

# STRATEGI SCHOOL BRANDING DALAM MENINGKATAN ANIMO MASYARAKAT MENYEKOLAHKAN ANAK DI MA TSAMROTUL HUDA PULOKULON GROBOGAN

<sup>1</sup>Ihda Tsamrotul Hidayah

<sup>1</sup>Universitas Islam Sultan Agung Semarang

\*Corresponding Author

E-mail: [ihdatsamrotulhidayah@gmail.com](mailto:ihdatsamrotulhidayah@gmail.com)

## Abstrak

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. Studi ini menggunakan metodologi kualitatif dan deskriptif. 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 Grbogan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan strategi school branding dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokuon meliputi: a. akreditasi sekolah; b. memperbaiki tingkah laku siswa; c. meningkatkan prestasi siswa; d. meningkatkan program unggul sekolah; dan e. meningkatkan kualitas alumni. Dan penerapan strategi school branding dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokuon dengan melibatkan seluruh pihak kelembagaan, baik sumber daya internal maupun eksternal. Sedangkan dampak strategi school branding dalam meningkatkan animo masyarakat menyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokuon berdampak pada internal dan eksternal.

**Kata Kunci:** *strategi, schoolbranding, animo.*

## Abstract

*Educational institutions compete to continuously improve and enhance their quality. Staying in this tight competition is the goal. One of the strategies involves branding the institution or school itself. This study uses qualitative and descriptive methodology. 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 Grbogan is the object of the research. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. The results of this research show that the school branding strategy to increase community interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokuon includes: a. school accreditation; b. improving student behavior; c. enhancing student achievement; d. increasing the school's outstanding programs; and e. improving the quality of alumni. The implementation of the school branding strategy to increase public interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda*

*Pulokuon involves all institutional parties, including both internal and external resources. Meanwhile, the school branding strategy's impact on increasing public interest in enrolling children at MA Tsamrotul Huda Pulokuon affects both internal and external aspects.*

**Keywords:** *Strategy, School Branding, Interest.*

## PENDAHULUAN

Dunia pendidikan dan teknologi berkembang dengan cepat, dan institusi pendidikan bersaing untuk terus meningkatkan dan memperbaiki kualitas mereka. Kepala sekolah sangat penting dalam menyediakan informasi tentang program sekolah secara terbuka dan mudah dipahami oleh masyarakat untuk menarik perhatian masyarakat. Tujuannya adalah untuk tetap berada dalam persaingan yang ketat ini. Branding sekolah atau lembaga adalah salah satu strateginya. (Riza Rizkiyah, 2020, pp. 1-2)

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 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)

Dunia pendidikan telah mengalami banyak perubahan setiap tahun. Salah satunya adalah munculnya sekolah baru, terutama sekolah swasta. Dengan munculnya sekolah baru dan sekolah swasta yang sudah lama berdiri, masingmasing sekolah berusaha untuk menciptakan citra yang baik di masyarakat. Sekolah harus melakukan berbagai hal untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat umum. (Sholihah, 2018, p. 73) Masyarakat dan sekolah selalu sangat dekat satu sama lain. Masyarakat adalah tempat di mana pendidikan terjadi, dan sekolah adalah tempat di mana semua orang belajar. Sebagai pemilik sekolah, masyarakat bertanggung jawab untuk meningkatkan dan mendukung pendidikan sekolah. (Umar, 2016, p. 18)

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.

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. Untuk meningkatkan kualitas dan reputasi sekolah, pemimpin memikul tanggung jawab yang beragam sebagai pemimpin karena mereka memiliki kemampuan untuk mengantisipasi, menetapkan visi dan misi, dan membuat strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut.

Penelitian ini mengambil inspirasi dari sejumlah penelitian sebelumnya yang relevan yang secara kolektif memberikan dasar yang kuat untuk eksplorasi "strategi school branding dalam meningkatkan animo masyarakatmenyekolahkan anak di MA Tsamrotul Huda Pulokulon".

Pertama 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, metode yang digunakan, dan bagaimana strategi ini berdampak pada branding sekolah di SDIT Al-Furqan dan SMPIT Al-Gazali di Palangka Raya. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gagasan tentang model strategi manajemen humas yang dapat diterapkan untuk branding sekolah Islam Terpadu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepala sekolah, divisi, dan humas membuat strategi manajemen humas dengan mempertimbangkan semua aspek agar merek sekolah dikenal oleh masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini, strategi manajemen humas diimplementasikan secara berkala melalui promosi di media cetak, elektronik, dan sosial media, serta berkomunikasi dan bersosialisasi dengan komunitas secara langsung. Hasil dari strategi ini dapat dilihat sebagai berikut: sekolah menjadi lebih dikenal di masyarakat dan memiliki reputasi positif di mata masyarakat; jumlah siswa meningkat setiap tahun ajaran baru; dan sekolah menjadi favorit dan unggulan. Persamaan: Strategi yang digunakan untuk meningkatkan reputasi sekolah dibahas oleh keduanya. Perbedaan: Peneliti memfokuskan penelitian mereka pada strategi humas. (Sholihah, 2018, pp. 80-81)

Kedua, 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". Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi yang dapat digunakan oleh kepala sekolah untuk meningkatkan keinginan anak untuk belajar di mata pelajaran Pendidikan Anak-Anak (PAI), serta untuk menemukan elemen yang mendukung dan menghambat keinginan anak untuk belajar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru Pendidikan Agama Islam menggunakan beberapa pendekatan untuk meningkatkan keinginan siswa untuk belajar PAI di SMK Diponegoro Salatiga. Salah satu

pendekatan tersebut adalah dengan menjadi kebiasaan di sekolah, memberikan contoh yang baik kepada siswa yang lain, dan bekerja sama dengan guru lain dan siswa untuk meningkatkan pembelajaran agama di sekolah. Siswa SMK Diponegoro Salatiga memiliki keinginan yang meningkat untuk belajar PAI. Ini terlihat dari banyaknya siswa yang bertanya tentang pelajaran, mengerjakan tugas, dan sangat antusias selama KBM. Mereka juga berdoa saat pelajaran dimulai dan berakhir. Siswa di SMK Diponegoro Salatiga memiliki dua hal yang mendorong mereka untuk belajar PAI. Yang pertama adalah faktor internal, yang berarti faktor yang ada di dalam siswa; yang kedua adalah faktor eksternal, yang berarti faktor yang ada di luar siswa, seperti guru, kepala sekolah, dan fasilitas. Persamaan: Meneliti upaya strategi yang dilakukan di kedua sisi. Perbedaan: menurunkan dorongan guru. (Nugraha, 2020, pp. 174-175)

Ketiga, Penelitian oleh Hermawan Pradita dengan judul "Pencitraan Sekolah dalam Upaya Peningkatan Minat Peserta Didik Baru Di SMA 48 Muhammadiyah 2 Surabaya". Hasil penelitian, yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif, adalah sebagai berikut: Alam membangun pencitraan sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Sekolah melakukan kegiatan yang melibatkan masyarakat dalam kegiatan sekolah yang sudah ditentukan. Komunikasi dilakukan oleh humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dalam tiga cara: komunikasi antar orang, komunikasi internal, dan komunikasi eksternal. Untuk mempromosikan program pendidikan, humas SMAN 2 Muhammadiyah 2 Surabaya menggunakan berbagai media. Persamaan: keduanya menggunakan pendekatan kualitatif untuk meneliti cara meningkatkan reputasi institusi pendidikan. Perbedaan: Studi Hermawan berfokus pada siswa. (Pradita, 2017, p. 10)

## METODE

Peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus, yang merupakan proses pengumpulan data dan informasi secara menyeluruh, mendalam, sistematis, dan menyeluruh tentang individu, peristiwa, lingkungan sosial (latar sosial), dan kelompok. 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)

Peneliti dalam penelitian ini memilih lokasi 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.

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.

Tujuan utama dari penelitian adalah pengumpulan data; peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci; dengan kata lain, mereka bertindak sebagai instrumen manusia (human instrument); mereka bertanggung jawab untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan, mengumpulkan data, menilai kualitas data, menganalisis, menafsirkan, dan kemudian sampai pada kesimpulan. (Sugiyono, 2014, p. 306)

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sebelum, selama, dan setelah di lapangan. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan selama proses di lapangan, bersama

dengan pengumpulan data. (Sugiyono, 2014, p. 336) Ada beberapa jenis analisis data yang dilakukannya: reduksi data, penyajian data, kesimpulan, dan verifikasi data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

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)

Berbagai elemen harus saling mendukung dan mendukung satu sama lain agar tujuan sekolah dapat dicapai dengan sukses. Komponen tersebut harus bekerja sama dengan baik dan memiliki visi dan misi yang sama sehingga tidak terjadi kesenjangan dalam menjalankannya. Jika komponen tersebut dapat dipenuhi sepenuhnya, sekolah yang diharapkan akan terbentuk dengan output yang lebih baik dan lebih siap untuk bersaing di pasar global. (Syuhud, 2019, p. 34)

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

Sekolah menggunakan strategi branding untuk membangun dan mengelola citra dan reputasi mereka di mata publik, meningkatkan daya tarik, dan menciptakan identitas yang kuat. (Mustika, 2020, halaman 19) Tujuannya adalah untuk menarik siswa dan karyawan berkualitas tinggi, membedakan sekolah dari pesaingnya, dan membangun kepercayaan dan loyalitas di antara siswa, orang tua, dan komunitas.

Menurut Triwiyanto dalam Tutut Sholihah salah satu upaya atau strategi untuk membangun brand sekolah adalah: a. Peningkatan 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)

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) Di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan akreditasi sekolah mendapatkan nilai C hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa area yang perlu ditingkatkan. 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.

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) Berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi lapangan dari peneliti. Tingkah laku siswa selama proses belajar menunjukkan sikap sopan mereka terhadap teman, pendidik, dan orang tua mereka. Moral anak akan dibentuk oleh tindakan, keteladanan, dan pengarahan disiplin dalam setiap aktivitas. Membutuhkan waktu, tenaga, dan komitmen, tetapi transformasi akan terjadi dan kesadaran akan pentingnya pengetahuan akhlak akan meningkat.

c. Meningkatkan prestasi siswa.

Muhaimin menunjukkan beberapa karakteristik yang membedakan sekolah dari yang lain. Ini termasuk prestasi di ujian nasional, kompetisi karya ilmiah, spesialis, dan prestasi nonakademik yang didasarkan pada disiplin, kriya, olahraga, seni, dan rasa ingin tahu yang tinggi, toleransi, dan disiplin. (Muhaimin, 2014, pp. 104-105) Meningkatkan prestasi siswa berarti meningkatkan kemampuan dan pencapaian siswa dalam berbagai bidang akademik dan non-akademik. Di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan sendiri prestasi siswa yang berhasil diraih dalam berbagai bidang diantaranya: Pertama, bidang sains, kedua dalam bidang pramuka, ketiga 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.

Selanjutnya adalah rencana sekolah; ini berarti membuat dan menerapkan program untuk semua pihak yang terlibat di sekolah untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Branding MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan berfokus pada kualitas siswa, dengan fokus pada prestasi akademik dan nonakademik. Ini terkait dengan berbagai program, seperti apel pagi, sholat Dhuha, pembacaan al asma' al husna, hafalan surat dan doa, tahsin al-Qur'an, Ngaji Binnadzor, dan fun day atau ekstrakurikuler.

e. Meningkatkan kualitas

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. alumni.

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

Perencanaan menghasilkan implementasi. Kepala sekolah adalah bagian penting dari sistem manajemen sekolah. Ini menunjukkan bahwa kepala sekolah harus mampu mempertahankan suasana yang positif di sekolah, mendorong guru untuk bersemangat untuk meningkatkan kemampuan mereka, mendorong semua karyawan untuk bekerja dengan baik untuk membuat lingkungan sekolah menjadi nyaman, dan, yang paling penting, memiliki kemampuan untuk mendorong prestasi siswa. (Hidayat, 2019, p. 6)

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 terdiri dari hal-hal yang ada di dalam organisasi, seperti karyawan, fasilitas, dan teknologi. Sumber daya eksternal terdiri dari hal-hal atau entitas 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).

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

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dampak adalah benturan atau pengaruh yang memiliki efek yang baik atau buruk. Dengan kata lain, hasilnya berasal dari merek sekolah. Data yang dikumpulkan oleh peneliti dari MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan menunjukkan bagaimana strategi branding sekolah memengaruhi keinginan masyarakat untuk belajar.

#### 1. Efek Internal.

##### a. Kualitas layanan untuk guru dan staf meningkat.

Menurut hasil penelitian ini, pembangunan merek sekolah lembaga pendidikan di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan berdampak pada peningkatan kualitas layanan dan peningkatan kualitas. Meningkatnya kualitas layanan disebabkan oleh pelatihan guru di workshop dan seminar yang berfokus pada teknik pengajaran terbaru, teknologi pendidikan, manajemen kelas, dan keterampilan interpersonal.

##### b. Meningkatkan prestasi siswa.

Strategi membangun merek sekolah telah menyebabkan peningkatan prestasi siswa di beberapa bidang. Hal ini disebabkan oleh manajemen yang lebih baik, layanan yang lebih baik, dan wadah pengembangan siswa yang lebih baik, yang semuanya memungkinkan siswa untuk mengembangkan bakatnya dan meningkatkan kinerjanya. Prestasi-prestasi ini menunjukkan keberhasilan siswa dalam berbagai bidang dan sering kali melibatkan dedikasi, kerja keras, dan dukungan dari sekolah serta keluarga.

##### c. 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 kerja sama antara guru dan orang tua siswa, yang juga berfungsi sebagai wali sah mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu strategi untuk membangun merek sekolah di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan adalah dengan membuat program keagamaan dan mendukung kepala sekolah. Jadi, penerapan ini menghasilkan siswa yang baik, beriman, dan bertakwa.

#### 2. Efek Eksternal.

##### a. Minat publik meningkat.

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.

##### b. Kepercayaan publik yang tinggi.

Kepercayaan yang telah diperoleh MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan memungkinkan sekolah untuk berkembang dengan menerima siswa baru dan mendukung program pemasaran yang efektif. Selain itu, sekolah yang dihormati dapat memperkuat hubungan dengan orang tua, alumni, dan komunitas

- setempat dengan membangun hubungan yang erat dengan semua pemangku kepentingan.
- c. Kesadaran akan informasi pendidikan meningkat.  
Dengan berbicara dengan orang tua di MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan, mereka dapat mengetahui perkembangan, kesulitan, dan proses belajar anak-anaknya. Dengan demikian, pengetahuan orang tua tentang pendidikan akan bertambah.
  - d. Meningkatnya penelitian pendidikan.  
Sangat penting bagi institusi pendidikan untuk memiliki rekam jejak yang kuat di situs web mereka untuk meningkatkan visibilitas dan mempromosikan merek mereka. Dengan mengoptimalkan rekam jejak ini, sekolah dapat membangun citra atau merek yang kuat, meningkatkan keterlibatan, dan secara efektif mempromosikan merek mereka.

## KESIMPULAN

Strategi branding sekolah MA Tsamrotul Huda Pulokulon Grobogan adalah cara yang bagus untuk membuat masyarakat lebih tertarik untuk mengajar anak-anak mereka di sekolah ini. MA Tsamrotul Huda dapat menciptakan citra yang positif tentang sekolahnya dengan membuat identitas yang jelas dan menarik, termasuk visi dan misi yang sesuai dengan harapan orang tua dan siswa. Identitas yang kuat termasuk komitmen terhadap pendidikan berkualitas tinggi, lingkungan belajar yang mendukung, dan nilai-nilai sekolah.

Dalam strategi branding ini, peningkatan kualitas pendidikan menjadi komponen penting. Sekolah harus memastikan bahwa fasilitas, tenaga pengajar, dan kurikulum memenuhi syarat dan relevan dengan kebutuhan siswa. Untuk orang tua yang menginginkan pendidikan yang komprehensif untuk anak-anak mereka, MA Tsamrotul Huda memiliki program unggulan dan kegiatan ekstrakurikuler yang bagus.

Selain itu, keterlibatan aktif dalam komunitas dan pemasaran yang efektif sekolah melalui berbagai saluran, seperti acara promosi dan media sosial, dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan sekolah. MA Tsamrotul Huda dapat memperkuat reputasinya dan meningkatkan animo masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak di sekolah ini dengan membangun hubungan baik dengan masyarakat dan memberikan layanan yang responsif terhadap umpan balik. Strategi branding yang holistik dan terintegrasi akan meningkatkan minat siswa dan kepuasan orang tua.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjar Kurnia Adiningsih, d. (2023). Implementasi Metode Tahsin Binnadhor Dalam Pembelajaran Al-Qur'an Santri Putri di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Asy'ariyyah Kalibeber Mojotenengah Wonosobo. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*.
- 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 TARBİYATUT 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 Tholabah Lamongan. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 10 No. 1.
- Hidayat, R. (2019). KOMPETENSI KEPALA SEKOLAH ABAD 21: SEBUAH TINJAUAN TEORITIS. *JURNAL KEPEMIMPINAN DAN PENGURUSAN SEKOLAH*, Vol. 4 No. 1.

- Humas. (2021, Februari 11). Hikmah Sholat Dhuha; Menurut Anjuran Nabi Muhammad SAW. <https://gontor.ac.id/hikmah-sholat-dhuha-menurutanjuran-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.
- 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.
- kbbi.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.
- Kependidikan, D. J. (2007). *Budaya Mutu Sekolah Dasar*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- 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. (2014). In P. d. Islam. Jakarta: Raja Grafindo.
- 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.
- Mustika. (2020). Strategi Membangun School Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah di SMK Dr. Soetomo Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 11.
- 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*.
- 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*.
- 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*.
- Saptiningsih, F. M. (2021). *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- 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*.

- Studies, I. (2021, Oktober 25). 99 Names Of Allah For Kids With Meaning And Benefits. <https://nooracademy.com/99-names-of-allah/>.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syuhud. (2019). SEKOLAH UNGGULAN TUNTUTAN PENDIDIKAN GLOBAL. *Bidayatuna*, Vo. 2 No. 1.
- Team, I. C. (2023, Februari 23). 7 langkah mengatasi perilaku bermasalah di kelas. <https://ielc.co.id/7-langkah-mengatasi-perilaku-bermasalah-di-kelas/>.
- Tysara, L. (2023, Januari 12). Tahsin adalah Memperbaiki Bacaan Al-Qur'an, Simak Penjelasan Ahli. <https://www.liputan6.com/hot/read/5178324/tahsinadalah-memperbaiki-bacaan-al-quran-simak-penjelasan-ahli>.
- Umar, M. (2016). Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pendidikan. *Jurnal Edukasi Vol. 2 No. 1*, 18.
- Wahed, A. (2018). STRATEGI MEWUJUDKAN SEKOLAH DAN MADRASAH UNGGULAN DI ERA GLOBAL. *Al-Ibrah*, Vol. 3 No.1.
- Wijaya, Y. (2013, Februari 15). APEL PAGI : Melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab. <https://www.pa-unaaha.go.id/berita/apel-pagi-melaksanakantugas-dengan-penuh-tanggung-jawab/2899>.