dengan nilai rata-rata 7,0.

- 6) Peserta didik lulus UN 100 % dengan 7,0.
- 7) Peserta didik dapat meraih juara pada bidang akademik dan non akademik.
- 8) Peserta didik dapat melanjutkan pendidikan pada perguruan tinggi.
- 9) Tertanamnya pembiasaan akhlaqul karimah pada pendidik, tenaga kependidikan dan peserta didik.
- 10) Peserta didik terbiasa menerapkan budaya 3S (Senyum, Salam, Sapa) kepada sesama warga madrasah.
- 11) Peserta didik terbiasa berperilaku jujur, kreatif, bertanggung jawab dan amanah.

(Dokumentasi Visi, Misi, dan Tujuan MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan)

1. Strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Membangun *brand* sekolah bukanlah hal yang mudah, dalam pelaksanaannya dibutuhkan strategi-strategi sehingga pencapaiannya sesuai dengan yang diinginkan. Peneliti lebih dahulu mewawancarai kepala sekolah bagaimana strategi yang dilakukan kepala sekolah dalam mengembangkan *school branding* untuk meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di sekolah tersebut dan sebelum itu, mengapa *branding* menjadi hal penting dalam pengembangan sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sudarmono sebagai berikut:

“*Branding* sekolah merupakan fokus utama karena citra sekolah yang kuat dan positif dapat menarik siswa berkualitas, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. *Branding* yang efektif mencerminkan kualitas pendidikan, fasilitas, dan nilai-nilai yang kami tawarkan. Ini sangat penting untuk menciptakan reputasi yang solid dan memastikan sekolah kami dikenal di komunitas. Sehingga sekolah kami terutama saya sebagai kepala sekolah harus menyiapkan gebrakan baru demi kemajuan dan kualitas sekolah yang sesuai dengan standar nasional yang berlaku.”

Sekolah harus memiliki standar pendidikan nasional. Standar ini membantu lembaga pendidikan menjadi lebih baik di masa depan dan memberi mereka tempat untuk menilai diri mereka sendiri untuk terus meningkatkan kualitas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sudarmono sebagai berikut:

“Diantara salah satu strategi yang terus kami terapkan, lakukan, kembangkan, untuk meningkatkan kualitas sekolah kami adalah proses akreditasi sekolah. Akreditasi sekolah adalah penilaian resmi yang dilakukan oleh lembaga akreditasi untuk menilai standar kualitas pendidikan di sekolah kami. Penilaian ini mencakup berbagai aspek, termasuk kurikulum, pengajaran, manajemen, dan fasilitas. Tim penilai akan melakukan evaluasi terhadap dokumen, observasi langsung di kelas, dan wawancara dengan guru serta siswa.”

Beliau melanjutkan:

“Jadwal visitasi pengawas akreditasi sekolah kami terakhir tahun 2022. Itupun masih dalam keadaan covid, jadi tidak ada kunjungan ke sekolah, sehingga sekolah kami ini hanya memperpanjang akreditasi saja belum ada jadwal visitasi akreditasi lagi. Jadi sekolah memperpanjang nilai akreditasi tahun 2017. MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan ini masih mendapatkan akreditasi C akan tetapi kami berharap dengan akreditasi yang kami terima ini dapat kami tingkatkan mutu pendidikan lebih baik lagi. Dan yang terpenting usaha untuk kita perbaiki dan kita tingkatkan terus kami usahakan dan lakukan yang terbaik untuk sekolah karna perpanjangan ini kami gunakan juga sebagai kesempatan melengkapi atau menyempurnakan berkas yang kurang.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Peneliti memperoleh data dari kemendikbud.go.id bahwa MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan ini terakreditasi grade C dengan nilai 72 (akreditasi tahun 2022) dari BAN-S/M (Badan Akreditasi Nasional) Sekolah/Madrasah. Dengan nilai 72/100. (kemendikbud.go.id, 2021, p. 1)

Peneliti menemukan bahwa dengan akreditasi C MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan Pulokulon, pemerintah telah mendapatkan pengakuan dan penilaian yang cukup baik tentang kesesuaian dan kinerja. Proses akreditasi ini dilakukan untuk memberikan gambaran tentang keadaan kinerja lembaga dalam hal penyediaan pendidikan. Ini akan berfungsi sebagai dasar untuk pembinaan dan pengembangan yang dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan dan menciptakan lingkungan belajar yang positif, perbaikan tingkah laku siswa menjadi salah satu fokus utama. Kepala sekolah menerapkan berbagai strategi untuk mengatasi masalah ini, termasuk implementasi program pembinaan karakter.

Pendidikan karakter siswa adalah upaya untuk membantu pertumbuhan jiwa siswa secara lahir dan batin. Ini berarti mengajarkan siswa untuk mengetahui apa yang baik dan apa yang buruk. Selain itu, tingkah laku yang baik juga dapat dikaitkan dengan akhlak contohnya, setiap siswa harus berakhlak terhadap Tuhan, sesama manusia, lingkungannya, atau orang-orang di sekitarnya.

Seperti yang dipaparkan oleh Sudarmono bahwa:

“Kemudian strategi selanjutnya adalah membangun kerjasama dengan orang tua siswa menjadi salah satu faktor pendukung dalam mengajarkan anak akan akhlak dimana saja, baik itu di lingkungan sekolah atau berada dirumah. Karena kita ketahui sendiri sekarang bahwa pengaruh HP ini sangat jelek terhadap anak apabila tidak diawasi oleh orang yang lebih dewasa/orang tua”. Beliau melanjutkan:

“Perilaku siswa ini selalu di monitoring oleh bapak ibu guru dikelas dan dilembaga, baik itu secara langsung disekolah atau tidak langsung di rumah melalui grup kelas *whatsapp* melalui orang tua murid. Di sini, tingkah laku siswa dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan guru, orang tua, sesama, dan masyarakat secara keseluruhan, terutama komunitas madrasah. Ini adalah tanggung jawab bersama. Ini harus kita lakukan secara konsisten dan terus diterapkan. Dengan adanya pembiasaan program-program yang kita terapkan di sekolah Insyaalloh mau di rumah atau sekolah akhlak anak jadi baik. Maksudnya dari yang sudah baik menjadi lebih baik lagi, kalau belum baik kita perbaiki bersama”. (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Branding yang kuat tidak hanya menciptakan citra yang baik bagi sekolah di mata masyarakat, tetapi juga dapat membentuk tingkah laku siswa yang lebih baik, memotivasi mereka untuk meraih prestasi, dan berkontribusi secara positif dalam lingkungan sekolah. Tingkah laku siswa dan prestasi akademik sering kali saling berkaitan erat dalam konteks pendidikan. Masalah tingkah laku siswa yang kurang baik dapat menghambat proses belajar mereka, yang pada gilirannya memengaruhi prestasi akademik mereka.

Karena prestasi siswa adalah hasil dari belajar itu sendiri, bukan dari belajar sendiri, prestasi siswa tidak dapat dipisahkan dari kegiatan belajar mengajar. Strategi melalui peningkatan prestasi siswa, Sudarmono memaparkan:

“*Branding* sekolah memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk citra dan budaya sekolah, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi prestasi siswa. Sebagai contoh, sekolah yang dikenal dengan reputasinya dalam hal inovasi dan pencapaian akademik sering kali menarik siswa yang memiliki aspirasi tinggi dan termotivasi untuk sukses.”

Beliu melanjutkan:

“Dari lembaga sendiri dengan prestasi sebagai salah satu strategi untuk membangun citra atau *brand* sekolah. Alhamdulillah, diantara prestasi-prestasi terdekat dari perlombaan sekolah yang kami ikuti, siswa kami itu banyak perlombaan pramuka juara 2 tingkat kabupaten, lari jarak 100m putri tingkat kabupaten, siswa kami terakhir juga berpartisipasi dalam kompetisi sains Tingkat kabupaten-kota jateng. Untuk itu penting melibatkan seluruh komunitas sekolah dalam proses pengembangan dan perbaikan fasilitas yang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Pernyataan di atas diambil kesimpulan bahwa salah satu strategi di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan yaitu melalui prestasi-prestasi yang didapat dalam bidang akademik dan non akademik. Dan tentunya sekolah harus memiliki sarana dan prasarana yang layak dan memadai guna memfasilitasi kebutuhan dan perkembangan potensi siswa. Yang dimaksud adalah bangunan gedung sebagai pendukung proses pembelajaran, di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, seperti tersaji pada tabel berikut.

Tabel 4.2

Sarana dan Prasarana Pendukung

No	Nama Ruang	Ukuran (M ²)	Jumlah Ruang
1	Ruang Kepala Sekolah	7 x 7 = 49	1
2	Ruang Tata Usaha	7 x 7 = 49	1

3	Ruang Guru	8 x 8 = 64	1
4	Ruang Kelas	9 x 6 = 54	6
5	Ruang Perpustakaan	15 x 10 = 150	1
6	Ruang Lab. Komputer	8 x 7 = 56	1
7	Ruang OSIS	5 x 5 = 25	1
8	Ruang BK	10 x 5 = 50	1
9	Mushola	16 x 10 = 160	1
10	Lapangan Olah Raga	-	1

(Dokumentasi Sarana Prasarana MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan)

Berdasarkan sajian tabel di atas diketahui bahwa jumlah kelas yang dimiliki MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan sebanyak 6, kelas ini merupakan gambaran bahwa sekolah tersebut adalah kelas besar walau berstatus swasta atau yayasan, karena jumlah kelas sebanyak 6 rombongan kelas. MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan terletak pada pendidikan bercirikan Islam yang memperhatikan pengembangan potensi siswa di bidang akademik dan non-akademik yang berada dalam program unggulan sekolah. Tetapi hal ini juga sekolah mampu bersaing dan unggul dibandingkan dengan merek pesaing. Program unggulan sekolah yang ada di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan sebagaimana dijelaskan oleh Sudarmono bahwa:

“Program unggul merujuk pada program-program pendidikan yang dirancang untuk mencapai tingkat keunggulan yang signifikan dalam area tertentu, seperti akademik, olahraga, seni, atau teknologi. Program-program seperti ini dapat meningkatkan kualitas pendidikan dengan memberikan siswa kesempatan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan bakat mereka secara mendalam, serta mempersiapkan mereka untuk tantangan masa depan dengan lebih baik.”

Lalu program seperti apa yang diterapkandi MA Tsamrotul Huda

Pulokulon Grobogan, beliau melanjutkan:

“Program dan kegiatan sekolah kami termasuk program mingguan yang telah kami tetapkan, seperti apel pagi pada hari senin, kemudian kegiatan lain seperti sholat dhuha, ngaji bareng, serta kegiatan lain di luar kelas seperti ekstrakurikuler dan *outing class*. Kegiatan ekstrakurikuler sendiri bermacam-macam seperti halnya otomotif, tata busana, seni tari, dll. Kegiatan tersebut termuat dalam program *fun day*.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Ketika sekolah menerapkan program mingguan, siswa tidak hanya mendapatkan akses ke materi pelajaran yang lebih mendalam, tetapi juga berkesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang memperluas horizon akademis (pengembangan ilmu yang terintegritas, pendidikan yang berkualitas atau pendidikan biasiswa yang ditawarkan universitas) dan pribadi mereka.

Program sekolah memiliki dampak langsung pada kualitas alumni dengan memberikan fondasi pendidikan yang kuat dan pengalaman belajar yang mendalam. Semua ini berkontribusi pada pengembangan keterampilan akademis dan non-akademis yang penting bagi kesuksesan mereka di masa depan. Alumni yang berasal dari sekolah dengan program sekolah cenderung lebih siap untuk menghadapi tantangan di tingkat perguruan tinggi dan dunia kerja karena mereka

telah memperoleh pengalaman belajar yang lebih kaya dan keterampilan yang lebih terasah.

Orang tua yang memutuskan untuk mengajar anak mereka di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan harus mempertimbangkan berbagai aspek, salah satunya adalah kualitas siswa yang lulus. Lulusan MA ini berkualitas tinggi dan bersaing dengan terbuktinya dari hasil yang diterima di kampus-kampus bergengsi di dalam dan luar negeri, baik di kampus pemerintah maupun swasta. Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Kualitas lulusan merujuk pada kesiapan dan kemampuan siswa setelah mereka menyelesaikan pendidikan mereka di sekolah. Ini mencakup keterampilan akademis, keterampilan hidup, dan kesiapan untuk memasuki perguruan tinggi atau dunia kerja. Kualitas lulusan penting karena mencerminkan seberapa baik sekolah telah mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan di luar lingkungan sekolah. Lulusan yang berkualitas tinggi tidak hanya memiliki pengetahuan yang solid tetapi juga keterampilan praktis dan kepribadian yang siap untuk sukses dalam berbagai situasi.”

Beliau melanjutkan:

“Alhamdulillah, alumni sekolah kami tersebar di berbagai wilayah, baik di dalam (Grobogan) maupun di luar. Siswa kami juga dapat diterima di kampus swasta dan negeri terkemuka. Karena inilah yang tampaknya menjadikan merek sekolah kita lebih dikenal dan diterima masyarakat. Kami telah melihat peningkatan jumlah pendaftar, testimoni positif dari alumni. Ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai mengakui dan menghargai kualitas pendidikan dan fasilitas yang kami tawarkan. Kalau melihat seberapa banyak lulusan sekolah kita, tahun ini ajaran 2023/2024 sekolah meluluskan sebanyak 66-an siswa.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menilai lulusan yang mampu berpartisipasi dalam dan di luar sekolah negeri dan swasta terkemuka.

Ini menghilangkan kepercayaan publik bahwa sekolah swasta memiliki kemampuan untuk bersaing dengan sekolah negeri dan sistem pendidikan global. Oleh karena itu, peneliti menemukan bahwa gagasan pembentukan citra merek pada lembaga pendidikan juga merupakan komponen dari kualitas lulusan, yaitu produk siswa yang mampu bersaing dengan lulusan yang berkualitas tinggi.

Di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, lulusan tahun 2023/2024 ini sebanyak 66 siswa. Dan update dari data kemenag.go.id jumlah total siswa sebanyak 230. Berdasarkan jurusan jumlah siswa jurusan ilmu pengetahuan sosial (IPS) sebanyak 120 siswa, dan MIPA sebanyak 54 siswa. (Kemenag.go.id, 2023, p. 1)

2. Penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Penerapan berbagai strategi dalam konseptualisasi yang sudah disusun dari berbagai sumber daya yang sudah disiapkan dikenal sebagai penerapan membangun *brand* sekolah MA Tsamrotul Huda

Pulokulon Grobogan menggunakan program yang dibuat oleh kepala sekolah dan dewan guru untuk melaksanakan perencanaan strateginya.

Salah satu standar kompetensi kepala sekolah yaitu kompetensi sosial, dimana kepala sekolah berkerjasama dengan pihak lain untuk kepentingan sekolah, berpartisipasi dalam kegiatan sosial kemasyarakatan, dan memiliki kepekaan sosial terhadap orang tua atau

kelompok yang lain. Dengan begitu kepala sekolah dituntut memiliki kemampuan komunikasi yang baik, baik dengan sumber daya manusia (SDM) yang ada disekolah maupun masyarakat.

Sudarmono memaparkan:

“Keterlibatan *stakeholder* sangat penting dalam konteks pendidikan karena *stakeholder* seperti siswa, orang tua, guru, staf, dan masyarakat memiliki peran dan perspektif yang berbeda yang dapat mempengaruhi keberhasilan sebuah sekolah. Keterlibatan aktif dari berbagai pihak ini dapat membantu dalam merancang dan menerapkan strategi yang lebih efektif, serta menciptakan dukungan yang lebih kuat untuk inisiatif sekolah. Dengan melibatkan *stakeholder*, sekolah dapat memastikan bahwa keputusan yang diambil selaras dengan kebutuhan dan harapan mereka, serta mendapatkan masukan yang berharga untuk perbaikan dan inovasi.”

“Siswa adalah fokus utama, sedangkan orang tua berperan dalam mendukung dan memantau perkembangan anak mereka. Guru bertanggung jawab untuk pengajaran dan pengembangan kurikulum, staf administrasi mendukung operasional sehari-hari, dan masyarakat, termasuk alumni dan mitra bisnis, membantu dengan sumber daya dan dukungan sekolah.”

Beliau melanjutkan:

“Keterlibatan sekolah dengan *stakeholder* diantaranya melakukan pertemuan dengan orang tua ketika pengambilan rapor, kenaikan kelas itu ya diantaranya, kemudian kalau kepada masyarakat yang kaitannya dengan sekolah misalnya, bakti sosial, kemudian zakat fitrah di bulan ramadhan, selain itu juga takziah di tempat masyarakat sekitar, dan sebagainya. Dan dengan lingkungan sekitar juga menjalin komunikasi terkait dengan sekolah itu perlu dijaga dan dilakukan.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan mempunyai program kemasyarakatan yang mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan sekolah dengan *stakeholder*. Adapun penjelasan proses Penerapan program

dalam Penerapan strategi membangun *school branding* MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan seperti yang dipaparkan oleh Sudarmono sebagai berikut:

“Melibatkan *stakeholder* ini dapat membantu dalam membuat dan menerapkan rencana yang lebih baik dan memberikan dukungan yang lebih kuat untuk inisiatif yang dilakukan sekolah. Salah satu strategi pemasaran merek sekolah kami adalah meningkatkan akreditasi sekolah. Meskipun kita masih mendapatkan nilai yang cukup baik, kami mendapatkan akreditasi dengan bekerja sama dengan pemerintah dan kelompok sekolah bersama dengan guru dan karyawan untuk melakukan analisis. Setelah analisis selesai, kami mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang rencana apa yang akan dilaksanakan, berapa biayanya, peluang keberhasilan, tantangan, dan hambatan yang akan dihadapi. kemudian diterapkan dan jelas telah sesuai dengan delapan standar pendidikan nasional.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekolah yang memenuhi delapan standar pendidikan nasional harus melakukan analisis SWOT sebelum mendapatkan akreditasi. Identifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang akan muncul di masa depan untuk digunakan sebagai penilaian dan rencana untuk tindakan selanjutnya untuk mendapatkan akreditasi. Kepala sekolah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan juga menyatakan:

“Setelah analisis ini, kami juga mengatur pertemuan dengan semua badan pengajaran untuk mendaftarkan semua item dan membahas kemajuan yang telah dicapai dan yang belum. Jika negara kita memiliki delapan standar pendidikan nasional, Dengan demikian, kami dapat mengevaluasi apakah kami telah mencapai standar nasional dan dapat membuat rencana tambahan.”

Wawancara dengan Khoerun, yaitu:

“Peran utama humas dalam mengembangkan *school branding* menuju sekolah unggul adalah sebagai penghubung antara sekolah dan berbagai pemangku kepentingan, termasuk siswa, orang tua, komunitas, dan media. Humas itu bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan yang konsisten dan positif tentang visi, misi, dan pencapaian sekolah. Selain itu, saya sebagai humas juga berperan dalam membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan masyarakat, mengelola citra sekolah, serta mengelola komunikasi krisis yang mungkin muncul.”

Beliau melanjutkan:

“Seperti yang telah disampaikan bapak kepala, mengenai akreditasi sekolah kita sudah melalui proses yang begitu lama dan tentunya memiliki tahapan demi tahapan yang berkesinambungan dalam proses akreditasi, tahun 2022 sekolah kita masih mendapatkan nilai yang cukup meskipun begitu tetap patut kita syukuri, karna kita terus mengupayakan bagaimana sekolah kita menjadi lebih baik sehingga orang tua siswa dalam memasukkan putra-putrinya untuk mengenyam pendidikan disini lebih dipertimbangkan, dibandingkan anak lulus sekolah langsung kerja atau menikah.” (Khoerun, Wawancara, 10 Juli 2024)

Data menunjukkan bahwa sekolah harus mengikuti prosedur yang disebutkan di atas untuk mendapatkan akreditasi, tetapi tidak secara instan. Oleh karena itu, kerjasama yang baik antar guru, empati, bantuan satu sama lain, dan saling peduli sangat penting di sini. Organisasi tidak dapat berfungsi tanpa kekompakan tim, kerja sama tim yang kuat, dan tentu saja pemimpin yang kuat. Oleh karena itu, setelah mendapatkan akreditasi, kualitas juga harus terus ditingkatkan.

Menurut wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Untuk menjaga hasil yang sudah dicapai, kita juga harus mempertahankan pengelolaan kualitas guru secara keseluruhan. Ini berarti setiap guru harus mematuhi Standar Operasional Prosedur (SOP) dan meningkatkan kemampuan mereka.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Menurut informasi ini, sekolah harus menggunakan strategi manajemen yang luas untuk menjaga kualitas pendidikan. Untuk

mencapai hal ini, mereka harus menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk mengelola kompetensi guru dan kemudian meningkatkan kemampuan dan kompetensi guru. Tidak diragukan lagi, ada banyak hambatan saat menggunakan strategi penjaminan mutu. Seperti yang diungkapkan Khoerun bahwa:

“Sudah pasti, kendala, masalah, dan masalah komunikasi selalu ada dalam sebuah organisasi. Ini juga berlaku untuk sekolah kami. Tidak adanya kesadaran guru terhadap materi yang sudah direncanakan dan dibahas, serta kurangnya dokumentasi dan penyusunan sistematis, merupakan masalah yang masih sangat sulit bagi kami. Karena pola pikir yang masih mengutamakan kerja, baru ditulis dan didata jika diperlukan. Ini yang menjadi resistensi atau kurangnya dukungan dari internal sekolah atau pemangku kepentingan lainnya. Karena humas perlu bekerja untuk membangun dukungan melalui komunikasi yang inklusif dan menunjukkan manfaat dari inisiatif *branding*.” (Khoerun, Wawancara, 10 Juli 2024)

Data menunjukkan bahwa banyak pendidik tidak memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk mencatat perencanaan, proses, hasil, dan evaluasi sesuai dengan standar pendidikan nasional. Ini menunjukkan bahwa banyak guru tidak tahu bagaimana mempertahankan akreditasi mereka. Oleh karena itu, mereka hanya akan mempersiapkan diri saat terjadi keadaan terdesak. Meskipun proses sehari-hari dilakukan dengan teliti, tidak ada bukti bahwa mereka akan menyebabkan masalah di masa depan.

Akreditasi sekolah tidak hanya menilai aspek akademis tetapi juga faktor-faktor lain seperti manajemen kelas, disiplin, dan kesejahteraan siswa. Ketika tingkah laku siswa diperbaiki, ini menunjukkan bahwa sekolah memiliki sistem pengelolaan disiplin yang baik dan lingkungan

yang kondusif untuk pembelajaran. Tingkah laku dan moral siswa menentukan reputasi lembaga pendidikan. Dalam hal ini, kepala sekolah menyatakan bahwa menanamkan nilai-nilai moral kepada siswa harus dilakukan. Ini sejalan dengan pernyataan berikut dari Mustapidah bahwa:

“Keterlibatan *stakeholder* dapat meningkatkan efektivitas upaya perbaikan tingkah laku siswa dengan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam menciptakan dan menerapkan kebijakan yang konsisten dan mendukung. Ketika *stakeholder* merasa dilibatkan dan diberdayakan, mereka lebih cenderung mendukung dan menerapkan kebijakan dengan cara yang konstruktif. Dukungan dari orang tua, guru, dan komunitas dapat menciptakan lingkungan yang lebih harmonis dan konsisten, yang berdampak positif pada tingkah laku siswa.”

Beliau melanjutkan:

“Mengembangkan perilaku dan kebiasaan yang baik pada siswa membutuhkan waktu dan usaha. Oleh karena itu, kami melakukan pembinaan moral ini sejak mereka masuk sekolah, ya, tentunya ketika mereka masih anak-anak dari jenjang sebelum menengah atau atas dalam artian sebelum SMP/MTs dan SMA/MA yang berarti dimulai sejak jenjang yang masih rendah seperti PAUD/RA dan SD/MI. Contoh sederhananya menerapkan peraturan piket kelas. Ini menjadi tanggung jawab kita bersama.”

Siswa mulai mengembangkan kebiasaan yang baik dengan sholat dhua dan ngaji bersama sejak mereka masuk ke sekolah.

“Kami selalu belajar atau membiasakan diri dengan moral yang baik di kelas dan di lingkungan sekolah. Apalagi anak-anak sudah beranjak ya dan sudah paham mana yang baik dan mana yang tidak, guru dapat memantau siswa secara dekat dan memberi mereka kepercayaan untuk memberi tahu teman mereka ketika mereka berperilaku buruk karena tidak sesuai dengan kesepakatan. Sosialisasi kedua terjadi di sekolah, sosialisasi ketiga terjadi di rumah, dan sosialisasi keempat terjadi di luar rumah atau komunitas.” (Mustapidah, Wawancara, 10 Juli 2024)

Peneliti dapat melihat dari wawancara di atas bahwa pembiasaan yang baik harus dimulai dengan kebiasaan di kelas. Ini dilakukan untuk membuat pendidik lebih mudah melihat bagaimana siswa berakhlak. Siswa juga diajarkan berperilaku sopan. Ini termasuk berperilaku baik saat masuk ke kelas, bertemu dengan guru, makan dan minum, membaca Al-Quran, membuang sampah, dan berbicara dengan guru dan guru mereka.

Pertama, siswa diberi jadwal piket untuk mengawasi dan melaporkan teman-teman yang tidak berperilaku baik.

Kedua, latihan dilakukan di luar ruang kelas, bukan di ruang kelas bersama dengan tanggung jawab piket. Siswa yang melanggar aturan sekolah akan dikenakan denda oleh petugas piket. Hal ini dilakukan untuk mencegah kebersihan dan perilaku yang tidak diinginkan mencemari lingkungan sekolah. Pada saat ini, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang akhlak tetapi juga pengetahuan tentang tanggung jawab, kepemimpinan, dan persahabatan.

Ketiga, siswa dilatih untuk berperilaku baik terhadap orang tua dan anggota keluarganya di rumah. Orang tua dan guru harus bekerja sama untuk mencapai perbaikan ini, meskipun guru tidak dapat melakukannya secara langsung. Orang tua harus memantau dan memperhatikan akhlak yang baik anak-anak mereka kepada orang tua dan anggota keluarga mereka dengan memenuhi kewajiban agama mereka sebagai muslim (sholat lima waktu) dan mengaji. Meskipun

anak-anak tidak berada di bawah pengawasan langsung guru, orang tua harus memantau anak-anak mereka berperilaku baik.

Empat, belajar menyesuaikan diri dengan lingkungan luar rumah atau komunitas. Dalam praktik ini, diharapkan siswa dapat membawa moralitas yang baik ke lingkungannya sebaliknya, diharapkan siswa membawa moralitas ke lingkungannya. Di sini, orang tua bertanggung jawab untuk memantau bagaimana anak-anak mereka berperilaku, menetapkan batasan, dan bermain dengan mereka saat mereka merasa tidak nyaman.

Tentunya, pemaparan umum dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa penerapan kebiasaan ini tidak akan terjadi secara instan. Karena peran orang tua, lembaga pendidikan, dan guru sangat penting dalam pembangunan karakter siswa, akan diperlukan proses yang panjang dan konsisten. Sejak awal sekolah, siswa telah belajar tentang perilaku yang baik dan bagaimana menggunakannya. Kebiasaan ini menunjukkan kualitas lulusannya dan potensi sekolah untuk meningkatkan prestasi siswa dalam bidang akademik maupun non-akademik. Prestasi ini merupakan bukti keberhasilan mereka dalam belajar untuk mencapai tujuan mereka, atau bahkan lebih.

Hasil wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja atau prestasi siswa, termasuk meningkatkan kualitas dan kualifikasi guru, pelatihan dan pengembangan profesional diperlukan untuk guru untuk dapat menggunakan teknik pengajaran dan evaluasi yang lebih baik. Guru yang berpengalaman memiliki kemampuan untuk

membantu siswa mencapai potensi terbaik mereka. Karena prestasi siswa tentunya bergantung pada kemampuan pendidik, mengikuti pelatihan, mengirim siswa ke acara kompetitif dan publikasi, atau, dalam kasus tertentu, memperbarui secara langsung.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Peneliti dapat menemukan empat cara untuk meningkatkan kinerja siswa berdasarkan hasil survei di atas:

- 1) Meningkatkan kualitas dan kualifikasi guru. Karena kinerja siswa tentunya berkorelasi dengan kemampuan guru dalam membantu siswa mencapai hasil yang lebih baik, kinerja siswa menunjukkan bahwa guru memiliki kualitas dan kualifikasi yang luar biasa.
- 2) Mengikuti pelatihan. Siswa dididik baik di dalam maupun di luar sekolah secara berkala dan bertahap. Ini bisa melibatkan penggunaan berbagai metode pengajaran dan materi yang berbeda untuk menyesuaikan dengan gaya belajar dan kemampuan siswa. Sehingga pendekatan pembelajaran untuk memenuhi kebutuhan individu siswa diperlukan.
- 3) Mengirimkan siswa ke kompetisi. Lebih tepatnya, melalui partisipasi siswa dalam kompetisi yang diadakan oleh sekolah atau KKM, serta kompetisi yang diadakan oleh kecamatan, kabupaten, atau kota. Siswa juga berpartisipasi dalam olimpiade dan membagi prestasi mereka.
- 4) Publikasi. Ini berarti bahwa setiap siswa yang berpartisipasi dalam kompetisi akan dipublikasikan. Penggunaan sebagai ajang promosi organisasi dan sebagai merek sangat penting mengingat pengaruh dari dunia sosial modern.

Meningkatkan prestasi siswa merupakan tujuan fundamental (sesuatu yang sangat mendasar dan penting) bagi setiap lembaga pendidikan, dan pencapaian tersebut seringkali bergantung pada penerapan program unggul yang dirancang secara cermat. Program unggulan sekolah adalah inisiatif atau kegiatan khusus yang ditawarkan oleh sekolah untuk memperluas pengalaman belajar siswa di luar kurikulum akademik inti. Tujuan utama dari program unggulan adalah untuk mengembangkan bakat, minat, dan keterampilan siswa dalam berbagai bidang, serta mempersiapkan mereka untuk tantangan masa depan. Berikut beberapa diantara program unggulan yang diterapkan di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Menurut pernyataan Mustapidah yang menyatakan:

“Apel pagi hari Senin merupakan momen yang sangat penting di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Ini adalah saat yang tepat untuk memulai minggu dengan semangat dan tujuan yang jelas. Dalam konteks program kami memanfaatkan apel pagi untuk memperkenalkan dan mengingatkan siswa tentang berbagai inisiatif dan kegiatan penting yang mendukung program kami. Kegiatan apel pagi setiap hari senin yang harapannya rasa cinta tanah air itu tumbuh pada hati anak-anak. Diisi dengan sedikit memberi motivasi dan menyanyikan lagu Indonesia Raya. Apel pagi juga diisi dengan guru yang berbeda, jadi bila senin ini diisi dengan bapak A minggu depan diisi dengan bapak B bergantian saja.” (Mustapidah, Wawancara, 10 Juli 2024)

Biasanya, apel pagi hari Senin dilaksanakan di awal pekan sebagai momentum untuk memulai minggu dengan baik, menata prioritas, dan menyinkronkan langkah-langkah ke depan. Hal ini tidak hanya membantu dalam pengaturan kerja dan komunikasi internal, tetapi juga

memperkuat ikatan sosial dan komitmen bersama dalam mencapai tujuan bersama.

Dalam wawancara dengan Mustapidah menyatakan:

“Hari senin itu jadwalnya apel saja, tetapi untuk hari selasa, rabu, kamis, jum’at kegiatan pagi dimulai dengan sholat dhuha. Berhubung dekat sekolah juga ada mushola masyarakat kita manfaatkan bersama sekaligus bisa menginformasikan pada masyarakat kalau sekolah kita punya program seperti ini. Ini akan menjadi nilai tersendiri di mata masyarakat.” (Mustapidah, Wawancara, 10 Juli 2024)

Penerapan sholat dhuha di sekolah biasanya melibatkan koordinasi antara pihak sekolah, guru agama, dan siswa. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan antara lain adalah menyediakan tempat ibadah yang nyaman, mengedukasi siswa tentang tata cara sholat dhuha yang benar, serta memfasilitasi waktu dan kondisi yang mendukung untuk melaksanakan ibadah ini secara berkala.

Dalam wawancara dengan Mustapidah menyatakan:

“Setelah kegiatan sholat dhuha dilanjutkan dengan pembacaan asmaul husna secara bersama-sama. Jadi yang membedakan kegiatan nanti rincian perharinya. Tetapi kalau selasa, rabu, kamis, jumat, kegiatan sholat dhuha dan pembacaan asmaul husna itu sama.” (Mustapidah, Wawancara, 10 Juli 2024)

Dengan demikian, pembacaan Asmaul Husna bersama di sekolah bukan hanya sekedar kegiatan ritual, tetapi juga merupakan bagian dari upaya untuk membentuk generasi yang beriman, berakhlak mulia, dan berkepribadian Islam yang kuat. Mustapidah menyatakan:

“Ini yang membedakan itu disini, kita biasa merinci kegiatan mingguan ini dengan agenda yang berbeda, contohnya selasa setelah kegiatan sholat dhuha kemudian pembacaan asmaul husna, dilanjutkan dengan hafalan surat, atau doa, atau tahsin bacaan al-qur’an supaya bagaimana cara membaca al-qur’an yang benar, tajwidnya bagaimana itu, atau bisa juga ngaji binnadzor per anak

itu dilakukan dengan jadwal yang berbeda ya tentunya bila hari kegiatan A besok kegiatan B seperti itu singkatnya. Kegiatannya dikoordinir guru bisa, ketua kelas bisa, atau membuat kelompok kecil. Jadi setiap harinya anak ada agenda yang berbeda sebelum masuk kelas dan KBM di mulai.” (Mustapidah, Wawancara, 10 Juli 2024)

Program mingguan di sekolah dirancang untuk memberikan struktur dan variasi yang mendukung perkembangan siswa secara menyeluruh. Sebagai bagian dari pendekatan holistik ini, kegiatan ekstrakurikuler berperan penting dalam melengkapi pengalaman belajar siswa. Program mingguan memberikan kerangka kerja teratur untuk memastikan bahwa siswa dapat menyerap materi pelajaran dengan efektif, sementara kegiatan ekstrakurikuler menawarkan kesempatan untuk mengeksplorasi minat pribadi dan mengembangkan keterampilan tambahan di luar kurikulum formal.

Dengan mengintegrasikan kegiatan ekstrakurikuler ke dalam jadwal mingguan, sekolah tidak hanya memfasilitasi pembelajaran yang menyenangkan dan kreatif, tetapi juga memastikan bahwa siswa memiliki waktu dan dukungan yang diperlukan untuk mengejar passion mereka, menjalin hubungan sosial, dan membangun keterampilan kepemimpinan. Sinergi antara program mingguan dan kegiatan ekstrakurikuler ini membantu menciptakan pengalaman pendidikan yang lebih kaya dan memuaskan bagi setiap siswa.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Kami menerapkan kurikulum yang komprehensif dan relevan, serta menyediakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung pengembangan keterampilan siswa.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Kegiatan ekstrakurikuler tentu dilaksanakan pada sore hari atau di luar jam pembelajaran. Perlunya dari ekstrakurikuler adalah sebagai wadah untuk pengembangan minat dan bakat peserta didik, jenis kegiatan ekstrakurikuler di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan sangat beragam, diantaranya seperti yang tersaji pada tabel berikut.

Tabel 4.3

Profil Kegiatan Ekstrakurikuler

No	Nama Kegiatan	Keterangan
1	Pramuka	Berjalan baik
2	Drumband	Berjalan baik
3	Bola Volly	Berjalan baik
4	Tata Busana	Berjalan baik
5	Seni Tari	Berjalan baik
6	Komputer	Berjalan baik
7	Otomotif	Berjalan baik

(Dokumentasi Kegiatan Ekstrakurikuler MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan)

Kegiatan ekstrakurikuler di sekolah dapat beragam dan biasanya dirancang untuk mengembangkan minat, bakat, dan keterampilan siswa di luar kurikulum akademik. Tujuan dari kegiatan ekstrakurikuler ini tidak hanya untuk memberikan siswa kesempatan untuk mengembangkan keterampilan khusus, tetapi juga untuk mempromosikan kepemimpinan, kerjasama tim, dan tanggung jawab sosial. Kegiatan ini juga sering kali memberikan pengalaman yang berharga di luar lingkungan kelas yang dapat membantu siswa dalam perkembangan pribadi dan akademik mereka.

Dalam wawancara dengan Mustapidah menyatakan:

“Kegiatan ekstrakurikuler berperan penting dalam membangun branding sekolah dengan menunjukkan komitmen kami terhadap pengembangan siswa secara holistik. Program-program ini mencerminkan nilai-nilai dan visi sekolah, serta memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengeksplorasi minat dan bakat mereka. Ketika siswa aktif dalam berbagai kegiatan, hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi sekolah tetapi juga menarik perhatian calon siswa dan orang tua.”

“Selain program mingguan tersebut, ekstrakurikuler sekolah kita juga cukup berjalan dengan baik. Diantaranya otomotif, tata busana, pramuka, dll. Kegiatan ini berlangsung setelah KBM selesai, misalnya hari senin anak-anak kegiatan ekstrakurikulernya menjahit, hari kamis otomotif, hari jum'at pramuka. Ya kurang lebihnya seperti itu.”

Berdasarkan tabel di atas dapat dikemukakan bahwa kegiatan ekstrakurikuler yang berada di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan sangat beragam sehingga bakat dan minat dapat terwadai dalam kegiatan tersebut. Beliau melanjutkan:

“Siswa yang aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler sering kali merasa lebih terhubung dengan sekolah mereka dan lebih bangga terhadap prestasi yang diraih. Keterlibatan mereka tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri tetapi juga menciptakan duta-duta positif untuk sekolah. Hal ini, pada gilirannya, memperkuat citra sekolah sebagai lembaga yang mendukung pengembangan individu dan komunitas.” (Mustapidah, Wawancara, 10 Juli 2024)

Kegiatan ekstrakurikuler sangat penting untuk meningkatkan kualitas siswa. Setiap lembaga pendidikan bergantung pada mutu lulusan, yang menentukan kualitas sekolah. Berbagai perspektif, seperti sikap, pengetahuan, dan keterampilan, dapat digunakan untuk menilai kualitas lulusan. Semua orang tua menginginkan kualitas lulusan dalam mengajar anaknya.

Dalam wawancara dengan Khoerun bahwa:

“Lulusan berperan sebagai duta sekolah dengan berbagi pengalaman positif mereka dan mencerminkan nilai-nilai yang

ditanamkan oleh sekolah. Prestasi mereka dalam karir dan kontribusi mereka di masyarakat sering kali menjadi bukti nyata dari kualitas pendidikan yang diterima dan membantu memperkuat citra sekolah sebagai penyedia pendidikan berkualitas.” (Khoerun, Wawancara, 10 Juli 2024)

Dengan memberikan pengalaman yang melampaui kurikulum akademis standar dengan melalui partisipasi dalam berbagai aktivitas, siswa mengembangkan keterampilan tambahan seperti kepemimpinan, kerja sama, dan kreativitas, yang tidak hanya memperkaya pendidikan mereka tetapi juga mempersiapkan mereka lebih baik untuk tantangan di dunia kerja atau pendidikan tinggi.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Mutu lulusan berperan penting dalam *branding* sekolah karena lulusan yang sukses mencerminkan kualitas pendidikan yang diberikan. Prestasi mereka di dunia kerja atau pendidikan tinggi membangun reputasi sekolah sebagai lembaga yang menghasilkan individu berkompeten dan berkualitas.”

“Alhamdulillah, alumni sekolah kami tersebar di berbagai wilayah, baik di dalam (Grobogan) maupun di luar. Siswa kami juga dapat diterima di kampus swasta dan negeri terkemuka. Akibatnya, persepsi masyarakat tentang sekolah tampaknya dapat tersebar dan berkembang.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti dapat memahami bahwa kepala sekolah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan memiliki kemampuan untuk meningkatkan kualitas lulusannya sehingga siswa tidak perlu khawatir untuk melanjutkan pendidikan mereka di negara bagian. Sekolah yang ingin tetap kompetitif dapat menghasilkan siswa yang dapat bergabung dengan lembaga pendidikan swasta atau negeri terkemuka di dalam dan di luar kabupaten.

Hal ini menyebabkan masyarakat percaya bahwa sekolah swasta di bawah naungan keagamaan hanya mengutamakan pendidikan agama.

Padahal, sekolah swasta ini sebenarnya mampu bersaing dengan sekolah negeri secara keseluruhan dan lebih global. Akibatnya, peneliti menemukan bahwa kualitas lulusan juga mempengaruhi penerapan pembangunan merek MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan Pulokulon.

3. Dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Dampak adalah hasil atau konsekuensi dari keputusan dan proses yang dilakukan seseorang. Selain itu, konsekuensi adalah akibat dari tindakan yang salah. Menurut kemdikbud dampak sebagai "pengaruh", situasi di mana ada hubungan sebab akibat atau timbal balik antara yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi. ([kbbi.kemdikbud.go.id/.](http://kbbi.kemdikbud.go.id/)) Dengan kata lain, dampak ini adalah hasil dan konsekuensi dari merek sekolah yang dipromosikan. Peneliti melakukan wawancara tentang bagaimana strategi kepala sekolah mempengaruhi upaya untuk meningkatkan branding sekolah menuju status sekolah unggul. Ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana strategi dan kepemimpinan berkontribusi pada reputasi dan kualitas sekolah.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Kami menerapkan strategi berbasis data untuk meningkatkan kualitas layanan, termasuk pembaruan kurikulum, pelatihan profesional untuk guru, dan peningkatan fasilitas. Strategi diterapkan melalui program pelatihan terjadwal untuk staf, pembaruan materi ajar secara berkala, dan penyesuaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan siswa.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Tentu saja, jika strategi pengembangan *brand* yang akan diterapkan di sekolah diperlukan. Meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh guru dan staf sekolah sangat penting untuk meningkatkan pengalaman belajar siswa dan memperkuat lingkungan sekolah secara keseluruhan.

Deskripsi data tentang guru yang dimiliki oleh MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan dilihat dari tingkat pendidikan dapat disajikan seperti pada tabel berikut.

Tabel 4.4

Deskripsi Guru Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Basis Ijazah	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	S2	3	9%
2	S1	28	82%
3	SMA Sederajat	3	9%
	Jumlah	34	100%

(Dokumentasi Data Guru MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan)

Berdasarkan tabel di atas diketahui jumlah guru yang berpendidikan S1, yaitu 28 orang atau 82% dari guru yang berjumlah 34 orang, lebihbesar dibandingkan dengan yang berpendidikan S2 dan SMA sederajat yaitu 3 orang atau 9%,namun setidaknya pendidikan S1 tersebut telah memenuhi persyaratan sebagai guru sesuai tuntutan Undang-Undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen. Berikut data lengkap guru MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan.

Tabel 4.5

Data Guru MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

No	Nama Guru	TTL	P/L	Aga ma	Jabatan	Pend.	Tempat Tinggal
1	Sudarmono, S.Pd.I, M.S.i	Grob, 14- 06- 1971	L	Islam	Kepala Sekolah	S 2	Purwod adi
2	Saiful Amri, M.Pd	Grob, 30- 09- 1986	L	Islam	Guru	S 2	Kradenan
3	Zulfa Happy Imaroal. S.Pd, M.s.i	Grob, 04- 05- 1994	P	Islam	Guru	S 2	Sembun gharjo
4	Moh. Hamdan, S.Pd.I	Grob, 02- 05- 1958	L	Islam	Guru	S 1	Sembun gharjo
5	Suwiknyo, S.Pd	Grob, 19- 04- 1982	L	Islam	Guru	S 1	Karangh arjo
6	Andriana Wijayanti N., S.Pd	Grob, 10- 10- 1988	P	Islam	Guru	S 1	Karangh arjo
7	Wahyudi, S.Pd	Grob, 07- 06- 1985	L	Islam	Guru	S 1	Karangh arjo
8	Kasan Bisri, S.Pd	Grob, 13- 11- 1987	L	Islam	Guru	S 1	Karangh arjo
9	Siswi Madyanti, S.Pd	Grob, 13- 08- 1973	P	Islam	Guru	S 1	Wirosas i
10	Fajar Anisa F., S.Pd	Srage n, 09- 09- 1987	P	Islam	Guru	S 1	Purwod adi

11	Nurus Sa'adah, S.Pd	Grob, 07-09-1992	P	Islam	Guru	S 1	Karangharjo
12	Eny Sulistyowati, S. Pd	Grob, 01-05-1972	P	Islam	Guru	S 1	Wirosari
13	Mustafidah, S.Pd	Grob, 04-07-1994	P	Islam	Guru	S 1	Purwodadi
14	Rina Puspitasari, S.Pd	Grob, 11-06-1982	P	Islam	Guru	S 1	Purwodadi
15	Rina Nurhidayanti, S. Pd	Grob, 15-10-1994	P	Islam	Guru	S 1	Pulokulon
16	M. Nurkhozin, S.Sos	Grob, 21-10-1985	L	Islam	Guru	S 1	Panunggalan
17	Lina Yariyanti, S.Pd	Grob, 14-08-1994	P	Islam	Guru	S 1	Purwodadi
18	H. Mufrodi, S.Pd.I	Grob, 12-03-1966	L	Islam	Guru	S 1	Karangharjo
19	Rina Nur Hidayanti, S.Pd	Grob, 15-10-1994	P	Islam	Guru	S 1	Sembungharjo
20	Efendi, S.Pd.I	Grob, 04-12-1987	L	Islam	Guru	S 1	Purwodadi
21	Dwi Anita O., S.Pd	Grob, 14-10-1985	P	Islam	Guru	S 1	Brati
22	Eka Herindra S.,S.E	Grob, 14-01-1984	L	Islam	Guru	S 1	Godong

23	Suwati, S.Pd	Grob, 12-02-1989	P	Islam	Guru	S 1	Tawang harjo
24	Aris Imaronah I.,S.Pd	Grob, 16-03-1982	P	Islam	Guru	S 1	Karangh arjo
25	Siti Mahmudah, S. Pd	Grob, 17-03-1978	P	Islam	Guru	S 1	Klambu
26	Eka Setyanigsih, S.Pd	Grob, 15-06-1990	P	Islam	Guru	S 1	Groboga n
27	Arif Rahman, S.Pd	Pati, 26-05-1984	L	Islam	Guru	S 1	Groboga n
28	Moh. Benny Ilham A., S.Pd.I	Grob, 12-11-1986	L	Islam	Guru	S 1	Brati
29	Nena A., S.Pd	Grob, 03-03-1987	P	Islam	Guru	S 1	Brati
30	Trubus Sentot, S.Pd	Grob, 12-04-1982	L	Islam	Guru	S 1	Brati
31	Moh. Ali Mahrus, S.Pd	Grob, 19-01-1990	L	Islam	Guru	S 1	Brati
32	KH. Khoirun	Grob, 11-09-1965	L	Islam	Guru	M A	Karangh arjo
33	Dian Setyo Wati	Grob, 03-06-1982	P	Islam	Tata Usaha	M A	Purwod adi
34	M. Slamet	Grob, 12-11-1994	L	Islam	Tata Usaha	M A	Sembung

(Dokumentasi Data Guru MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan)

Sekolah harus mengikuti standar sekolah, yang termasuk memenuhi persyaratan dan menerapkannya dalam manajemen layanan pendidikan.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Strategi komunikasi yang efektif membantu menjaga transparansi dan memastikan bahwa semua informasi penting disampaikan kepada siswa dan orang tua. Komunikasi yang baik juga memperkuat citra sekolah sebagai lembaga yang responsif dan terbuka terhadap umpan balik.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Pelayanan yang berkualitas berarti bahwa masyarakat melihat dan merasakan hasil pelayanan itu sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung (sosialisasi dengan masyarakat sekitar), seperti tanggapan cepat terhadap pertanyaan yang diajukan melalui media sosial atau secara langsung. Seiring dengan peningkatan jumlah siswa yang masuk ke sekolah, kualitas pelayanan ini terus meningkat.

Wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Pelayanan berkualitas meningkatkan reputasi sekolah dengan menciptakan pengalaman positif bagi siswa dan orang tua. Hal ini menghasilkan testimoni yang baik, meningkatnya kepuasan, dan referensi positif yang dapat memperkuat *branding* sekolah dan menarik calon siswa.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Peningkatan layanan pelanggan berdampak positif pada kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas akan dengan senang hati meneruskan barang dan jasa berkualitas tinggi yang mereka terima, dan pelanggan akan setia pada perusahaan yang memberikan layanan yang baik. Ini meningkatkan reputasi sekolah dan memiliki potensi untuk

membangun reputasi yang baik. Siswa didorong untuk meningkatkan kemampuan dan kinerja mereka berkat wadah pengembangan siswa yang lebih baik, pelayanan yang lebih baik, dan manajemen yang lebih baik.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Dampak konkret terlihat dari peningkatan nilai akademik, hasil ujian yang lebih baik, dan prestasi dalam kompetisi akademik. Selain itu, adanya pengakuan eksternal dan prestasi sekolah dalam ranking juga mencerminkan peningkatan prestasi siswa.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Meningkatkan prestasi siswa di sekolah adalah tujuan yang penting dan dapat dicapai melalui berbagai strategi yang terintegrasi. Strategi yang terintegrasi mengacu pada pendekatan yang menyeluruh dan terpadu dalam merancang dan melaksanakan upaya untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks meningkatkan prestasi siswa di sekolah, strategi yang terintegrasi mencakup berbagai aspek yang saling terkait dan saling mendukung untuk memaksimalkan efektivitasnya.

Wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Contoh sukses termasuk peningkatan jumlah siswa yang memenangkan kompetisi akademik atau mendapatkan beasiswa. Selain itu, adanya testimoni positif dari siswa dan orang tua tentang pengalaman belajar di sekolah juga menunjukkan dampak positif dari strategi *branding*.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Prestasi siswa yang meningkat memiliki dampak yang signifikan terhadap *brand* sekolah. Oleh karena itu, meningkatkan prestasi siswa tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan akademik individu tetapi juga berperan penting dalam membentuk dan memperkuat citra positif sekolah. Hal ini membutuhkan komitmen dan kolaborasi antara guru,

staf, siswa, orang tua, dan komunitas untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Prestasi siswa yang meningkat sering kali sejalan dengan pengembangan akhlak yang baik, mencerminkan hubungan erat antara pencapaian akademik dan pembentukan karakter. Etika siswa memiliki akhlak yang baik, seperti integritas, disiplin, dan tanggung jawab, mereka cenderung menunjukkan dedikasi dan etika kerja yang tinggi dalam belajar. Siswa yang berperilaku baik terhadap orang tua, guru, tetangga, dan komunitas sekitar adalah aset penting bagi sekolah dan komunitas mereka.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Sekolah mengintegrasikan nilai-nilai akhlak dalam komunikasi *branding* dengan menonjolkan program karakter dan keberhasilan siswa dalam menunjukkan nilai-nilai moral. Kami juga mencantumkan testimoni dari siswa, orang tua, dan alumni yang menekankan pentingnya akhlak baik dalam pencapaian akademik dan kehidupan sehari-hari mereka.”

Beliau melanjutkan:

“Dampak yang terlihat termasuk peningkatan sikap positif di kalangan siswa, seperti lebih banyak siswa yang menunjukkan rasa hormat dan tanggung jawab. Kami juga melihat pengurangan dalam masalah disiplin dan peningkatan keterlibatan dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan, yang mencerminkan penerapan nilai-nilai moral yang diajarkan.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Membangun akhlak yang baik pada siswa melibatkan pendidikan moral dan sosial yang menyeluruh, serta didukung oleh lingkungan yang mendukung dan memberikan contoh positif. Dengan fokus pada pengembangan akhlak yang baik, sekolah dapat berperan dalam membentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara akademis tetapi

juga memiliki integritas moral dan kemampuan untuk berkontribusi secara positif dalam masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menerapkan kebiasaan sehari-hari di lembaga pendidikan adalah salah satu strategi *branding* tempat penelitian, dan hasilnya adalah siswa yang baik, setia, dan bertakwa. Sudah jelas bahwa satu lembaga pendidikan tidak akan dapat menangani pembinaan akhlak yang baik di kalangan siswa. Oleh karena itu, komunikasi antara guru dan orang tua, yang juga dikenal sebagai wali sah siswa, sangat penting untuk kelangsungan pendidikan, pendidikan moral, dan program lainnya.

Dengan menggabungkan strategi ini secara efektif, sekolah dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mensekolahkan anak-anak mereka di lembaga tersebut. Ini bukan hanya menguntungkan sekolah dalam hal pertumbuhan populasi siswa, tetapi juga memperkuat posisi sekolah sebagai penyedia pendidikan yang dihormati dan diinginkan dalam komunitas.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Kami menerapkan berbagai strategi, termasuk acara komunitas yang memungkinkan orang tua melihat langsung fasilitas dan program kami. Kami juga melakukan kampanye informasi melalui media sosial ini juga membantu sekolah tidak melakukan kunjungan ke rumah calon siswa untuk menunjukkan keunggulan pendidikan yang kami tawarkan.”

Beliau melanjutkan:

“Peningkatan animo berdampak positif dengan adanya partisipasi yang lebih tinggi dalam kegiatan sekolah, serta dukungan yang lebih besar dari komunitas. Ini juga memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat, menciptakan rasa

kepemilikan dan keterlibatan yang lebih besar.”(Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Meningkatnya animo masyarakat (yang mengacu pada tingkat minat, dukungan, atau antusiasme yang ditunjukkan oleh masyarakat terhadap suatu hal terutama mengenai sekolah) juga membawa nilai tambah bagi lembaga tersebut. Ini karena citra yang baik memudahkan iklan untuk mempromosikan lembaga tanpa harus melakukannya secara *door to door*.

Sekolah didirikan ketika banyak kepentingan dan kepercayaan masyarakat terhadapnya terbangun. Tugas sekolah selanjutnya adalah mempertahankan merek tersebut melalui evaluasi dan perbaikan. Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga atau organisasi bisa menjadi hal yang penting dan diinginkan dalam banyak konteks, termasuk pendidikan.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“Penerapan strategi yang efektif dalam mengenalkan *brand* sekolah termasuk memastikan transparansi dalam pengambilan keputusan, menyediakan saluran komunikasi yang terbuka, dan melibatkan masyarakat dalam proses. Misalnya, mengadakan sekolah mengadakan rapat bersama wali siswa ini untuk diskusi dan umpan balik dapat memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat. Karena apabila sekolah ini transparan dan komunikasi yang efektif ini berjalan baik masyarakat merasa informasi yang diterima jelas dan jujur, serta melihat bahwa pihak berwenang bertindak secara konsisten, kepercayaan mereka cenderung meningkat. Dan ini tidak bisa didapatkan secara instan alias butuh proses dan waktu.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Meningkatkan kepercayaan masyarakat bukanlah hal yang instan, tetapi merupakan upaya berkelanjutan yang melibatkan komunikasi yang jelas, integritas dalam tindakan, dan responsivitas terhadap

kebutuhan masyarakat. Dengan menerapkan strategi secara konsisten, lembaga dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan. Lembaga ini diterima oleh masyarakat ketika ada kepercayaan masyarakat. Jika tidak ada kepercayaan masyarakat, lembaga pendidikan menjadi tidak jelas dan sulit untuk berkembang. Hal ini dapat secara tidak langsung meningkatkan kesadaran masyarakat akan pengetahuan pendidikan.

Dengan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pendidikan dan bagaimana setiap orang dapat berkontribusi dalam meningkatkan mutu pendidikan, dapat menciptakan perubahan positif dalam sistem pendidikan secara keseluruhan.

Wawancara dengan Khoerun, yaitu:

“*School branding* adalah proses menciptakan identitas yang kuat dan positif untuk sebuah sekolah. Dampaknya dapat sangat signifikan dengan *brand* yang kuat, sekolah dapat meningkatkan dan menarik perhatian masyarakat, dan menunjukkan komitmennya terhadap kualitas pendidikan. Ini membantu masyarakat memahami nilai pendidikan yang ditawarkan.”

Beliau melanjutkan:

“*Branding* yang efektif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat dengan menyoroti prestasi, program unggulan sekolah, dan kontribusi sekolah terhadap komunitas. Ini membuat pendidikan lebih terlihat sebagai investasi penting, bukan hanya kewajiban. Karna hal ini pula menjadi tanggung jawab bersama antara sekolah dan orang tua. Karena *branding* yang baik dan berhasil juga dapat menciptakan rasa bangga di kalangan siswa dan orang tua, yang pada gilirannya memotivasi lebih banyak orang untuk mendukung dan terlibat dalam pendidikan.” (Khoerun, Wawancara, 10 Juli 2024)

Beberapa orang tua terkadang merasa bahwa sekolah adalah yang paling penting tanpa melibatkan orang tua dalam proses belajar mengajar anak mereka. Karena itu, untuk membangun reputasi lembaga pendidikan, orang tua harus berpartisipasi secara aktif dalam proses belajar mengajar anak mereka di rumah mereka dan membuat kebiasaan yang selalu berada di bawah kendali orang tua.

Sangat penting bagi guru dan orang tua siswa untuk berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi ini sangat memengaruhi kelangsungan belajar mengajar di sekolah, prosedur pendidikan, dan program lainnya. Orang tua dapat mengetahui perkembangan belajar anak, tantangan, dan prosesnya melalui komunikasi, dan tentunya pengetahuan orang tua tentang pendidikan juga bertambah. Dan hasilnya adalah persepsi yang positif tentang lembaga. Karena fakta bahwa pendidikan bukan hanya tanggung jawab guru dan sekolah, tetapi juga orang tua, komunitas, dan pemerintah.

Memahami pentingnya pendidikan di masyarakat seringkali bergantung pada penelitian dan data yang dikumpulkan oleh para peneliti pendidikan. Peneliti pendidikan memainkan peran penting dalam menyediakan bukti dan wawasan yang mendalam tentang bagaimana pendidikan memengaruhi perkembangan individu dan masyarakat.

Sebagai hasil dari wawancara dengan Sudarmono bahwa:

“*Branding* berperan penting dalam penelitian pendidikan karena dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang kualitas pendidikan yang diberikan. *Branding* yang kuat dapat meningkatkan visibilitas sekolah dan menarik perhatian peneliti

untuk mengevaluasi efektivitas program dan kebijakan yang diterapkan.”

Beliau melanjutkan:

“*Branding* sekolah dapat memengaruhi fokus penelitian dengan menyoroti area yang menjadi kekuatan atau keunggulan sekolah. Misalnya, jika sebuah sekolah terkenal dengan program tertentu, peneliti mungkin akan lebih cenderung mengeksplorasi bagaimana program tersebut berkontribusi terhadap pencapaian atau peningkatan siswa dalam hal tertentu. *Branding* yang positif dapat menarik lebih banyak perhatian dari peneliti, yang mungkin akan menghasilkan penelitian dengan fokus pada keberhasilan dan inovasi sekolah tersebut. Di sekolah kita sendiri sudah ada beberapa penelitian sebelumnya, tiga penelitian yang masih berlangsung seperti jenengan ini. Dua yang lain dari kampus yang sama.” (Sudarmono, Wawancara, 10 Juli 2024)

Banyak peneliti pendidikan yang melakukan studi penelitian juga mempengaruhi strategi membangun merek sekolah. Ini karena tidak diragukan lagi bahwa merek yang dibangun lembaga menjadi lebih dikenal dan dapat menjadi alat periklanan unik. Selain itu, dengan meningkatkan jumlah dan kualitas peneliti pendidikan, kita dapat mengharapkan adanya inovasi, pemahaman yang lebih baik, dan perbaikan berkelanjutan dalam sistem pendidikan. Ini menjadi kunci penting dalam menciptakan perubahan positif dan berkelanjutan dalam pendidikan.

4.2 Pembahasan

Kualitas kehidupan bangsa ditentukan oleh faktor pendidikan, maka upaya peningkatan mutu pendidikan mutlak diperlukan. Diharapkan dari ikhtiar tersebut harkat dan martabat bangsa dapat terangkat. (Wahed, 2018, p. 27)

Sekolah adalah suatu lembaga terstruktur dengan misi menyelenggarakan pendidikan formal melalui kegiatan belajar mengajar dengan tujuan yang ingin dicapai atau diharapkan. sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003, pendidikan nasional bertujuan untuk mengembangkan kemampuan dan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, dan bertanggung jawab. (Hariyati, 2022, p. 214)

Menurut Sedarmayanti dalam Hariyati, strategi adalah proses perencanaan pimpinan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penentuan cara untuk mencapai tujuan. (Hariyati, Nafisatul Mukhafadlo dan Nunuk, 2022, p. 224)

Philip Kotler dan Garry dalam Saptiningsih menyatakan bahwa merek adalah kata benda yang berkaitan dengan barang atau jasa. Merek dapat didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang dijual oleh penjual atau produsen dari yang lain. (Saptiningsih, 2020, p. 1)

Dan sekolah yang unggul adalah sekolah yang mampu bersaing dan melakukan inovasi dari berbagai hal sehingga lembaga sekolah tidak akan ketinggalan dari lembaga sekolah lain dan sekolah harus terus meningkatkan nama yang baik di mata masyarakat, sehingga nilai kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat akan tetap tinggi terhadap lembaga sekolah tersebut, dan tujuan menjadi sekolah unggulan bisa tercapai sesuai yang di harapkan. (Indrawati Ningsih, 2022, p. 12)

Agar tujuan sekolah dapat terlaksana dengan baik hendaknya melibatkan berbagai komponen yang sangat menunjang dan saling mendukung. Diantara komponen tersebut tentunya harus dapat berjalan dengan seksama dan mempunyai visi dan misi yang sama pula sehingga nantinya tidak akan terjadi suatu kesenjangan dalam menjalankannya. Dengan komponen tersebut, jika dapat dipenuhi secara maksimal, maka sekolah yang diharapkan akan terwujud yang pada akhirnya *output* yang dihasilkan lebih baik dan lebih siap sehingga dapat bersaing dalam percaturan dunia global. (Syuhud, 2019, p. 34)

1. Strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Strategi *school branding* adalah pendekatan yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk membangun dan mengelola citra serta reputasi di mata publik, meningkatkan daya tarik, menciptakan identitas yang kuat bagi lembaga pendidikan. (Mustika, 2020, p. 19) Tujuannya untuk membedakan sekolah dari pesaingnya, menarik siswa dan staf berkualitas, serta membangun kepercayaan dan loyalitas di antara siswa, orang tua, dan komunitas.

Strategi *school branding* memegang peranan penting dalam konteks sekolah, memastikan bahwa citra merek yang ingin disampaikan kepada masyarakat dapat diterima serta tetap relevan di pasar untuk bertahan dan membedakan diri dari lembaga pendidikan lainnya.

Semakin banyaknya jumlah lembaga pendidikan, baik lembaga pendidikan negeri maupun swasta, semakin nyata bahwa fenomena ini mampu menghasilkan suatu tingkat persaingan yang semakin tajam dalam ranah pendidikan. Sekolah yang bertahan dengan persaingan yang makin ketat, biasanya adalah sekolah yang baik dan sehat. Terlebih jika sekolah tersebut memiliki reputasi yang baik karena dipercaya oleh masyarakat dan *brand*-nya telah terekam di benak masyarakat. Persaingan ini mencerminkan dinamika kompleks dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan, menarik minat siswa, dan memberikan pilihan yang lebih luas bagi masyarakat.

Menurut Triwiyanto dalam Tutut Sholihah salah satu upaya atau strategi untuk membangun brand sekolah adalah: a. Peningkata kerja kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan. b. Keikutsertaan siswa dan sekolah dalam kompetisi. c. Jaringan kerja dengan orang tua dan masyarakat. d. Peningkatan layanan akademik dan non-akademik. e. Akreditasi yang lebih baik. (Sholihah, 2018, p. 74)

Semua organisasi ingin menjadi lebih terkenal, lebih maju, dan lebih baik daripada yang lain. Membangun identitas sekolah adalah salah satu langkah yang dapat diambil oleh lembaga pendidikan untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat dalam penerimaan siswa. Sekolah tidak hanya harus mengetahui (*knowing*) dan mempercayai (*believing*) keunggulannya, tetapi juga harus bertindak dan melakukan (*doing*) sehingga reputasi lembaga dapat tercipta. (Saptiningsih F. M., 2021, p. 73)

Lembaga pendidikan seharusnya menjadi lebih unggul, kuat, dan terkenal dengan membangun *brand* mereka sendiri. Merek sekolah harus menjadi unik untuk tetap bersaing. Untuk membuat masyarakat mengenali dan mengingat MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan bahkan saat mereka hanya mendengar kata-kata, simbol, atau gambar tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepala saat ini mengembangkan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di sekolah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan antara lain:

a) Meningkatkan akreditasi sekolah.

Akreditasi sekolah adalah proses penilaian dan pengakuan formal terhadap standar pendidikan yang diterapkan oleh sebuah sekolah. (Pijar, 2024, p. 1) Meningkatkan akreditasi sekolah berarti meningkatkan kualitas dan standar pendidikan yang dimiliki oleh sekolah agar mendapatkan penilaian yang lebih baik dari lembaga akreditasi. Ini melibatkan perbaikan dalam berbagai aspek. Akreditasi yang lebih tinggi sering kali berhubungan dengan reputasi yang lebih baik dan peningkatan kepercayaan masyarakat serta orang tua terhadap kualitas pendidikan di sekolah tersebut.

Di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan akreditasi sekolah mendapatkan nilai C hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa area yang perlu ditingkatkan. Faktor utama yang menyebabkan penilaian ini biasanya terkait dengan aspek-aspek seperti

keterbatasan dalam kurikulum, fasilitas yang belum memadai, atau mungkin kurangnya pelatihan untuk tenaga pengajar.

Akreditasi sekolah dilakukan selama masa pandemi COVID-19 dan karena proses akreditasi tertunda atau terbatas selama pandemi, banyak lembaga akreditasi mengalami kesulitan melakukan penilaian langsung karena pembatasan perjalanan dan interaksi fisik. Akibatnya, proses akreditasi mungkin hanya dilakukan secara terbatas atau dengan perpanjangan otomatis untuk periode tertentu, begitu pula penilaian akreditasi di sekolah tersebut. Namun, perpanjangan akreditasi biasanya bersifat sementara, sekolah kemungkinan akan mempersiapkan diri untuk penilaian akreditasi yang lebih komprehensif setelah pandemi mereda atau ketika situasi memungkinkan. Ini mungkin melibatkan pembaruan kurikulum, perbaikan fasilitas, atau penguatan program pendidikan sesuai dengan standar akreditasi terbaru. Sehingga sekolah dapat menggunakan periode perpanjangan untuk mengevaluasi dan meningkatkan aspek-aspek tertentu dari pendidikan mereka. Meskipun akreditasi tidak diperbarui sepenuhnya, sekolah tetap berkomitmen untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan mempersiapkan diri untuk penilaian akreditasi di masa depan.

b) Memperbaiki tingkah laku siswa.

Memperbaiki tingkah laku siswa berarti melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan sikap, disiplin, dan perilaku siswa di lingkungan sekolah. (Team, 2023, p. 1) Ini bisa melibatkan

penerapan aturan dan kebijakan yang jelas, pelatihan tentang perilaku yang baik, serta program bimbingan dan konseling. Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan belajar yang positif dan mendukung, dimana siswa dapat berkembang dengan baik secara akademik dan sosial.

Al-Qur'an memberikan banyak rincian tentang cara berperilaku baik dengan orang lain. Ada beberapa cara untuk membuat kebiasaan yang baik, seperti:

1) Pembiasaan

Perubahan yang dilakukan berulang kali dapat menjadi kebiasaan. Karena pembiasaan membuat seseorang merasa spesial dan memungkinkan mereka untuk tidak melakukannya lagi karena menjadi kebiasaan yang melekat dan spontan, pembiasaan biasanya dilakukan melalui pengalaman. (Mulyasa, 2014, p. 166) Oleh sebab itu pembiasaan pendidikan karakter hendaknya dilakukan sedini mungkin, bukan hanya dilakukan oleh guru saja namun juga oleh orang tua di rumah.

2) Keteladanan

Keberhasilan pendidikan sangat dipengaruhi oleh perilaku guru, terutama dalam hal akhlak siswa. Anak sangat meneladani guru mereka, terutama di dunia pendidikan PAUD, TK, atau SD. Ketika anak berada di rumah, anak akan lebih patuh (mendengarkan) apa yang diperintahkan oleh guru mereka daripada orang tuanya. Seperti yang ditunjukkan oleh

semua ini, keahlian pribadi atau kepribadian pendidik sangat dibutuhkan oleh peserta didik dalam proses pembentukan karakter mereka. (Mulyasa, 2014, p. 169) Oleh karena itu, masuk akal bagi orang tua untuk mengetahui siapa guru yang akan mengajar anak mereka sebelum mendaftarkannya di sekolah.

3) Setiap aktivitas memerlukan pengarahan disiplin

Guru harus mampu menanamkan disiplin pada siswa mereka, terutama disiplin diri, agar pendidikan karakter berhasil. Guru harus memiliki kemampuan untuk membantu siswa mengembangkan pola tindakan yang positif, meningkatkan standar tindakan yang positif, dan mematuhi aturan dengan baik. (Mulyasa, 2014, p. 172)

Tingkah laku siswa di lembaga pendidikan dapat berdampak positif, menurut data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti di lapangan. Tingkah laku siswa selama proses belajar menunjukkan bahwa mereka bersikap sopan terhadap teman, guru, dan orang tua mereka. Pembiasaan, keteladanan, dan pengarahan disiplin dalam setiap aktivitas akan membentuk moral anak. Membutuhkan waktu, energi, dan komitmen, tetapi perubahan itu akan terjadi dan akan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengetahuan akhlak.

Siswa yang merasa terhubung dengan identitas positif sekolah melalui *branding* cenderung lebih aktif dalam kegiatan di luar

kelas, yang pada gilirannya dapat memperkaya pengalaman mereka dan membentuk karakter yang lebih baik. Dengan memahami bahwa mereka adalah bagian dari suatu identitas sekolah yang kuat dan positif, siswa dapat merasa memiliki tanggung jawab untuk menjaga reputasi baik sekolah mereka. Ini dapat menciptakan iklim sekolah yang mendukung dan merangsang perkembangan karakter positif serta perilaku yang mencerminkan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh sekolah.

Perbaikan tingkah laku siswa juga berdampak pada suasana kelas dan hubungan antara siswa dan guru. Siswa harus berperilaku baik saat masuk ke kelas, bertemu dengan guru, makan dan minum, membaca Al-Quran, membuang sampah, dan berbicara dengan guru dan guru mereka. Siswa juga diberi jadwal piket untuk mengawasi dan melaporkan teman-teman yang tidak berperilaku baik.

Memperbaiki tingkah laku siswa melalui aturan piket kelas dapat menjadi cara yang efektif untuk menanamkan tanggung jawab dan disiplin di kalangan siswa, seperti yang diterapkan di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Aturan piket kelas memberikan struktur dan memungkinkan siswa untuk belajar mengenai tanggung jawab serta konsekuensi dari tindakan mereka. Beberapa contoh aturan piket kelas yang bisa membantu memperbaiki tingkah laku siswa ini seperti peraturan kedisiplinan, kebersihan, pengelolaan perlengkapan alat tulis, dan penegakan

aturan kelas. Dengan membuat jadwal piket yang adil dan pastikan rotasi dilakukan sehingga setiap siswa memiliki kesempatan untuk menjalankan tugas piket dengan penuh tanggung jawab dan memahami pentingnya setiap aturan atas kesepakatan bersama. Dengan menetapkan aturan piket kelas yang jelas dan terstruktur, siswa dapat belajar tentang tanggung jawab, disiplin, dan kerja sama. Ini tidak hanya membantu memperbaiki tingkah laku tetapi juga membangun keterampilan sosial yang penting untuk masa depan mereka.

c) Meningkatkan prestasi siswa.

Muhaimin menunjukkan beberapa ciri sekolah yang lebih unggul dari yang lain, seperti prestasi di ujian nasional, kompetisi karya ilmiah, kompetisi spesialis, dan prestasi non-akademik yang didasarkan pada rasa ingin tahu yang tinggi, kerja sama yang baik, toleransi, disiplin, kriya, olahraga, dan seni. (Muhaimin, 2014, pp. 104-105)

Meningkatkan prestasi siswa berarti meningkatkan kemampuan dan pencapaian siswa dalam berbagai bidang akademik dan non-akademik. Ini melibatkan perbaikan dalam metode pengajaran, penyediaan sumber daya pendidikan yang memadai, pelatihan tambahan, dan dukungan yang efektif. Prestasi siswa dapat diukur melalui hasil ujian, kompetisi, proyek penelitian, atau kegiatan ekstrakurikuler. Tujuan utama dari peningkatan prestasi adalah

untuk membantu siswa mencapai potensi maksimal mereka dan mempersiapkan mereka untuk tantangan di masa depan.

Di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan sendiri prestasi siswa yang berhasil diraih dalam berbagai bidang diantaranya:

Pertama, bidang sains yang mana siswa mengikuti olimpiade sains sampai pada tingkat kabupaten untuk mata pelajaran seperti matematika, fisika, kimia, atau biologi.

Kedua dalam bidang pramuka seperti kegiatan kemah yang mana siswa meraih penghargaan dalam kegiatan kemah besar seperti jambore pramuka atau lomba kemah antar-sekolah. kemudian program kepemimpinan yang mana siswa terpilih sebagai pemimpin dalam kegiatan pramuka, seperti menjadi ketua jambore atau koordinator kegiatan besar lainnya.

Ketiga, bidang olah raga seperti prestasi individu yang mana siswa meraih prestasi individu dalam cabang olahraga tertentu, seperti pada kejuaraan lari putri 200m. Prestasi-prestasi ini menunjukkan keberhasilan siswa dalam berbagai bidang dan sering kali melibatkan dedikasi, kerja keras, dan dukungan dari sekolah serta keluarga.

d) Meningkatkan program unggul sekolah.

Strategi selanjutnya adalah melaksanakan program sekolah, yaitu membuat dan melaksanakan program-program baik yang berkaitan dengan akademik dan non-akademik oleh segenap *stakeholder* sekolah untuk kepentingan kualitas pendidikan.

Meningkatkan program sekolah berarti melakukan perbaikan dan inovasi dalam kurikulum dan metode pengajaran untuk memastikan bahwa materi yang diajarkan relevan, efektif, dan sesuai dengan standar pendidikan terkini. Ini juga melibatkan pelatihan bagi guru, pemilihan materi ajar yang tepat, serta penyesuaian dengan kebutuhan dan perkembangan siswa. Tujuan dari peningkatan program inti adalah untuk memberikan pendidikan yang berkualitas dan mempersiapkan siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk sukses.

Menurut Suhartono dan Ngadirun, kelas yang baik harus memiliki karakteristik seperti mendukung metode dan sumber daya yang memenuhi kebutuhan pendidikan dan menyalurkan minat dan bakat siswa. Menurut mereka, semua pihak bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pembelajaran berkualitas tinggi dan hasilnya tercapai melalui pendampingan ekstrakurikuler, program pengayaan, pendidikan kedokteran, pengembangan kreativitas, konseling, dan bimbingan. (Ngadirun, 2005, p. 14)

Fokus utama *branding* MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan adalah kualitas siswa, dengan perhatian pada pendidikan akhlakul karimah dan prestasi akademik maupun non-akademik. Hal ini terkait erat dengan berbagai program seperti:

i) Apel Pagi

Di berbagai organisasi dan lembaga pemerintah, apel pagi adalah kegiatan rutin yang dilakukan setiap pagi, terutama

pada hari Senin, dan bertujuan untuk memberikan informasi penting, arahan pimpinan, dan evaluasi pelaksanaan tugas. (Wijaya, 2013, p. 1)

Kegiatan apel pagi yang dilaksanakan setiap hari senin harapannya adalah anak tetap dan terus dikenalkan nilai-nilai kebangsaan dan cinta tanah air dengan menyanyikan lagu wajib Indonesia Raya. Penerapan program unggul selama apel pagi memiliki dampak positif yang signifikan. Pertama, ini meningkatkan kesadaran dan partisipasi siswa dalam berbagai kegiatan dan inisiatif sekolah. Kedua, dengan mendengarkan informasi dan motivasi secara rutin, siswa merasa lebih terinspirasi dan termotivasi untuk mencapai tujuan mereka. Ketiga, penghargaan dan pengakuan memberikan dorongan moral dan menciptakan budaya prestasi di sekolah. Secara keseluruhan, ini mendukung pencapaian akademik yang lebih baik dan keterlibatan yang lebih tinggi dalam program unggul yang di tawarkan.

ii) Sholat Dhuha

Sholat Dhuha termasuk dalam kategori sholat sunnah mu'akkadah. (Humas, 2021, p. 1) Melalui praktik sholat dhuha, sekolah tidak hanya memberikan pendidikan akademik tetapi juga memperkuat pendidikan keagamaan. Ini membantu siswa untuk lebih memahami dan menghayati aspek keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian,

sholat dhuha yang diterapkan di sekolah tidak hanya menjadi rutinitas ibadah harian, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membentuk karakter dan spiritualitas siswa, serta menciptakan lingkungan belajar yang lebih holistik dan berorientasi pada nilai-nilai keagamaan.

iii) Pembacaan al asma' al husna.

Dalam Islam, Asmaul Husna adalah sekumpulan 99 nama Allah yang indah dan memiliki makna mendalam. Nama-nama ini menunjukkan berbagai sifat dan atribut Allah, dan mereka digunakan sebagai cara untuk memahami dan mendekatkan diri kepada-Nya. (Studies, 2021, p. 1)

Pembacaan Asmaul Husna bersama di sekolah adalah kegiatan yang memiliki nilai edukatif dan spiritual yang tinggi. Asmaul Husna adalah nama-nama atau sifat-sifat Allah SWT yang indah dan sempurna, yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadis. Kegiatan ini dapat menjadi sarana untuk mengedukasi siswa tentang sifat-sifat Allah SWT yang mulia. dan siswa dapat belajar tentang karakteristik dan sifat-sifat yang unik dari Tuhan yang Maha Esa.

iv) Hafalan Surat dan Do'a

Hafalan surat-surat dan doa-doa harian merupakan bagian dari pendidikan agama yang bertujuan untuk mengajarkan kepada siswa tentang ajaran dan nilai-nilai Islam. Dalam Penerapannya, sekolah dapat menyediakan waktu khusus

dalam jadwal harian atau mingguan untuk kegiatan hafalan ini, baik melalui sesi di kelas atau kelompok kecil. Guru agama atau koordinator kegiatan keagamaan sering bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan kegiatan ini, dengan memastikan bahwa siswa tidak hanya menghafal, tetapi juga memahami makna dan aplikasi praktis dari apa yang mereka pelajari. Secara keseluruhan, hafalan surat atau doa harian di sekolah merupakan bagian integral dari pendidikan agama dan pengembangan spiritualitas siswa, yang bertujuan untuk membentuk individu yang lebih baik secara moral dan keagamaan.

v) Tahsin Al-Qur'an

Tahsin adalah upaya untuk memperbaiki cara seorang muslim membaca Al-Qur'an. (Tysara, 2023, p. 1) Tahsin Al-Quran di sekolah adalah kegiatan yang melibatkan pembelajaran dan praktik untuk membaca Al-Quran dengan benar sesuai dengan aturan-aturan tajwid.

Pelaksanaan tahsin Al-Quran di sekolah biasanya melibatkan pengajaran oleh guru agama atau instruktur yang terlatih dalam tajwid. Mereka memberikan pelajaran rutin tentang aturan-aturan tajwid, memberikan contoh bacaan yang baik, dan memberikan umpan balik kepada siswa untuk membantu mereka memperbaiki bacaan mereka. Dengan demikian, tahsin Al-Quran di sekolah bukan hanya bertujuan

untuk memperbaiki teknik bacaan Al-Quran siswa, tetapi juga untuk memperkuat pemahaman dan penghayatan mereka terhadap kitab suci Islam, sehingga dapat menjadikan mereka individu yang lebih baik secara spiritual dan moral dalam kehidupan mereka sehari-hari.

vi) Ngaji Binnadzor

Binnadzor, juga dikenal sebagai ngaji binadzor-an di pondok pesantren, adalah suatu kegiatan di mana para santri membaca Al-Qur'an (mengaji) dengan mushaf terbuka secara berurutan kepada para guru. (Anjar Kurnia Adiningsih, 2023, p. 2)

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu siswa dalam memahami dan menghafal Al-Quran, serta mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Melalui ngaji binnadzor, siswa diberi kesempatan untuk meningkatkan keterampilan membaca Al-Quran dengan tajwid yang baik dan benar. Mereka diajarkan aturan-aturan tajwid serta diberi bimbingan dalam memperbaiki teknik bacaan mereka. Secara keseluruhan, ngaji binnadzor di sekolah tidak hanya merupakan kegiatan rutin untuk mempelajari dan menghafal Al-Quran, tetapi juga menjadi bagian penting dalam pendidikan agama Islam yang bertujuan untuk membentuk generasi yang mengenal, memahami, dan mengamalkan ajaran Islam dengan baik dan benar.

vii) *Fun day*, kegiatan ini seperti program ekstrakurikuler.

Program ekstrakurikuler yang menarik dapat menjadi daya tarik tersendiri. Lembaga pendidikan dapat menawarkan beragam kegiatan di luar kurikulum utama, seperti klub, kompetisi, atau proyek-proyek kreatif. Program ini tidak hanya memberikan siswa kesempatan untuk mengembangkan minat khusus mereka tetapi juga membangun keterampilan tambahan dan karakter yang diperlukan untuk kehidupan di luar kelas. Program ekstrakurikuler yang ditawarkan di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan diantaranya, pramuka, volly, seni tari, tata busana, otomotif, dan lain-lain. Program ekstrakurikuler sekolah dalam bidang tata busana yang bekerja sama dengan Lembaga Pendidikan dan Keterampilan (LPK) yang masih dalam naungan satu yayasan dapat memberikan pengalaman praktis yang berharga bagi siswa dan memperluas keterampilan mereka di bidang tersebut. Terlebih lagi LPK ini ditawarkan gratis kepada masyarakat. Sehingga program semacam ini tidak hanya memberikan keterampilan berharga tetapi juga memberdayakan individu dengan pengetahuan yang dapat meningkatkan kehidupan mereka dan membuka peluang baru, dapat memberikan kesempatan kepada banyak orang untuk belajar keterampilan baru, mengembangkan kreativitas, dan membuka peluang karier. Hal ini pula yang menjadi salah satu keuikan dari penerapan *brand* di Tsamrotul

Huda Pulokulon. Sehingga menjadi wadah dalam mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Program-program yang sukses dilaksanakan ini akan membentuk suatu pandangan positif yang dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain. Dan untuk siswa sendiri bimbingan seperti ini dapat membantu siswa dalam pengembangan diri secara menyeluruh dan menciptakan lingkungan pendidikan yang positif.

e) Meningkatkan kualitas alumni.

Meningkatkan kualitas alumni berarti fokus pada keberhasilan dan prestasi lulusan setelah mereka meninggalkan sekolah. Ini mencakup berbagai aspek seperti keterampilan yang dimiliki alumni, pencapaian mereka dalam pendidikan lebih lanjut atau di dunia kerja, serta kontribusi mereka kepada masyarakat. Sekolah dapat meningkatkan kualitas alumni dengan menyediakan pendidikan yang relevan, pelatihan karir, dan dukungan pasca-kelulusan. Meningkatkan kualitas alumni juga melibatkan memantau dan mengevaluasi kemajuan lulusan, serta membangun jaringan alumni yang kuat untuk mendukung perkembangan profesional mereka.

Setiap lembaga pendidikan akan mengalami masa transisi atau perubahan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan cara perubahan sekolah berjalan. Perubahan yang baik membutuhkan manajemen yang tepat selain berjalan secara alami.

Sebenarnya, lingkungan fisik dan sosial pasti berubah dengan keadaan dan kondisi saat ini. Sekolah harus menyesuaikan diri untuk menghindari *shock culture*, terutama di era milenial. Identitas sekolah adalah karakteristik yang menunjukkan karakteristik unik, kekuatan, karakter, dan keunggulan sekolah berdasarkan potensi lingkungan, peluang yang tersedia, dan dukungan dari semua siswa dan wali murid. Filosofi sekolah, seperti meningkatkan pendidikan karakter dan mendukung nilai-nilai tambahan, dapat dikaitkan dengan merek sekolah. (Saptiningsih d. , 2020, p. 49)

Branding sekolah atau pencitraan publik terhadap sekolah dapat dicapai melalui berbagai upaya atau strategi, menurut Triwiyanto dalam Tutut Sholihah. Salah satu upaya atau strategi untuk mencitrakan sekolah adalah sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kerja kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan.
- 2) Keikutsertaan siswa dan sekolah dalam kompetisi.
- 3) Jaringan kerja dengan orang tua dan Masyarakat.
- 4) Peningkatan layanan akademik dan non-akademik.
- 5) Akreditasi yang lebih baik. (Sholihah, 2018, p. 74)

2. Penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Penerapan adalah hasil dari perencanaan. Perencanaan dalam organisasi adalah esensial, karena dalam kenyataannya perencanaan

memegang peranan lebih dibandingkan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Keberadaannya membuat segala sesuatu di dalam organisasi tersebut menjadi jelas dan terarah dengan baik.

Kepala sekolah merupakan sosok kunci dari sebuah sistem manajemen sekolah. Hal ini memberikan arti bahwa sosok kepala sekolah harus mampu menjaga iklim positif yang ada di sekolah, mendorong guru-guru untuk bersemangat dalam meningkatkan kompetensinya, merangkul semua stafnya agar dapat bekerja dengan baik sehingga kondisi lingkungan sekolah menjadi nyaman dan yang paling penting peran kepala sekolah adalah dapat mendorong para siswa untuk memiliki prestasi yang gemilang. (Hidayat, 2019, p. 6)

Hasibuan dalam Rusniati telah mengungkapkan pentingnya perencanaan yaitu, tanpa perencanaan berarti tidak ada tujuan yang ingin dicapai, tanpa perencanaan tidak ada pedoman pelaksanaan, sehingga banyak pemborosan, perencanaan adalah dasar pengendalian, karena tanpa ada rencana pengendalian tidak dapat dilakukan, tanpa perencanaan, tidak ada keputusan dan proses manajemen. (Haq, 2014, p. 4)

Mengidentifikasi kondisi lingkungan adalah strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan, menurut Dedy Mulyasana dalam Hariyati. Ini dilakukan untuk menemukan peluang, ancaman, hambatan, dan tantangan yang muncul dari lingkungan internal dan eksternal. (Hariyati, Nafisatul Mukhafadlo dan Nunuk, 2022, p. 224)

Menurut Coulter dalam Nila Mujtahidah, penerapan strategi memerlukan identifikasi misi, arah, dan sasaran organisasi; kemudian, mengidentifikasi penilaian lingkungan eksternal dan internal organisasi; merumuskan strategi, melaksanakan, dan mengendalikan strategi. (Mujtahidah, 2021, p. 23)

Kepala sekolah sebagai pemimpin lembaga pendidikan diharuskan memiliki lima standar, antara lain: kompetensi kepribadian, kompetensi manajerial, kompetensi kewirausahaan, kompetensi supervisi, kompetensi sosial. (Permendiknas, 2007, hal. 3-5)

Dalam bagian berproses, Muhaimin menunjukkan beberapa karakteristik sekolah yang baik. Di antaranya adalah proses pembelajaran yang efektif; kepemimpinan kepala sekolah yang kuat; lingkungan yang aman dan tertib; staf pengajar yang berkualitas, kompak, cerdas, dan dinamis; keterbukaan; keinginan untuk perubahan mental dan fisik; perbaikan dan evaluasi terus menerus; respons proaktif terhadap kebutuhan; dan komunikasi yang baik. (Muhaimin, 2014, pp. 104-105)

Penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan yaitu dengan melibatkan seluruh lembaga (ini berarti melibatkan semua bagian dari organisasi atau lembaga itu sendiri dalam proses kerja, hal ini mencakup tim, atau individu yang memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda di dalam organisasi), baik sumber daya internal maupun eksternal (sumber daya internal adalah segala

sesuatu yang ada di dalam organisasi, seperti karyawan, teknologi, dan fasilitas. Sumber daya eksternal adalah faktor atau elemen dari luar organisasi yang dapat mempengaruhi atau mendukung kegiatan organisasi, seperti masyarakat luas), dan pemangku kepentingan atau *stakeholder* (ini adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau peran dalam organisasi, seperti kepala sekolah, guru, staf karyawan, siswa dan masyarakat. Mereka bisa dipengaruhi oleh keputusan organisasi atau dapat mempengaruhi hasil dan keberhasilan organisasi).

3. Dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

Dampak didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai benturan, pengaruh yang memiliki efek yang baik atau buruk. Kekuatan yang ada dan muncul dari sesuatu (benda, orang) yang ikut membentuk sifat, kepercayaan, atau tindakan seseorang dikenal sebagai pengaruh. Didefinisikan oleh kemdikbud dampak sebagai "pengaruh", situasi di mana ada hubungan sebab akibat atau timbal balik antara yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi. ([kbbi.kemdikbud.go.id/.](http://kbbi.kemdikbud.go.id/)) Dengan kata lain, dampak tersebut adalah hasil dari merek ini sendiri

Menurut Hasan, lembaga pendidikan harus memenuhi empat kriteria tenaga kependidikan, salah satunya adalah sumber daya manusia kependidikan (SDM) yang profesional. Dengan kata lain,

tenaga kependidikan dipilih berdasarkan kompetensi kepribadian, profesional, moral, dan sosial yang memungkinkan mereka untuk berfungsi sebagai guru, pendidik, dan pemimpin. Selain itu, mereka memiliki kekuatan intelektual, moral, keilmuan, keterbukaan profesional, kepemimpinan, kreativitas, profesionalisme, dan komitmen dan tanggung jawab terhadap pendidikan. Mereka memiliki kemampuan untuk memimpin bidang akademik, memahami penelitian dan pengembangan kurikulum, dan dapat membuat rencana studi dan karir siswa. (Kependidikan, 2007, p. 40)

Data peneliti menunjukkan bahwa dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, yaitu:

a. Efek Internal

1) Kualitas layanan untuk guru dan staf meningkat

Sekolah harus memenuhi persyaratan dan menerapkan standar sekolah dalam pengelolaan layanan pendidikan. Data siswa tahunan menunjukkan bahwa masyarakat melihat dan merasakan hasil pelayanan yang baik, baik langsung maupun tidak langsung (sosialisasi dengan masyarakat sekitar). Kualitas individu, bukti fisik, dan proses kelembagaan yang lebih baik meningkatkan reputasi organisasi. Karena peningkatan kualitas layanan meningkatkan kepuasan, meningkatkan reputasi sekolah dan menciptakan citra yang baik. Pengaruh kualitas layanan

yang baik juga dapat membantu dalam promosi produk yang berkelanjutan.

Membangun *brand* sekolah lembaga Pendidikan di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan berdasarkan temuan penelitian ini berpengaruh terhadap bertambahnya kualitas layanan sehingga meningkat menjadi lebih baik. Meningkatnya kualitas layanan memang sengaja diciptakan, seperti mengirim guru di acara *workshop* dan seminar yang mana tujuannya menyediakan pelatihan reguler tentang teknik pengajaran terbaru, teknologi pendidikan, manajemen kelas, dan keterampilan interpersonal. Kemudian meningkatkan fasilitas dan sumber daya, seperti kelas dan peralatan modern dengan tujuan memastikan bahwa fasilitas, peralatan, dan materi ajar yang digunakan oleh guru adalah modern dan memadai untuk mendukung proses pembelajaran. Dan ruang kerja yang nyaman dan fungsional, termasuk ruang istirahat yang memadai dan fasilitas seperti komputer dan perangkat lunak terbaru. Terakhir keterlibatan dalam komunitas pendidikan seperti bergabung dalam Kelompok Kerja Madrasah (KKM) guna mendorong guru dan staf untuk menghadiri konferensi pendidikan dan bergabung dengan jaringan profesional untuk pembelajaran berkelanjutan dan pertukaran ide. Karena jika kualitas pelayanan meningkat maka efeknya akan timbul kesan positif dari siswa dan wali

siswa, sehingga secara tidak langsung mampu menciptakan *brand* lembaga yang bagus.

2) Meningkatkan prestasi siswa

Di beberapa bidang, prestasi siswa telah meningkat sebagai hasil dari strategi membangun merek sekolah. Ini disebabkan oleh manajemen yang lebih baik, layanan yang lebih baik, dan adanya wadah pengembangan siswa yang memungkinkan siswa untuk mengembangkan bakatnya dan meningkatkan kinerjanya.

MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan sendiri prestasi siswa yang berhasil diraih dalam berbagai bidang diantaranya, pertama, bidang sains yang mana siswa mengikuti olimpiade sains sampai pada tingkat kabupaten untuk mata pelajaran seperti matematika, fisika, kimia, atau biologi, kedua dalam bidang pramukaseperti kegiatan kemah yang mana siswa meraih penghargaan dalam kegiatan kemah besar seperti jambore pramuka atau lomba kemah antar-sekolah. kemudian program kepemimpinan yang mana siswa terpilih sebagai pemimpin dalam kegiatan pramuka, seperti menjadi ketua jambore atau koordinator kegiatan besar lainnya, ketiga, bidang olah raga seperti prestasi individu yang mana siswa meraih prestasi individu dalam cabang olahraga tertentu, seperti pada kejuaraan lari putri 200m.

Prestasi-prestasi ini menunjukkan keberhasilan siswa dalam berbagai bidang dan sering kali melibatkan dedikasi, kerja keras, dan dukungan dari sekolah serta keluarga.

- 3) Siswa memiliki akhlak yang baik (baik kepada orang tua, guru, tetangga dan masyarakat sekitar)

Sudah jelas bahwa lembaga pendidikan tidak dapat bertanggung jawab atas pembinaan moral siswa. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara guru dan orang tua siswa, yang juga merupakan wali sah mereka. Selain itu, strategi membangun *school branding* juga berdampak pada akhlak siswa. Dalam hal ini siswa memiliki akhlak yang baik. Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa salah satu strategi dalam membangun *brand* sekolah di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan ini adalah dengan dirancangnya program-program dalam bidang keagamaan yang diterapkan oleh guru, serta didukung oleh kepala sekolah. Sehingga hasil dari penerapan tersebut adalah terbentuknya akhlak siswa yang baik, beriman dan bertakwa. Secara umum akhlak terbagi menjadi dua, yaitu akhlak yang mulia (*mahmudah*) dan akhlak yang tercela (*madzmumah*). Akhlak yang mulia adalah akhlak yang harus diterapkan dalam kehidupan seseorang, sedangkan akhlak tercela tentu saja akhlak yang harus di jauhi dan ditinggalkan.

b. Efek Eksternal

- 1) Minat publik meningkat

Minat dan keyakinan masyarakat adalah komponen psikologis yang dapat mendorong seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Jika sesuatu menarik perhatian seseorang, mereka cenderung memperhatikannya atau menjadi terlalu bersemangat tentangnya. Namun, jika sesuatu tidak menarik perhatian seseorang, mereka tidak akan tertarik padanya.

Tingginya keinginan masyarakat untuk memasukkan anak-anak mereka sebagai hasil dari kepuasan lembaga pendidikan. Salah satu hasil nyata dari strategi branding sekolah membangun lembaga pendidikan adalah peningkatan minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan. Walaupun jumlah siswa terus meningkat dari tahun ke tahun, ada bukti bahwa jumlah siswa terus meningkat meskipun promosi belum maksimal dan tidak gencar seperti pada awalnya, seperti tidak mencetak brosur atau melakukan iklan berbayar. Namun, sekolah juga dapat memanfaatkan teknologi dan media yang sudah berkembang saat ini, seperti membuat *website* atau akun media sosial untuk melakukan promosi *online*. Tidak diragukan lagi bahwa promosi langsung memerlukan biaya yang besar. Namun, jika strategi membangun merek sekolah sudah berjalan, promosi langsung dapat dikurangi karena calon wali siswa akan mencari sendiri informasi tentang pendaftaran dan datang untuk mendaftarkan

anak mereka. Hal ini, tentu saja, merupakan keunggulan yang kompetitif dalam hal menghemat uang sekolah.

Branding sekolah memiliki keunggulan dalam menarik perhatian masyarakat dan mendapatkan liputan yang lebih baik. Ini dapat membantu dalam promosi dan memperluas jangkauan sekolah. Sarana publisitas dan daya tarik masyarakat adalah fondasi utama dalam membangun citra sekolah melalui strategi *branding*. Dalam era digital, kombinasi media tradisional dan *online*, termasuk situs web, media sosial, dan iklan *online*, memperluas visibilitas sekolah. (Joice Manurung, 2023, p. 60)

2) Kepercayaan publik yang tinggi

Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge menyatakan bahwa: *trust is a positive expectation that another will not-trough words, action, or decision-act opportunistically*. (Judge, 2013, p. 429) Kepercayaan adalah harapan positif bahwa orang lain tidak akan, melalui kata-kata, tindakan, atau keputusan, bertindak secara oportunistik (mementingkan diri sendiri dengan mengorbankan orang lain). Kepercayaan dalam konteks ini berarti keyakinan bahwa seseorang akan bertindak dengan cara yang jujur dan adil, bukan dengan cara yang mengutamakan keuntungan pribadi yang merugikan orang lain. Dalam hubungan sosial atau profesional, kepercayaan terbentuk ketika kita yakin bahwa orang lain akan berperilaku dengan integritas dan tidak memanfaatkan situasi untuk keuntungan mereka sendiri dengan

cara yang tidak etis atau merugikan pihak lain. Jadi, kepercayaan melibatkan keyakinan bahwa tindakan orang lain akan didasarkan pada niat baik dan bukan pada niat buruk atau kesempatan untuk memanfaatkan keadaan demi keuntungan pribadi.

Kepercayaan adalah keyakinan positif bahwa orang lain tidak akan bertindak atau berbicara secara oportunistik (mementingkan diri sendiri dengan mengorbankan orang lain). Pada lembaga pendidikan, kepercayaan merupakan modal utama dan harapan utama dalam strategi pembangunan merek. Sekolah dapat menarik perhatian siswa dan orang tua dengan branding yang kuat, menciptakan daya tarik yang positif terhadap pendidikan yang diberikan.

MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan ini kepercayaan yang telah didapat membuka peluang untuk pertumbuhan sekolah melalui pendaftaran siswa baru dan mendukung program pemasaran yang efektif. Selain itu, sekolah mendapat reputasi baik yang terbentuk dapat memperkuat hubungan dengan orang tua, alumni, dan komunitas setempat, menciptakan ikatan yang erat dengan semua pemangku kepentingan. Selain dampak positif terhadap pertumbuhan dan dukungan, kepercayaan masyarakat yang terbangun dapat menciptakan lingkungan sekolah yang positif, memotivasi staf, guru, dan siswa untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan dan mencapai tujuan

pendidikan dengan lebih baik. Sehingga, dalam situasi atau tantangan tertentu, kepercayaan yang kuat dapat menjadi landasan yang kokoh. Dengan demikian, *school branding* yang berhasil tidak hanya menciptakan identitas positif, tetapi juga merupakan investasi strategis dalam membangun hubungan yang positif dengan masyarakat dan mencapai kesuksesan pendidikan jangka panjang.

3) Kesadaran akan informasi pendidikan meningkat

Melalui strategi *branding* yang efektif, sekolah memiliki potensi untuk meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat terhadap program pendidikan dan layanan yang diselenggarakan. Komunikasi antara guru dan orang tua sangat penting. Proses pendidikan akhlak, program, dan keberlanjutan sekolah dipengaruhi oleh komunikasi antara guru dan wali murid. Di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan dengan melakukan komunikasi, orang tua dapat mengetahui perkembangan, masalah, dan proses belajar anak-anaknya, dan tentunya pengetahuan orang tua tentang pendidikan akan bertambah. Selain itu, proses ini akan meningkatkan persepsi positif tentang lembaga. Jadi, dengan strategi komunikasi yang baik, sekolah tidak hanya dapat meningkatkan persepsi positif orang tua tetapi juga membangun hubungan yang kuat dan saling mendukung. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada lingkungan belajar

yang lebih baik dan mendukung perkembangan siswa secara keseluruhan.

- 4) Banyak penelitian pendidikan yang melakukan penelitian tersebut

Ada juga sejumlah besar penelitian pendidikan. Tidak dapat dipungkiri bahwa memiliki rekam jejak di situs web akan membantu perusahaan menjadi lebih terkenal dan mempromosikan *brand*-nya.

Di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan peneliti mengetahui terdapat penelitian pendidikan yang melakukan penelitian di sekolah tersebut. Tiga penelitian dari universitas yang berbeda dan empat masih dalam proses penelitian belum lagi penelitian yang dilakukan satu Yayasan. Tidak hanya di MA tetapi penelitian yang dilakukan di PAUD, RA, MI dan MTs Tsamrotul Huda yang nantinya hasil penelitian akan diunggah di situs web. Dengan demikian, memiliki rekam jejak yang solid di situs web sangat penting bagi lembaga pendidikan untuk meningkatkan visibilitas dan mempromosikan *brand* mereka. Dengan mengoptimalkan rekam jejak di situs web, sekolah dapat membangun citra atau merek yang kuat, meningkatkan keterlibatan, dan mempromosikan *brand* mereka secara efektif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan berdirinya lembaga Yayasan Tsamrotul Huda telah mampu memberikan perubahan bagi perkembangan dan kemajuan, sebagaimana yang telah dirasakan oleh warga madrasah, khususnya peserta didik, guru, dalam hal pembelajaran dan pegawai dalam hal administrasi sekolah serta pengembangan sosial-ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat sekitar.

MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan memiliki nilai *plus*, yakni setiap hari senin sampai dengan sabtu dimulai pada pukul 07.15 WIB pada anak, seperti halnya untuk kegiatan apel pagi yang dilaksanakan setiap hari senin harapannya adalah anak tetap dan terus dikenalkan nilai-nilai kebangsaan dan cinta tanah air dengan menyanyikan lagu wajib Indonesia Raya. Untuk kegiatan mingguan pada hari Selasa, Rabu, Kamis dan Jum'at diawali dengan kegiatan sholat dhuha. Dilanjutkan dengan kegiatan pembacaan al asma' al husna, kemudian hafalan surat, tahsin bacaan qur'an, dan ngaji binnadzor. Pada akhir pekan diisi dengan kegiatan *fun day*. Kegiatan ini kurang lebih seperti kegiatan ekstrakurikuler disana juga cukup berjalan baik seperti menjahit atau tata busana, otomotif, pramuka, tari, dan lain-lain. Yang mana kegiatan *fun day* anak-anak dapat memilih ekstra yang sesuai dengan yang diinginkan. Dengan serangkaian jadwal dan pembiasaan keislaman yang dirancang oleh MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

diharapkan mampu membentuk karakter peserta didik yang religi, disiplin dan berakhlakul karimah.

Selain mata pelajaran agama yang diajarkan secara formal di kelas, ada beberapa kegiatan keagamaan penunjang yang selalu dilaksanakan di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, yang antara lain:

1. Guna menciptakan SDM yang tidak hanya paham keilmuan, siswa juga dibekali dengan pengetahuan agama, yang dikemas dalam kegiatan bulan Ramadhan, atau yang dikenal dengan pesantren kilat. Pesantren kilat ini berlangsung selama satu minggu selain itu juga mengeluarkan zakat fitrah yang dikelola sekolah dan dibagikan masyarakat sekitar.
2. Kegiatan lain yang bersifat keagamaan, seperti infaq shodaqoh, bakti sosial dan member santunan kepada kaum dhuafa pada kegiatan amaliyah ramadhan.
3. Bimbingan dan konseling dari pihak sekolah.
4. Pembelajaran (KBM) *indoor* maupun *outdoor*.
5. Pembinaan dan bimbingan secara individual maupun klasikal.
6. Ektrakurikuler yang berjalan dengan baik.
7. *Parent teacher* (guru pembimbing murid yang membantu memantau dan mendampingi ketika murid mengalami masalah dan kesulitan).

Karena MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan merumuskan masalah dan membahas strategi membangun *branding* sekolah dalam meningkatkan animo masyarakat, maka kesimpulan adalah:

1. Strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan

yaitu: meningkatkan akreditasi sekolah, memperbaiki tingkah laku siswa, meningkatkan prestasi siswa, meningkatkan program unggul sekolah, dan meningkatkan kualitas alumni. Semua komponen tersebut disusun dalam suatu program kerja yang terorganisir, terprogram, dan berkesinambungan secara optimal untuk mencapai dan memperoleh produk berkualitas tinggi.

2. Penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan dengan bekerja sama dengan seluruh pihak kelembagaan, termasuk sumber daya internal dan eksternal, serta pemangku kepentingan atau *stakeholder*.
3. Dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan adalah efek internal dan eksternal. Efek internal termasuk kualitas layanan untuk guru dan staf meningkat, meningkatkan prestasi siswa, siswa memiliki akhlak yang baik. Dan efek eksternal termasuk minat publik meningkat, kepercayaan publik yang tinggi, kesadaran akan informasi pendidikan meningkat, dan meningkatnya penelitian pendidikan.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian mengenai strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan dapat memiliki berbagai implikasi yang signifikan.

1. Implikasi Teoritis

- a. Pengembangan Model Strategi: Penelitian dapat menghasilkan model atau kerangka kerja baru tentang bagaimana kepala sekolah dapat mengembangkan dan menerapkan strategi *branding* yang efektif. Ini dapat memperkaya teori manajemen sekolah dan branding pendidikan.
- b. Pemahaman Teori *Branding*: Temuan dari penelitian dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana konsep *branding* yang biasa digunakan dalam bisnis dapat diadaptasi untuk konteks pendidikan, termasuk elemen-elemen yang spesifik untuk sekolah.

2. Implikasi Praktis

- a. Implementasi Strategi *Branding*: Sekolah-sekolah dapat menerapkan strategi yang terbukti efektif berdasarkan temuan penelitian. Ini bisa melibatkan peningkatan komunikasi publik, penguatan identitas sekolah, atau perbaikan dalam penyampaian nilai-nilai dan misi sekolah.
- b. Pengembangan Program: Kepala sekolah bisa merancang program dan aktivitas yang mendukung *branding* sekolah, seperti acara komunitas, inisiatif kemitraan dengan industri, atau program alumni.
- c. Peningkatan Kualitas dan Reputasi: Dengan strategi yang tepat, sekolah dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang ditawarkan dan reputasinya di mata masyarakat, orang tua, dan calon siswa.

3. Implikasi untuk Kebijakan

- a. Rekomendasi Kebijakan Pendidikan: Temuan penelitian dapat memberikan dasar untuk pengembangan kebijakan pendidikan yang mendukung branding sekolah. Misalnya, kebijakan yang mempromosikan transparansi dan komunikasi efektif antara sekolah dan masyarakat.
 - b. Pendanaan dan Sumber Daya: Penelitian mungkin mengidentifikasi kebutuhan akan pendanaan atau sumber daya tambahan untuk mendukung strategi *branding*. Hal ini bisa mempengaruhi alokasi dana dan dukungan dari pemerintah atau lembaga pendidikan lainnya.
4. Implikasi Sosial dan Budaya
- a. Keterlibatan Komunitas: Strategi *branding* yang berhasil dapat meningkatkan keterlibatan dan dukungan komunitas terhadap sekolah. Ini bisa mencakup lebih banyak partisipasi dalam kegiatan sekolah dan peningkatan dukungan dari orang tua serta alumni.
 - b. Pengaruh terhadap Siswa: Peningkatan *branding* sekolah dapat berdampak positif pada motivasi dan keterlibatan siswa, karena mereka merasa lebih bangga dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam aktivitas sekolah.
5. Implikasi untuk Penelitian Selanjutnya
- a. Pertanyaan Penelitian Baru: Temuan dari penelitian ini dapat membuka pertanyaan baru tentang aspek-aspek spesifik dari strategi *branding* yang perlu diteliti lebih lanjut, seperti efektivitas

alat komunikasi tertentu atau dampak jangka panjang dari strategi *branding*.

- b. Studi Kasus dan Penelitian Perbandingan: Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk membandingkan strategi *branding* di berbagai sekolah atau wilayah, serta untuk mengevaluasi keberhasilan pendekatan yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Meskipun ada keterbatasan dalam penelitian tentang strategi *school branding* dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolakan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, dengan pendekatan yang cermat dalam perancangan penelitian dan analisis data dapat membantu mengatasi sebagian besar kendala ini. Penting untuk diingat bahwa setiap penelitian memiliki batasannya sendiri, dan transparansi mengenai keterbatasan ini penting dalam interpretasi hasil dan rekomendasi untuk praktik kepemimpinan di sekolah. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam penelitian, diantaranya:

1. Temuan penelitian mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada semua konteks sekolah, dan generalisasi harus dilakukan dengan hati-hati.
2. Setiap sekolah memiliki konteks uniknya sendiri, seperti ukuran sekolah, populasi siswa, dan sumber daya yang tersedia, yang dapat mempengaruhi penerapan strategi *branding* yang akan diterapkan.

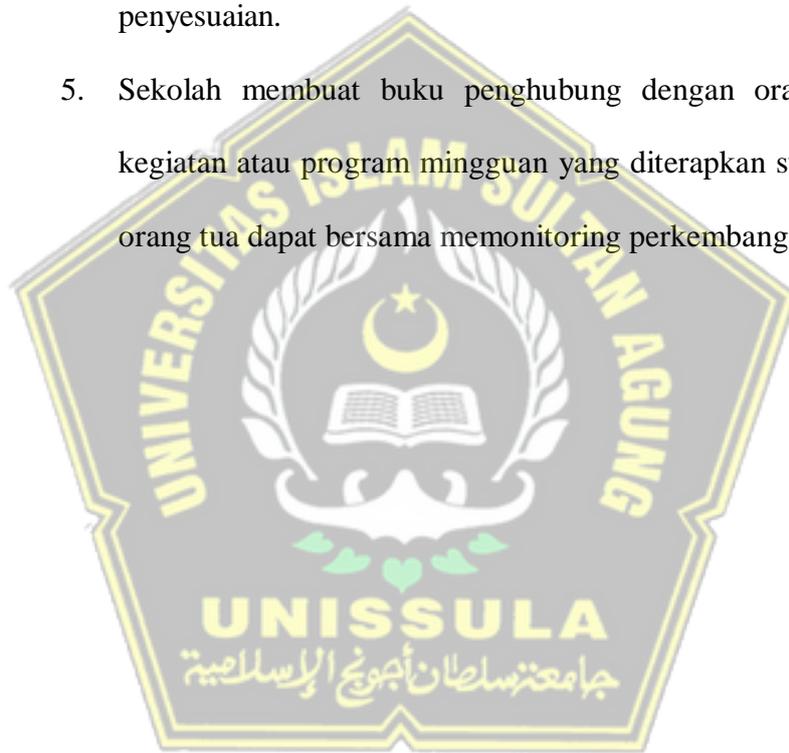
3. Tergantung pada tingkat sumber daya sekolah, penerapan strategi tertentu mungkin lebih sulit atau membutuhkan penyesuaian yang signifikan.
4. Penilaian dampak strategi *branding* sekolah dapat bersifat subjektif tergantung pada persepsi pemangku kepentingan seperti siswa, orang tua, atau masyarakat.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut beberapa harapan peneliti dalam penelitian ini:

1. Tidak diragukan lagi, teknologi dan ilmu pengetahuan telah berkembang untuk menjadikan pendidikan tidak membosankan atau monoton. Oleh karena itu, kepala sekolah harus terus meningkatkan kompetensi profesional guru dalam hal teknologi sekolah dan proses belajar mengajar.
2. Sekolah juga memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas sekolah dengan cara mengkomunikasikan program-program kegiatan unggulan secara konsisten melalui semua *platform* komunikasi sekolah seperti website, media sosial, brosur, dan kegiatan sekolah, karena dapat membantu membangun *brand* sekolah yang konsisten dan menarik bagi orang tua, calon siswa, dan masyarakat umum. Hal ini juga dapat meningkatkan loyalitas siswa dan orang tua terhadap sekolah.

3. Sekolah membentuk tim khusus yang bertanggung jawab untuk mengelola strategi *branding* sekolah. Tim ini harus memiliki keterampilan dalam desain grafis, pemasaran, media sosial, dan komunikasi untuk memastikan pesan sekolah terpampang dengan baik.
4. Sekolah menetapkan evaluasi untuk menilai keberhasilan strategi *branding* sekolah. Dengan melakukan evaluasi secara berkala untuk melihat apakah strategi yang diterapkan efektif atau memerlukan penyesuaian.
5. Sekolah membuat buku penghubung dengan orang tua mengenai kegiatan atau program mingguan yang diterapkan supaya sekolah dan orang tua dapat bersama memonitoring perkembangan anak.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi. (2016). Implementasi Kompetensi Manajerial Kepala Sekolah Kuala Kampar Kabupaten Pelalawan Propinsi Riau. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, Vol. 4 No. 1.
- Aime Heene, d. (2014). *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Akrim. (2020). *Ilmu Pendidikan dalam Persepektif Islam*. Yogyakarta: Bildung.
- Ali, M. D. (2013). *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Al-Qur'an. (2014). *Alqur'an Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Sy9ma Creative Media Crop.
- Amin, N. (2014). Implementasi Nilai-nilai Islam dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Pendidikan. *Jurnal Madrasah Vol. 6 No. 2*.
- Amiruddin. (2019). Sekiolah Unggul Mandiri. *Jurnal Kariman Vol. 7 o. 1*.
- Anjar Kurnia Adiningsih, d. (2023). Implementasi Metode Tahsin Binnadhhor Dalam Pembelajaran Al-Qur'an Santri Putri di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Asy'ariyyah Kalibeer Mojotenengah Wonosobo. *Cendekia: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*.
- Arifin, B. &. (2013). *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Arismunandar, d. (2018). *Manajemen Kepala Sekolah (Pengembangan Model Kebijakan Pengangkatan Kepala Sekolah Berbasis Hasil Penelitian)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Aryani, S. M. (2022). *Strategi Guru Pendidikan Agama Islam (Pai) Dalam Upaya Peningkatan School Branding Melalui Kegiatan Keagamaan Di Mi Muhammadiyah 01 Todanan Blora*. Kudus: IAIN Kudus.
- Atarembong, F. (2021, November 30). Ini 5 Ciri Sekolah Unggulan yang Harus Kamu Tahu. <https://desanews.hallo.id/info-desa/pr-1241968203/ini-5-ciri-sekolah-unggulan-yang-harus-kamu-tahu?page=2>.
- Basri, H. (2023). *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah Pada Madrasah*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Daryanto. (2015). *Pendekatan Sainifik Kurikulum*. Yogyakarta: Gava Media.

- David, F. R. (t.t). *Strategic Management Concepts And Cases*. Florence, South Carolina: Francis Marion University.
- Depdikbud. (1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- (n.d.). *Dokumentasi Data Guru MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan*.
- (n.d.). *Dokumentasi Kegiatan Ekstrakurikuler MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan*.
- (n.d.). *Dokumentasi Profil MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan*.
- (n.d.). *Dokumentasi Sarana Prasarana MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan*.
- (n.d.). *Dokumentasi Struktur Organisasi Sekolah MA Tsamrotul Huda Pulokulon*.
- (n.d.). *Dokumentasi Visi, Misi, dan Tujuan MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan*.
- Emerson Wagner Mainardes, d. (2014). Strategy And Strategic Management Concepts: Are They Recognised By Management Students? *Business Administration and Management*.
- Evin Fatma Fidhiyanti, K. &. (2018). Penanaman Karakter Islami Berbasis *School Branding* di SMPN 3 Slahung Ponorogo. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*.
- Haq, R. d. (2014). Perencanaan Strategi Dala Persepektif Organisasi . *Jurnal intekna*, No. 2.
- Hariyati, N. M. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Membangun Citra Positif Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Tarbiyatut Tholabah Lamongan. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vo. 10 No. 1.
- Hariyati, Nafisatul Mukhafadlo dan Nunuk. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Membangun Citra Positif Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Tarbiyatut Tholabah Lamongan. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 10 No. 1.
- Hariyati, Nafisatul Mukhafadlo dan Nunuk. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Membangun Citra Positif Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Tholabah Lamongan. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 10 No. 1.
- Hawi, A. (2013). *Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Hidayat, R. (2019). Kompetensi Kepala Sekolah Abad 21: Sebuah Tinjauan Teoritis. *Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah*, Vol. 4 No. 1.

- (n.d.). <https://banpt.bppk.kemdikbud.go.id/proses-akreditasi>.
- Humas. (2021, Februari 11). Hikmah Sholat Dhuha; Menurut Anjuran Nabi Muhammad SAW. <https://gontor.ac.id/hikmah-sholat-dhuha-menurut-anjuran-nabi-muhammad-saw/>.
- Indrawati Ningsih, d. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge. *Jurnal Mappesona*, Vol 5 No. 1.
- Irwansyah, D. P. (2020). Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Sosial*, Vol. 1 No. 1.
- Ismail. (2018). Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Mengantisipasi Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Iqro'*.
- Jahja, Y. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Joice Manurung, d. (2023). "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment,". *Technomedia Journal* , Vol. 8, No. 2 .
- Judge, S. R. (2013). *Organizational behavior*. Inggris: New Jersey: Pearson Education.
- kbki.kemdikbud.go.id/., K. (. (n.d.).
- Kebudayaan, K. K. (2017). *Panduan Kerja Kepala Sekolah*. Direktorat Pembinaan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. [kemdikbud.go.id](https://referensi.data.kemdikbud.go.id/snpm/site/sekolah?npsn=69788049). (2021, Mei 30). Informasi Satuan Pendidikan (MA Tsamrotul Huda).
<https://referensi.data.kemdikbud.go.id/snpm/site/sekolah?npsn=69788049>.
- Kemenag.go.id. (2023, Desember 23). Profil MAS Tsamrotul Huda.
<https://appmadrasah.kemenag.go.id/web/profile?nsm=131233150031&provisi=33&kota=3315&status=&akreditasi=&kategori=bos>.
- Kependidikan, D. J. (2007). *Budaya Mutu Sekolah Dasar*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Khoerun. (Wawancara, 10 Juli 2024).
- Kompri. (2015). *Manajemen Sekolah Orientasi Kemandirian Kepala Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Kunandar. (2009). *Guru Profesional Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (ktsp) dan Sukses dalam Sertifikasi Guru*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kurnia, L. K. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, Vol.3 No. 3.
- Maskurin. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Kudus: Media Ilmu Press.
- Meila Hayudiyani, d. (2020). Strategi Kepala Sekolah Meningkatkan Mutu Pendidikan melalui Program Unggulan Sekolah. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*.
- Muhaimin. (2012). *Paradigman Pendidikan Agama Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin. (2014). In P. d. Islam. Jakarta: Raja Grafindo.
- Muhfahroyin Muhfahroyin, d. (2022). Pelatihan Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) melalui School Branding dan Peningkatan Mutu Pembelajaran di Era Society 5.0. (*Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*).
- Mujtahidah, N. (2021). “Strategi Sekolah Dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing (Studi Kasus Di Smp Insan Terpadu Paiton Probolinggo)”. Malang: Tesis Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Program Pascasarjana Universitas Islam Maliki Malang.
- Mulyasa. (2014). *Manajemen Pendidikan Karakter*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyasana, D. (2013). *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mustapidah. (Wawancara, 10 Juli 2024).
- Mustika. (2020). Strategi Membangun School Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah di SMK Dr. Soetomo Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 11.
- Mutohhar, P. M. (2019). *Manajemen Strategik Pendidikan*. Tulungagung: Cahaya Abadi.
- Nasional, D. P. (2000). *Peningkatkan Wawasan Keagamaan Islam*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nasional, P. B. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Nazarudin. (2007). *Manajemen Pembelajaran*. Yogyakarta: Teras.

- Ngadirun, S. d. (2005). Penyelenggaraan Program Kelas Unggulan di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan*.
- Nugraha, T. R. (2020). Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mata Pelajaran PAI di SMK Diponegoro Salatiga. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Nurhakim, A. (2023, Juli 13). Ketahui Kriteria, Ciri-ciri, dan 4 Cara Menjadikan Sekolah yang Unggul. <https://www.quipper.com/id/blog/info-guru/ketahui-kriteria-ciri-ciri-dan-4-cara-menjadikan-sekolah-yang-unggul/>.
- Online, N. (n.d.). <https://nu.or.id/superapp> (Android/iOS).
- Permadi, D. (2009). *Kepemimpinan Mandiri (Profesional) Kepala Sekolah (Kiat Memimpin yang Mengembangkan Partisipasi)*. Bandung: Sarana Panca Karya Nusa.
- Permendiknas. (2007). Peraturan menteri pendidikan nasional nomor 13 tahun 2007 tanggal 17 april 2007 tentang standar kepala sekolah/madrasah.
- Pijar. (2024, Agustus 13). 4 Hal yang Harus Dilakukan untuk Persiapan Akreditasi Sekolah. <https://pijarsekolah.id/blog/4-hal-yang-harus-dilakukan-untuk-persiapan-akreditasi-sekolah/>.
- Pradita, H. (2017). Pencitraan Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMA 48 Muhammadiyah 2 Surabaya. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*.
- Rahmanto, R. E. (2022). "Islamic Branding Experience Dan Customer Citizenship Behaviour Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Linkaja Syariah," . *Etihad: Journal Of Islamic Banking And Finance* , Vol. 2 No. 1.
- RI, K. A. (2005). *Panduan Kegiatan Ekstrakurikuler Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam.
- Riza Rizkiyah, I. I. (2020). Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions: Strategi Membangun Branding School dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam. *Proceedings of The ICECRS*.
- Rukhayati, S. (2020). *Strategi Guru PAI dalam Membina Karakter Peserta Didik SMK Al-Falah Salatiga*. Salatiga: LP2M Salatiga.

- Septiningsih, F. M. (2020). *School Branding Strategi di Era Disruptif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Setiani, L. S. (2023). *Strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smp Negeri 1 Pudak*. Ponorogo: PhdThesis IAIN Ponorogo.
- Sholeh, L. N. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal dalam Meningkatkan *School Branding* Pada Masa Pandemi. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume*.
- Sholihah. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu. *JMPI Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*.
- Sholihah, T. (2018). Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan *School Branding* pada Sekolah Terpadu. *JMPI Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*.
- Simon Middleton, . (. (2010). *Build a Brand in 30 Days*. *United Kingdom: Capstone Publishing*.
- Siswanto. (2017). *Strategi Jitu Menciptakan Branding Sekolah*. Surabaya: Pustaka Media Guru.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 6 No. 1.
- Studies, I. (2021, Oktober 25). 99 Names Of Allah For Kids With Meaning And Benefits. <https://nooracademy.com/99-names-of-allah/>.
- Suarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sudarmono. (Wawancara, 10 Juli 2024).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, T. S. (2018). Mutu Sekolah: Antara Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kinerja Guru. *Jurnal Administrasi Pendidikan*.
- Suralaga, F. (2021). *Psikologi Pendidikan Implikasi Dalam Pembelajaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.

- Syuhud. (2019). Sekolah Unggulan Tuntutan Pendidikan Global. *Bidayatuna*, Vo. 2 No. 1.
- Syukur, F. (2011). *Manajemen Pendidikan Berbasis pada Madrasah*. Semarang: Pustaka Rizki Putra.
- Team, I. C. (2023, Februari 23). 7 langkah mengatasi perilaku bermasalah di kelas. <https://ielc.co.id/7-langkah-mengatasi-perilaku-bermasalah-di-kelas/>.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Triani, D. A. (2021). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SD Islam AN NUR Bungur. *JoIEM Vol. 2 No. 1*.
- Triwiyanto, T. (2024, Juli 19). Manajemen Berbasis Sekolah. http://mbscenter.or.id/site/page/id/%20390/page_action/viewdetail,.
- Tysara, L. (2023, Januari 12). Tahsin adalah Memperbaiki Bacaan Al-Qur'an, Simak Penjelasan Ahli. <https://www.liputan6.com/hot/read/5178324/tahsin-adalah-memperbaiki-bacaan-al-quran-simak-penjelasan-ahli>.
- Umar, M. (2016). Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pendidikan. *Jurnal Edukasi Vol. 2 No. 1*.
- Wahab, A. R. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Pustaka Media.
- Wahed, A. (2018). STRATEGI MEWUJUDKAN SEKOLAH DAN MADRASAH UNGGULAN DI ERA GLOBAL. *Al-Ibrah*, Vol. 3 No.1.
- Wardani, D. K. (2016). *Psikologi Pendidikan Islam*. Cirebon: Confident.
- Wijarnako, A. S. (2004). *Power Branding (Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya)*. Jakarta: Mizan Publika.
- Wijaya, Y. (2013, Februari 15). APEL PAGI : Melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab. <https://www.pa-unaaha.go.id/berita/apel-pagi-melaksanakan-tugas-dengan-penuh-tanggung-jawab/2899>.
- Yasykur, M. (2016). Strategi Guru Pendidikan Agama Islam dalam Menanamkan Kedisiplinan Beribadah Sholat Lima Waktu. *Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam*.
- Yuliana, L. (2021). *Kepemimpinan Kepala Sekolah Efektif*. Yogyakarta: UNY Press.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta.

Zain, S. B. (2002). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: RinekaCipta.

Zulmuqim. (2019). Profesionalisasi Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Islam di Sumatera Barat. *Jurnal Pendidikan Islam*.

