



Slamet Efendi_248610800053_Artikel Tesis (1)

12%
Suspicious
texts



- 2% Similarities
0% similarities between quotation marks
0% among the sources mentioned
- 10% Unrecognized languages
- 0% Texts potentially generated by AI

Document name: Slamet Efendi_248610800053_Artikel Tesis (1).pdf
Document ID: 91f84b29de79543afd819ba58a395c2e8b861342
Original document size: 421.8 KB

Submitter: UMSIDA Perpustakaan
Submission date: 1/2/2026
Upload type: interface
analysis end date: 1/2/2026

Number of words: 3,609
Number of characters: 30,831

Location of similarities in the document:



Sources of similarities

Main source detected

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	archive.umsida.ac.id https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3877/27814/33606 17 similar sources	2%		Identical words: 2% (66 words)

Sources with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	espo.nasa.gov (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is ... https://espo.nasa.gov/crater/content/CC_BY_The_use_distribution_or_reproduction_in_other_...	< 1%		Identical words: < 1% (22 words)
2	eprints.walisongo.ac.id Implementasi manajemen kurikulum pondok pesantre... https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20936/1/1803038009_MOCH_ALFI_FAJRIN_Tesis_Leng...	< 1%		Identical words: < 1% (16 words)
3	jurnal.umj.ac.id https://jurnal.umj.ac.id/index.php/Tahdzibi/article/download/6313/4091	< 1%		Identical words: < 1% (15 words)
4	Artikel PLP 2 Smk MITA.docx Artikel PLP 2 Smk MITA #8e25d9 Comes from my group	< 1%		Identical words: < 1% (14 words)
5	Document from another user #0221f8 Comes from another group	< 1%		Identical words: < 1% (11 words)



This is



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3877/27814/33606>

an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution

License (CCBY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted,

provided

the original author(s) and the copyright owner(s) are credited



and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use,

distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Page | 1

"Branding Strategies of Madrasahs for Enhancing the Quality of

Educational Institutions in Lumajang"

STRATEGI BRANDING MADRASAH DALAM PENINGKATAN MUTU

PENDIDIKAN DI MADRASAH

Slamet Efendi¹⁾, Hana Catur Wahyuni²⁾



archive.umsida.ac.id

<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3877/27814/33606>

1) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi : Hanacaturwahyuni@umsida.ac.id

Abstrak

Pendidikan adalah salah satu kebutuhan manusia yang bisa di bilang paling dasar, punya peranan strategis dan seksi dalam membentuk SDM yang berkualitas, berkepribadian, punya berkarakter, serta mempunyai daya saing. lembaga pendidikan baik khusus maupun umum, sangat dituntut bukan hanya dalam mutu layanan pendidikan, akan tetapi juga adi harapkan mampu memberi warna citra plush di tengah masyarakat, di persaingan global yang kompetitif. Penelitian penulis bertujuan untuk mendeskripsikan secara komprehensif terkait strategi branding yang diterapkan oleh Madrasah Ibtidaiyah (MI) Hidayatul Ulum Desa Wotgalih, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang, dan serta menganalisis implikasinya terhadap peningkatan mutu lembaga pendidikan. Penulis menerapkan pendekatan kualitatif dengan rancangan deskriptif. Data - datapun diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, serta dari studi dokumentasi yang juga melibatkan pimpinan madrasah, tenaga pendidik, orang tua peserta didik, dan unsur masyarakat. Pengolahan data kami dilakukan secara bertahap. Proses analisis data dilakukan dengan menyaring data

yang diperoleh, mengelompokkannya ke dalam bentuk yang lebih terstruktur, kemudian menarik benang merah dan kesimpulan dari temuan tersebut. Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa upaya branding di MI Hidayatul Ulum tidak hanya diarahkan pada pencitraan visual semata, tetapi lebih difokuskan pada peningkatan mutu layanan pendidikan. Dan Hal ini diwujudkan melalui peningkatan kualitas tenaga pendidik dan kependidikan, pemanfaatan fasilitas yang tersedia secara maksimal, penggunaan media sosial sebagai sarana dalam komunikasi, penguatan keterlibatan masyarakat juga, serta pengembangan program-program unggulan yang berlandaskan nilai keislaman. Dalam hal pembrandingan ternyata banyak hal yang perlu di pelajari dan di telaah ulang, baik oleh kepala sekolah maupun oleh guru, tapi tidak menjadikan para Guru serta Kepala Sekolah untuk tidak berjuang dalam pembrandingan. Penelitian yang di lakukan oleh penulis, Penulis harap bisa menjadi sebuah pembelajaran dan bermanfaat dalam ilmu pendidikan terkhususnya bahwa pembrandingan itu mempunyai nilai yang sangat penting jua.



Kata kunci: Membranding di sekolah, karakter mutu pendidikan, lembaga pendidikan,

MPI.

I. PENDAHULUAN

Sebagaimana kita ketahui bahwasaya Pendidikan merupakan salah satu dari fundamental dalam upaa membangun SDM yang berkualitas. Melalui pendidikan, seseorang dapat mengembangkan potensi dirinya secara optimal, baik dari segi intelektual, spiritual, sosial, maupun emosional. Pendidikan menjadi landasan penting dalam membentuk individu yang tidak hanya cakap dalam bidang akademik, tetapi juga memiliki kepribadian yang luhur, karakter yang kuat, serta mampu berkontribusi secara positif bagi masyarakat [1]. Oleh karena itu, pembangunan pendidikan harus menjadi prioritas utama dalam setiap upaya peningkatan kesejahteraan dan kemajuan bangsa [2]. Dalam konteks pendidikan nasional, lembaga pendidikan memiliki peranan vital dalam menyediakan layanan pendidikan yang bermutu dan merata bagi seluruh lapisan masyarakat. Lembaga-lembaga pendidikan ini tidak hanya terbatas pada sekolah formal milik pemerintah, tetapi juga mencakup lembaga pendidikan swasta, termasuk madrasah [3]. Madrasah merupakan lembaga pendidikan berbasis keislaman yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan pengetahuan umum. Di Negara kita, Lembaga pendidikan Madrasah punya peranan penting dalam mencetak generasi muda muslim yang berakhlak, berpengetahuan luas, serta memiliki kesadaran sosial yang tinggi

mailto:



Hanacaturwahyuni@umsida.ac.id

Copyright©Unive

rsitasMuhammadiyahSidoarjo.



Thisisanopen-accessarticle distributedunderthe termsofthe Creative Commons Attribution License(CCBY).Theuse, distributionorreproductioninotherforumsispermitted,providedtheoriginal author(s) andthe copyright owner(s) are creditedandthat the originalpublication in thisjournal is cited,

in accordance with accepted academic practice.No use, distribution or reproductionispermitted which does not comply withtheseterms.

[4].

Namun, dalam era persaingan global saat ini, tantangan yang dihadapi madrasah semakin kompleks.

Masyarakat cenderung memilih lembaga pendidikan yang tidak hanya mampu menghasilkan lulusan yang cerdas, tetapi juga memiliki citra baik, fasilitas lengkap, serta daya saing tinggi [5]. Oleh karena itu, penting bagi madrasah untuk melakukan penguatan mutu dan citra lembaga secara berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang relevan untuk menjawab tantangan tersebut adalah melalui strategi branding [6]. Branding dalam konteks pendidikan merujuk pada upaya untuk membangun identitas dan citra positif lembaga di mata masyarakat. Branding tidak hanya sebatas logo atau slogan, tetapi mencakup semua hal yang membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga, mulai dari kualitas layanan, nilai-nilai yang dijunjung, budaya sekolah, sampai cara lembaga tersebut berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya [7]. Strategi branding yang tepat akan meningkatkan kepercayaan publik, menarik minat peserta didik baru, dan juga untuk memperkuat loyalitas [8]. Penerapan strategi branding yang efektif tentu harus diiringi dengan upaya peningkatan mutu secara menyeluruh. Mutu lembaga pendidikan merupakan cerminan dari kualitas proses belajar mengajar, kompetensi pendidik, ketersediaan sarana dan prasarana, serta keberhasilan lulusan dalam menerapkan ilmunya di masyarakat [9]. Dengan kata lain, branding dan mutu merupakan dua aspek yang saling berkaitan dan saling memperkuat. Branding yang baik tanpa diimbangi mutu akan kehilangan kepercayaan publik dalam jangka panjang, sementara mutu yang tinggi tetapi tanpa branding yang kuat akan sulit dikenal dan dihargai secara luas [10].

Madrasah Ibtidaiyah Hidayatul Ulum yang terletak di Desa Wotgalih, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang merupakan salah satu madrasah yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Berdasarkan observasi awal, madrasah ini telah menunjukkan komitmen dalam meningkatkan mutu pendidikan melalui pembinaan guru, pengembangan kurikulum, serta pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung [11]. Selain itu, hubungan dengan masyarakat sekitar juga terjalin cukup baik, yang menjadi modal sosial penting dalam proses pengembangan lembaga. Namun demikian, madrasah ini masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam aspek branding. Ada beberapa hal yang menjadi berkurangnya strategi promosi, dari minimnya dokumentasi kegiatan, dan belum adanya identitas

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited,

in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

2 | Page

visual yang kuat menyebabkan madrasah ini kurang dikenal oleh masyarakat luas [12]. Padahal, dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, kemampuan membangun citra lembaga merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk menarik peserta didik dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi branding dapat diterapkan secara efektif untuk mendukung peningkatan mutu lembaga pendidikan, khususnya di madrasah. Penelitian ini akan memfokuskan pada strategi branding yang dilakukan oleh MI Hidayatul Ulum serta dampaknya terhadap mutu lembaga. Dengan menggunakan

pendekatan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memperlihatkan secara jelas bagaimana strategi branding diterapkan di madrasah, serta menghasilkan rekomendasi yang dapat diterapkan dan relevan dengan kebutuhan nyata di lapangan. [13].

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman dalam bidang manajemen pendidikan, khususnya terkait strategi membangun citra lembaga dan peningkatan kualitas pendidikan. Lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi madrasah lain yang menghadapi kondisi dan tantangan yang serupa, serta menjadi bahan masukan bagi pihak terkait dalam merumuskan kebijakan pembinaan madrasah yang lebih fokus, terencana, dan berdampak secara luas. Dengan demikian, melalui strategi branding yang tepat, madrasah diharapkan mampu bersaing secara sehat dan berkontribusi secara nyata dalam mencerdaskan kehidupan bangsa [14].

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang ada, peneliti memutuskan untuk mengkaji secara langsung kondisi dan praktik yang berlangsung di Madrasah Ibtidaiyah Hidayatul Ulum, Desa Wotgalih, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang. Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan secara komprehensif strategi branding yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta implikasi dari branding terhadap mutu lembaga pendidikan [15], "Berdasarkan penelusuran penulis terhadap berbagai jurnal ilmiah dan karya ilmiah terdahulu, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas Strategi Branding Madrasah dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan, pada konteks di Madrasah Ibtidaiyah Hidayatul Ulum Wotgalih - Yosowilangun - Lumajang. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) dan diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian ilmiah tersebut."

II. METODE

Pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian kualitatif ini. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur

 **Document from another user**
Comes from another group

yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang


serta perilaku yang

diamati, sebagaimana dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong [15]. Penelitian ini dilakukan di lembaga pendidikan MI di Desa Wotgalih, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang. Kajian penelitian difokuskan pada strategi branding madrasah sebagai upaya dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan. Adapun variabel yang dikaji meliputi strategi branding lembaga pendidikan, selanjutnya kami jwentahkan ke dalam subvariabel, yaitu kualitas SDM, kondisi serta pemanfaatan SARPRAS, dan persepsi masyarakat sekitar terhadap citra lembaga. Sumber daya manusia memiliki peran yang sangat penting dalam proses pendidikan. Menurut Mulyasa (2018), guru dituntut untuk memiliki tanggung jawab profesional, di mana ada kewenangan, dari sisi kemandirian, serta di area kedisiplinan, sehingga mampu menjalankan perannya tidak hanya sebagai pendidik, tetapi juga sebagai teladan bagi peserta didik maupun lingkungan sekitarnya. Hal ini sejalan dengan tujuan branding yang tidak hanya menonjolkan citra visual lembaga, tetapi juga karakter dan kualitas SDM-nya.

Sedangkan dalam SARPRAS, Rizky Maulana dan Putri Amelia (2018), Mengemukakan bahwasanya dalam hal infrastruktur merupakan alat pendukung penting aktivitas individu, kelompok, maupun lembaga dalam mencapai tujuannya [16]. dikonteks branding Lembaga ini, kita melihat ketersediaan dan pemanfaatan fasilitas fisik seperti ruangan belajar, seperti ruangan perpustakaan, serta MEDSOS (Media Sosial), menjadi bagian paling penting dalam membangun citra lembaga Madrasah yang profesional dan terpercaya. Berdasarkan hasil pengamatan awal di MI Hidayatul Ulum, diketahui bahwa upaya branding yang telah dilakukan meliputi promosi melalui media sosial, pendokumentasian aktivitas pembelajaran, serta keterlibatan madrasah dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan.

Meskipun demikian, madrasah masih dihadapkan pada sejumlah kendala, antara lain keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam pengelolaan media branding serta belum maksimalnya pemanfaatan sarana yang tersedia untuk mendukung kegiatan promosi. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik observasi digunakan untuk mengamati aktivitas pembelajaran, interaksi guru-siswa, serta kondisi fisik madrasah yang mendukung branding lembaga. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa profil lembaga, hasil publikasi kegiatan madrasah, dan arsip internal yang relevan dengan citra lembaga. Wawancara dipilih sebagai teknik utama dalam penelitian ini

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Thisis

 **archive.umsida.ac.id**
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/3877/27814/33606>

an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution

License (CCBY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited



and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Page | 3

karena dinilai mampu menggali informasi secara lebih mendalam dari kepala madrasah, guru, walimurid, dan tokoh masyarakat terkait pandangan mereka terhadap strategi branding yang telah diterapkan.

Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan tahapan yang terdiri dari: 1) Penyaringan data, yaitu proses validasi dan pemilahan data yang relevan dengan fokus penelitian; 2) Penyajian data, yaitu pengorganisasian

4 | Page

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CCBY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited,

in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam bentuk narasi yang terstruktur; serta 3) Penarikan kesimpulan, yang bertujuan untuk menemukan pola strategi branding yang efektif dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan [17]. Dengan demikian, pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh

tentang bagaimana branding dapat dimanfaatkan secara strategis oleh madrasah dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan dan kepercayaan publik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MI Hidayatul Ulum.

Visi MI Hidayatul Ulum adalah "Menjadi Madrasah yang Unggul dalam Prestasi, Berbasis Nilai Islam dan Berdaya Saing Global". Dalam rangka mencapai visi tersebut, madrasah ini menonjolkan berbagai strategi branding yang berkaitan erat dengan peningkatan mutu lembaga, antara lain:

1. dari sisi Peningkatan kapasitas guru dan tenaga kependidikan;
2. serta Optimalisasi sarana dan prasarana pembelajaran;
3. dan yang terakhir Pencitraan positif melalui media social dan dokumentasi kegiatan, serta
4. Penguatan program unggulan seperti Tahfidzul Qur'an, ekstrakurikuler seni Islam, dan kegiatan keagamaan berbasis masyarakat.

B. Strategi Branding dan Peningkatan Mutu Pendidikan, Upaya branding madrasah di MI Hidayatul Ulum tidak semata-mata difokuskan pada unsur visual, seperti logo, seragam, atau desain spanduk promosi, tetapi lebih menekankan pada kualitas layanan pendidikan yang diberikan. Strategi branding dilakukan melalui beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Melihat aspek Branding Kinerja : Madrasah menekankan keunggulan pada mutu proses pembelajaran, dari sisi kedisiplinan santri, dan kompetensi Pengajar. Kegiatan seperti lomba antar madrasah, seminar pendidikan, dan program tahfidz menjadi bukti konkret pencapaian prestasi.
2. Branding menggunakan internet, atau medsos seperti wa, fb, instagram, telegram tiktok ini sangat signifikan dalam masa sekarang.
3. Branding Relasi Komunitas (Community-Based Branding): Melalui kegiatan kekeluargaan seperti pengajian, jalan santai, dengan seperti ini membangun reputasi baik di kalangan tokoh masyarakat, wali murid.

Program Inovatif dan Unggulan: Di antaranya adalah program pembiasaan shalat dhuha, program Jumat bersih, dan kelas tambahan sore untuk penguatan baca-tulis Al-Qur'an. Program-program ini mencerminkan nilai-nilai keislaman yang menjadi karakter khas madrasah. Namun demikian, dalam implementasi strategi branding tersebut, MI Hidayatul Ulum masih menghadapi beberapa kendala yang turut memengaruhi upaya peningkatan mutu pendidikan, antara lain:

1. Keterbatasan SDM, khususnya dalam bidang desain grafis dan manajemen konten digital untuk mendukung promosi madrasah;

Page | 5

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited,

in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

2. Keterbatasan sarana fisik, seperti ruang belajar yang belum memadai untuk menampung semua siswa secara optimal

3. Keterbatasan Financial, terutama dalam hal dukungan materiel pengembangan citra kelembagaan dan pelatihan SDM secara berkelanjutan dan berkesinambungan.

Kendati demikian, kepala madrasah, guru, dan pengurus yayasan tetap berupaya secara konsisten melakukan perbaikan-perbaikan berkelanjutan sebagai bentuk implementasi branding madrasah yang bukan hanya bersifat pencitraan, tetapi menyentuh kualitas layanan pendidikan secara nyata. MI Hidayatul Ulum merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam tingkat dasar yang berlokasi di Desa Wotgalih, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang. Lembaga ini berdiri di bawah naungan Yayasan Hidayatul Ulum yang secara historis didirikan oleh tokoh agama setempat, dari kebersamaan dan semangat dalam kehidupan serta penanaman nilai-nilai Agama sejak usia kecil. Keberadaan madrasah ini memiliki peran strategis dalam mendidik generasi muda di tengah masyarakat desa, terutama dalam membentuk karakter religius dan membangun fondasi keilmuan dasar.

C. Strategi Branding MI Hidayatul Ulum dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan

Sebagai madrasah swasta yang berada di lingkungan pedesaan, MI Hidayatul Ulum menyadari pentingnya membangun citra positif (branding) untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan kualitas lembaga. Strategi pembranding yang dilakukan oleh kepala sekolah maupun oleh guru tidak hanya bersifat keluar saja, melainkan juga internal, mencakup pembenahan sumber daya manusia, penguatan budaya organisasi, dan inovasi dalam pembelajaran.

Pembinaan Karakter Siswa Pembinaan siswa di MI Hidayatul Ulum dilakukan melalui program-program kedisiplinan, penanaman nilai-nilai akhlakul karimah, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan keagamaan seperti tadarus, salat dhuha, dan praktik ibadah lainnya. Strategi ini diarahkan agar siswa tidak hanya unggul secara kelembagaan tetapi juga mempunyai akhlak mulia, sebagai bagian dari misi kelembagaan yang mengintegrasikan ilmu dan iman. Tata tertib madrasah ditegakkan secara konsisten untuk membentuk kebiasaan baik dan kedisiplinan dalam diri siswa.

Sarana dan Prasarana, Meskipun berada di wilayah desa, MI Hidayatul Ulum terus berbenah dalam spek sarana dan prasarana pendidikan. Ketersediaan ruang kelas yang layak, perpustakaan mini, fasilitas ibadah, serta lingkungan yang bersih dan aman menjadi bagian dari upaya menciptakan atmosfer belajar yang kondusif. Dalam hal pembranding lembaga pendidikan juga diperkuat melalui visualisasi lingkungan sekolah yang tertata rapi serta komunikatif, seperti pemasangan slogan-slogan pendidikan Islami di dinding kelas maupun banner motivasi di lingkungan sekolah.

Dari Beberapa program unggulan yang menjadi ciri khas lembaga Madrasah Ibtid'iyah Hidayatul Ulum antara lain: Tahfidz Juz Amma: Program ini menjadikan tarikat madrasah sebagai lembaga yang berorientasi pada penguatan nilai keislaman sejak dini.

Ada pilihan ruang unggulan : ini digunakan untuk menjawab kebutuhan terkait Mutu, di lembaga yang penulis lakukan penelitian mempunyai pendekatan khusus dalam pembelajaran tematik terpadu yang diajar langsung oleh salah satu dosen matematika di Lumajang, yang lebih edukatif dan interaktif.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited,

in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Ruang Belajar Olahraga : untuk menekankan bahwa lembaga ini juga ikut berpartisipasi dalam kesehatan dan ikut turut serta adaptif terhadap perkembangan maupun tuntutan zaman untuk selalu ikut menjaga kesehatan.

Supervisi dan Evaluasi Berkala, Supervisi akademik dilakukan secara terjadwal oleh kepala madrasah guna memantau efektivitas pembelajaran. Hasil supervisi menjadi dasar bagi evaluasi dan pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan madrasah. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui rapat dewan guru, baik mingguan maupun bulanan, guna membahas capaian program, kendala lapangan, dan solusi peningkatan mutu layanan pendidikan.

Analisis Branding Strategi MI Hidayatul Ulum

1. Peran kepala Sekolah di MI

Dari hasil wawancara di MI Hidayatul Ulum, kepala madrasah memainkan peran kunci dalam upaya peningkatan mutu pendidikan melalui strategi branding yang terencana. Di antara peran utama kepala madrasah adalah:

Kepala Madrasah sebagai Inisiator Branding

Kepala madrasah tidak hanya berfungsi sebagai administrator, tetapi juga sebagai aktor utama dalam merancang identitas dan citra madrasah. Beliau menggagas program "Madrasah Ramah Anak dan Lingkungan" yang menjadi ciri khas MI Hidayatul Ulum dalam menarik minat masyarakat.

Peningkatan Sumber daya Manusia melalui mengikut sertakan dalam pelatihan – pelatihan.

Untuk mendukung perkembangan dan kemajuan lembaga pendidikan, dari lembaga mengharuskan beberapa guru untuk mengikuti pelatihan – pelatihan, seperti belajar tentang kurikulum merdeka, digital learning, dan kegiatan media sosial.

Pengambilan Keputusan Branding

langkah branding seperti logo, tagline lembaga, desain seragam kaos, hingga pengelolaan media sosial dikendalikan langsung oleh kepala madrasah melalui koordinasi rapat branding internal.

Kemitraan dengan Lembaga dan Media

MI Hidayatul Ulum menjalin kemitraan dengan beberapa lembaga pendidikan lebih tinggi, lembaga zakat, dan komunitas pendidikan local untuk mendukung program branding, termasuk program beasiswa dan kegiatan bakti sosial sebagai bagian dari pencitraan madrasah yang peduli lingkungan dan sosial.

Kaderisasi atau pendidikan kepemimpinan

Kepala sekolah menyiapkan pemimpin masa depan yang dengan cara mendurung dan mendukung guru untuk aktif di lembaga, dan untuk alumni yang sudah sukses di bidang akademik, di harapkan mampu berkontribusi sebagai pembina ekstrakurikuler atau menjadi bagian dari donatur tetap yang memberi sumbangsih kepada kemajuan lembaga.

Hubungan Sosial dengan Masyarakat

Sebagai bagian dari strategi branding berbasis komunitas, madrasah aktif melibatkan tokoh masyarakat, walimurid,

dan tetangga kanan kiri, dalam kegiatan madrasah seperti jalan kaki bersama, lomba - lomba, dan gerakan Jumat bersih.

2. Peran Pengajar dalam Branding serta Mutu di Lembaga

Dari hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan, lembaga Madrasah memiliki 13 guru aktif dengan komposisi 9 orang berlatar belakang S1 dan 4 masih dalam proses studi. Didalam konteks Branding lembaga, sesungguhnya guru memegang peran sangat penting sebagai ujung tombak untuk mutu layanan pendidikan.

Guru sebagai Duta lembaga

Para ustadh atau ustadzah juga dilibatkan dalam pembrandingan citra madrasah melalui media social dan kunjungan rumah –rumah wali murid

Page | 7

Copyright©UniversitasMuhammadiyahSidoarjo.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CCBY). These, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited,

in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Para guru berbekal kemampuan komunikasi dan public speaking agar menjadi nilai positif lembaga pendidikan dimata masyarakat.

Model Pembelajaran Menyenangkan dan Inklusif

Strategi branding juga menasar kualitas pembelajaran. Para Guru di madrasah ibtida'iyah Hidayatul Ulum wotgalih juga melakukan pendekatan pembelajaran yang sangat aktif serta membahagiakan dan menyenangkan agar tercipta sebuah pengalaman belajar dan mengajar yang sangat membekas bagi siswa maupun orang tua.

Kendala SDM

Kendala utama adalah keterbatasan guru dengan kompetensi digital yang mumpuni. Hal ini menjadi perhatian khusus dalam perencanaan branding kedepan, karena lembaga juga ternyata membutuhkan figure atau penokohan pengajar yang juga dapat atau mampu mengelola konten edukatif daring.

3. Pembinaan peserta didik dalam ikut turut serta di pencitraan madrasah

Branding madrasah tidak selalu dan melulu di topang oleh gutu saja, tetapi juga oleh karak tersiswa. MI Hidayatul Ulum membina siswa melalui pendekatan karakter berbasis budaya sekolah. Setiap siswa yang menunjukkan prestasi akademik, kedisiplinan, atau akhlak terpuji mendapat apresiasi berupa penghargaan simbolik, contohnya "bintang karakter", Hal ini dipublikasikan dalam konteks pembentukan karakter, bukan penghukuman.

4. Sarpras sebagai Bagian dari Branding

Dari Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, di lembaga di temukan bahwa MI Hidayatul Ulum menghadapi tantangan dalam penyediaan sarana prasarana yang sangat kompleksitas. Namun, keterbatasan ini diatasi melalui pendekatan branding kolaboratif. Melalui branding "Madrasah dari Umat untuk Umat", pihak madrasah menggalang dukungan masyarakat untuk pembangunan ruang kelas, taman belajar, dan mushola anak. Pengambilan Dokumentasi selalu di publikasikan di media sosial, supaya masyarakat tahu akan perkembangan dan transparansi pembangunan lembaga, dan langkah ini sesungguhnya juga bagian dari soft branding. Disamping itu tantangan yang lain juga ada, yang perlu di taklukkan seperti Air bersih, Ruang Guru yang kurang memadai, serta belum ada Ruang Komputerisasi. Akan tetapi, semangat para guru, bisa menjadikan hal tersebut sebuah tantangan untuk di taklukkan bersama.



8 | Page

Copyright©UniversitasMuhammadiyahSid

oarjo.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). These, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

B. sisi Kelebihan dan sisi Kelemahan Strategi Branding di MI Hidayatul Ulum

Kelemahan:

Disini tidak semua guru mampu memahami strategi branding madrasah secara keseluruhan. Kurangnya tenaga ahli dalam bidang digital marketing pendidikan.

Belum tersedia perpustakaan modern yang mendukung citra "madrasah literasi".

Kelebihan:

Dari titik Lokasi madrasah sangat strategis dan dekat dengan

pusat desa. Dan Dukungan masyarakat juga sangat tinggi

terhadap lembaga ini. Dilihat dari Identitas branding "Madrasah

Ramah Anak dan Lingkungan" mulai dikenal lebih luas lagi.

Aktif di media sosial (Facebook dan Instagram) sebagai sarana

publikasi.

Beberapa Alumni juga ikut turut serta aktif membantu promosi dan dari penggalangan dana maupun dari

penggalangan untuk pembangunan.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis, terhadap strategi branding yang diterapkan di MUHU (Madrasah Ibtidaiyah Hidayatul Ulum), bisa di disimpulkan bahwa branding madrasah memiliki peran yang sangat strategis, dalam upaya untuk meningkatkan mutu lembaga pendidikan. Kepala madrasah berperan sebagai pengarah utama strategi branding dengan menggagas program- program unggulan, membina kerja sama eksternal, serta memperkuat identitas kelembagaan melalui visi serta misi Madrasah yang jelas. Guru turut menjadi garda terdepan dalam menjaga mutu dan membangun citra positif madrasah melalui pengajaran yang berkualitas dan sikap profesional. Pembinaan siswa juga diarahkan tidak hanya untuk membentuk karakter dan kedisiplinan, tetapi juga mendukung citra madrasah sebagai lembaga pendidikan yang humanis dan berakhlak. Sarana prasarana yang masih terbatas dijadikan sebagai tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan branding berbasis partisipasi masyarakat. Secara keseluruhan, strategi branding di madrasah, dilakukan secara bertahap, terstruktur, dan melibatkan semua elemen madrasah, meski masih banyak menghadapi beberapa kendala, dari aspek sumber daya manusia, teknologi, dan pendanaan. Disini kita ketahui dengan pasti bahwa Dengan banyaknya dukungan dari banyak pihak, dalam hal Branding kelembagaan ini, bisa lebih mudah untuk di laksanakan secara keseluruhan.

Page | 9

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited,

in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Page | 1
I. Pendahuluan
II. Metode
III. HASIL DAN PEMBAHASAN
IV. SIMPULAN