

Strategi Membangun Brand Image melalui Program Unggulan di Sekolah Islam Terpadu Insan Kamil Sidoarjo.

Oleh:

JUJUK RUSDIANAH HIDAYATULLOH,
Progam Pasca Sarjana
Manajemen Pendidikan Islam
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
enifariyatul@umsida.ac.id

Pendahuluan

Latar Belakang

- Persaingan lembaga pendidikan semakin kompetitif.
- Sekolah membutuhkan brand image yang kuat.
- Program unggulan menjadi strategi deferensiasi sekolah.
- SIT Insan Kamil memiliki program unggulan khas berbasis religius dan karakter.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan Masalah dan Tujuan.

Rumusan Masalah:

1. Program unggulan apa yang menjadi fokus utama dalam memperkuat *brand image* sekolah.
2. Persepsi stakeholder terhadap program unggulan dalam memperkuat *brand image* sekolah.

B. Tujuan Penelitian

Menganalisis kontribusi program unggulan dalam membangun *brand image* sekolah

Metode

Pendekatan: Kualitatif deskriptif.

Teknik pengumpulan data: wawancara, observasi dan dokumentasi.

Subjek penelitian: pimpinan sekolah, guru, murid, dan orang tua.

Analisis data: Miles dan Huberman.

Validasi data: triangulasi sumber dan teknik.

Hasil dan Pembahasan

Program unggulan utama pembentuk brand image:

Tahfidz Al-Qur'an 30 juz akselerasi.

Program pendukung

I. Pendidikan Karakter:

- Bina Pribadi Islami
- School Home Synergy
- Jalasah Ruhiyah
- Ramadhan Camp

Hasil dan Pembahasan

II. Leadership:

- Sister School Malaysia
- English Camp 1 bulan di Kampung Inggris
- Arabic Camp 2 pekan
- Student Leadership Development bersama Kodikmar
- Pengembangan Potensi Diri (P2D) di desa terpencil.
- Pramuka Garuda
- Karya Tulis Ilmiah
- Wisata Belajar Terintegrasi Banyuwangi
- Neurosain Terapan /Gerak Interaktif Fungsional

III. Entrepreneurship:

- Bisnis Day
- Magang Bisnis sepekan

Hasil dan Pembahasan

Persepsi Stakeholder terhadap Program Unggulan

- **Pimpinan Sekolah:** Program unggulan menjadi identitas dan kekuatan brand sekolah.
- **Guru:** Program unggulan membentuk kesalehan, disiplin, dan prestasi murid, hal ini turut memperkuat citra sekolah.
- **Murid:** Merasa program unggulan memberikan pengalaman belajar yang berbeda, termotivas belajar, meningkat rasa percaya diri, dan bangga menjadi bagian dari SIT Insan Kamil.
- **Orang Tua:** memersepsikan program unggulan sebagai faktor utama yang membentuk citra positif sekolah. Mereka menilai sekolah mampu meningkatkan kualitas religiusitas dan prestasi akademik. Program tahfidz dan karakter menjadi alasan utama memilih sekolah.

Temuan Penting Penelitian

- Program Tahfidz Al-Qur'an 30 juz akselerasi menjadi program unggulan yang paling dominan dalam membentuk brand image SIT Insan Kamil Sidoarjo sebagai sekolah unggul dan berkualitas.
- Brand Image tidak dibangun melalui promosi semata, tetapi melalui implementasi program unggulan yang konsisten, terintegrasi dan berorientasi pada pembentukan karakter murid.
- Program Pendidikan karakter, leadership dan entrepreneurship memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan citra sekolah di mata orang tua dan Masyarakat.
- Penelitian ini menemukan bahwa pendekatan branding berbasis nilai religius dan karakter memiliki pengaruh kuat dalam meningkatkan kepercayaan orang tua dan Masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan Islam.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

- memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Manajemen Pendidikan Islam, khususnya terkait strategi membangun *brand image* melalui program unggulan sekolah.
- Menjadi referensi akademik tentang konsep school branding berbasis Al Quran, karakter, leadership, dan entrepreneurship di sekolah islam terpadu.

2. Manfaat Praktis

- Menjadi bahan evaluasi dan pengembangan program unggulan bagi SIT Insan Kamil Sidoarjo dalam memperkuat citra sekolah.
- Menjadi referensi bagi sekolah Islam lain dalam membangun *brand image* yang positif dan berkelanjutan.

Simpulan

- Program Tahfidz Al -Qur'an 30 juz akselerasi , program unggulan utama yang membentuk brand image SIT Insan Kamil Sidoarjo sebagai sekolah unggul dan berkualitas.
- Penguatan citra sekolah didukung oleh program pendidikan karakter, leadership dan entrepreneurship
- Persepsi stakeholder, khususnya orangtua, menunjukkan adanya perubahan signifikan pada putra- putrii mereka dalam hal ibadah, akhlak, kedisiplinan maupun kemampuan hidup.
- Program unggulan efektif dalam membangun citra positif sekolah.

Referensi

- [1] X. Yaping, N. T. T. Huong, N. H. Nam, P. D. Quyet, C. T. Khanh, and D. T. H. Anh, “University brand: A systematic literature review,” *Heliyon*, vol. 9, no. 6, p. e16825, 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e16825.
- [2] M. U. H. Uzir, Z. Bukari, S. N. Wahab, I. Jerin, T. Rasul, and M. Bin Amin, “Investigation of Customer Satisfaction, Brand Trust and Brand Loyalty in Electronics Home Appliances: CB-SEM Approach,” *Soc. Sci. Humanit. Open*, vol. 12, no. September, p. 101943, 2025, doi: 10.1016/j.ssaho.2025.101943.
- [3] R. P. S. Hasanah, K. Karwanto, and M. Sholeh, “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang,” *J. Ilm. Mandala Educ.*, vol. 9, no. 1, pp. 361–366, 2023, doi: 10.58258/jime.v9i1.4521.
- [4] A. H. Tahir, M. Adnan, and Z. Saeed, “The impact of brand image on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review,” *Heliyon*, vol. 10, no. 16, p. e36254, 2024, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e36254.
- [5] Widadi, X. Loudra, Rhao, R. Al-Idrus, Kamila, Bilqis, S. Saroor, Amna, T. Shafitri, and Maisyaroh, “Pemanfaatan Program Unggulan Sekolah Sebagai Strategi Efektif Dalam Meningkatkan Pemasaran Jasa Pendidikan,” 2025. [Online]. Available: <http://conference.um.ac.id/index.php/pses/article/download/10410/4213>
- [6] A. Suryadi, “Kemendikbudristek Luncurkan 7 Program Unggulan untuk Transformasi Pendidikan Indonesia – Suara Pendidikan,” Online Suara Pendidikan. [Online]. Available: <https://swarapendidikan.co.id/kemendikbudristek-luncurkan-7-program-unggulan-untuk-transformasi-pendidikan-indonesia/>
- [7] C. H. Chou and D. N. Chen, “Effect of Brand Love on Brand Defense Mediated by Customer Brand Engagement: The Moderated Mediation Role of Regulatory Focus,” *Acta Psychol. (Amst.)*, vol. 260, no. September, p. 105515, 2025, doi: 10.1016/j.actpsy.2025.105515.
- [8] A. Juhaidi, A. Fitria, N. Hidayati, and R. A. Saputri, “Examining Factors Influencing Enrolment Intention in Islamic Higher Education in Indonesia, Does Islamic Senior High School Matter?,” *Soc. Sci. Humanit. Open*, vol. 11, no. December 2024, 2025, doi: 10.1016/j.ssaho.2024.101243.
- [9] M. Hayudiyani, B. R. Saputra, M. A. Adha, and N. S. Ariyanti, “Strategi Kepala Sekolah Meningkatkan Mutu Pendidikan Melalui Program Unggulan Sekolah,” *J. Akuntabilitas Manaj. Pendidik.*, vol. 8, no. 1, 2020.
- [10] O. Aprida, Sutarto, and S. Bahri, “Penerapan Teori Competitive Advantage Michael Porter dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam : Studi Kasus di dalam menciptakan lembaga pendidikan yang mampu bersaing dan tetap relevan di bagaimana meningkatkan daya saing tanpa mengorbankan,” *Al-Manar J. Komun. dan Pendidik. Islam*, vol. 13, no. 2, pp. 51–64, 2024.
- [11] A. Warda, “SMP IT Permata Wisuda 58 Hafidz Quran.” Accessed: Apr. 23, 2026. [Online]. Available: <https://tadatodays.com/detail/smp-it-permata-wisuda-58-hafidz-quran>
- [12] B. Budiayatmo and A. Iriani, “Magister Manajemen Pendidikan FKIP Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik,” *Manaj. Pendidik.*, vol. 9, no. 2, pp. 238–252, 2022.
- [13] Wulandari, Budiaman, and D. A. Purwandari, “Strategi Membangun School Branding Guna Meningkatkan Citra Sekolah SMP Negeri 281 Jakarta,” *Lentera Multidiscip. Stud.*, vol. 2, no. 3, pp. 309–316, 2024, doi: 10.57096/lentera.v2i3.100.

Referensi

- [14] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. Sage, 2014.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [16] M. Firmansyah, Rahwan, and N. Kholis, “Program Unggulan Tahfidz Al- Qur’an : Inovasi Kepala Sekolah Sekolah Dasar Swasta Untuk Mencetak Siswa Hafidz-Hafidzah,” *J. Manaj. Pendidik. Islam*, pp. 327–342, 2023, doi: 10.30868/im.v7i01.6072.
- [17] M. H. Abdillah, “Penerapan Program Unggulan dalam Menanamkan Nilai-Nilai Religius Peserta Didik di MTS Muhammadiyah 1 Malang dan MAN 2 Kota Malang,” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2024.
- [18] A. D. Astuti, A. Timan, Sultoni, and Sunarni, “Strategi Pengelolaan Program Unggulan Sekolah Di Madrasah Aliyah Negeri,” *J. Manaj. Pendidik.*, no. 2016, pp. 1–14, 2021.
- [19] 371 TIM s, *Standar Mutu Kekhasan Sekolah Islam Terpadu*, 5th ed. Depok: JSIT Indonesia, 2023.
- [20] Zubaidi, *Desain Pendidikan Karakter Konsepsi dan Aplikasinya dalam Lembaga Pendidikan*, 4th ed. Jakarta: Kencana, 2015.
- [21] M. Syafii Antonio, *Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager*. Jakarta: ProLM Centre, 2007.
- [22] Bivisyani, “Pentingkah Program Leadership?,” 26 Sep 2025. [Online]. Available: <https://www.jurnal.id/id/blog/pentingnya-program-leadership-bagi-siswa/>
- [23] A. Purwianti, L. W. Siti Nur khoiriyah, Rizky Nuryanti, Christian Tjatur, and B. S. N. Wardana, “Pendidikan Bisnis untuk Anak Sekolah Dasar,” *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Bisnis, Kewirausahaan*, vol. 12, no. 2, 2025.
- [24] M. Fathul and T. Saptiningsih, *School Branding: Strategi di Era Disrubtif*, 1st ed. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2020.
- [25] U. N. Khasanah, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Brand Image di Al-Maahira IIBS Malang,” *Thesis*, 2024.
- [26] M. Munir, “Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan,” *J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 5, no. 2, 2022.

