



Analysis report

Compilatio Magister+ | UMSIDA

Jujuk rusdiana - 9 april 2026

ID : 182812639447b1e7cddb55aa0044a5112d6a12d7



13%

Suspicious texts

File name : Jujuk rusdiana - 9 april 2026.txt

Original file size : 4.17 MB

Number of words : 5,503

Number of characters : 42921

Submitter : Jujuk Rusdiana

Author : Jujuk Rusdiana

Submission date : April 13, 2026

Upload type : url_submission

analysis end date : April 13, 2026

Summary (section 1/3)

Location of suspect texts in the document :



Included in the suspicious text score :



Similarities

2%

 Syntactics 2%

 Semantics *Not measured*

Passages with similarities to sources found in different collections.



AI detection

8%

Texts with stylistically similar formulations to AI-generated text.

This rate is an indicator, not proof. Check with the author that he/she has mastered the knowledge mentioned in the document.



Unrecognized languages

4%

Passages in which some of the vocabulary used is not part of the language dictionary. This may be an attempt by the author to modify the text to make detection impossible.



Not included in the percentage of suspicious texts :

	Texts between quotes	5%
	Passages between quotation marks, often revealing a quotation.	

☰ Sources of similarities (section 2/3)



Similarities

2%

Passages with similarities to sources found in different collections.



Main source detected

No.		Description	Similarities	Locations
1		Choirun Slamet_248610800069_Tesis 7 #57a67d 🔑 Comes from my database	1%	
2		Manajemen Pembinaan Adab #adfff0 🔑 Comes from my database	1%	

Source with incidental similarities

No.		Description	Similarities	Locations
3		Analisis lima kekuatan pasar dalam... #304c5f 🔑 Comes from my database	<1%	
4		Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa... #d1fbf9 🔑 Comes from my group	<1%	
5		Document from another user #2fbc34 🔑 Comes from another group	<1%	
6		(PDF) Strategi Branding Sekolah dalam... www.academia.edu/114669388/Strategi_Brandin... 🔗	<1%	

Referenced source (without similarities detected)

No.		Description
1		http://conference.um.ac.id/index.php/pses/article/download/10410/4213

No.		Description
2		https://swarapendidikan.co.id/kemendikbudristek-luncurkan-7-program-ungg...

3		https://www.jurnal.id/id/blog/pentingnya-program-leadership-bagi-murid/
---	---	---



1,2



Strategi Membangun Brand image Melalui Program Unggulan di Sekolah Islam Terpadu Insan Kamil Sidoarjo

Jujuk Rusdianah Hidayatulloh¹⁾, Eni Fariyatul^{*,2)}

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

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

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

Abstract. The strategy of strengthening school brand image through flagship programs highlights institutional excellence, uniqueness, and differentiation. This study aims to analyze the primary flagship program, stakeholder perceptions, and strategic efforts to optimize flagship programs in reinforcing the brand image of Sekolah Islam Terpadu Insan Kamil Sidoarjo. A qualitative research approach was employed, with data collected through observation, document analysis, and interviews with various stakeholders. The findings reveal that the accelerated 30-juz Qur'an memorization program serves as the core flagship program shaping the school's brand image, supported by character education, leadership development, and entrepreneurship learning. These flagship programs are implemented as an integrated learning system with structured curriculum planning and development, emphasizing differentiation, consistent and innovative implementation, continuous evaluation, and institutionalization as part of school culture. Furthermore, program processes, achievements, and parent testimonials are communicated to stakeholders and the wider community through the school's social media platforms, thereby strengthening positive perception.

Keywords - strategic; brand image; flagship programs

Abstrak. Strategi membangun brand image melalui program unggulan mampu menunjukkan keunggulan, keunikan dan deferensiasi sekolah. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis program unggulan utama, persepsi stakeholder dan strategi dalam mengoptimalkan program unggulan untuk memperkuat brand image di Sekolah Islam Terpadu Insan Kamil Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dengan observasi, studi dokumentasi dan wawancara dengan stakeholder. Hasil penelitian menunjukkan program unggulan tahfiz Al-Qur'an 30 juz akselerasi adalah program utama pembentuk brand image, diperkuat dengan pendidikan

karakter, leadership dan entrepreneurship. Strategi implementasi yaitu program unggulan dijalankan sebagai sistem pembelajaran terpadu dengan perencanaan dan pengembangan kurikulum terstruktur, berfokus pada diferensiasi, dilaksanakan konsisten, inovatif, evaluasi berkelanjutan dan menjadi budaya sekolah. Proses, prestasi, testimoni orang tua dari program unggulan dikomunikasikan sekolah kepada stakeholder dan masyarakat luas melalui semua kanal media sosial yang dimiliki sekolah secara masif, hal ini memperkuat image positif masyarakat.

Kata Kunci - strategi; brand image; program unggulan

I. Pendahuluan

Dalam era globalisasi, persaingan di dunia pendidikan semakin dinamis dan kompetitif. Setiap lembaga pendidikan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan mutu pendidikan, tetapi juga membangun brand image yang kuat guna menciptakan identitas sekolah yang berbeda dengan yang lain dan menarik perhatian calon murid [1]. Membangun brand image untuk sekolah mutlak diperlukan, karena bermunculan sekolah yang selalu menawarkan keunikan dan keunggulannya. Membangun citra merek yang kuat dan kualitas produk yang baik merupakan kunci untuk meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan [2]. Setiap lembaga pendidikan hendaknya memiliki strategi dalam mengenalkan dan menarik minat masyarakat. Lembaga pendidikan dapat mendongkrak akselerasi kualitas mutu dan memenangkan kompetisi antar sekolah dengan memiliki strategi branding [3]. Kekuatan citra merek merupakan strategi penting untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas jangka panjang di industri pariwisata yang kompetitif, begitu juga di dunia lainnya, termasuk pendidikan [4]. Membangun brand image melalui program kegiatan unggulan dianggap strategis, karena memberikan berbagai manfaat bagi orang tua, murid, serta meningkatkan reputasi sekolah, karena murid berprestasi, menarik perhatian orang tua yang ingin memberikan pendidikan terbaik bagi anak-anaknya [5]. Program unggulan harus dilaksanakan dengan konsisten dan inovatif agar bisa menjadi diferensiasi tersendiri bagi sekolah. Kemendikbudristek juga telah memprakarsai 7 program unggulan, untuk membangun sistem pendidikan yang adaptif dan berkualitas, serta melakukan transformasi di berbagai aspek pendidikan yang signifikan dan sesuai dengan perkembangan zaman, mulai dari pemerataan akses pendidikan berkualitas, pembaruan sistem manajemen kinerja guru hingga penguatan karakter murid Indonesia hebat [6]. Mempertahankan produk unggulan dan menjaga nilai merek sangat penting untuk menjaga loyalitas konsumen. Program unggulan menjadi faktor penentu kepercayaan orang tua murid kepada sekolah bahkan orang tua akan cenderung lebih aktif melakukan pembelaan terhadap sekolah di media sosial ketika muncul kritik atau komentar negatif [7].

Penelitian tentang brand image dalam konteks lembaga pendidikan telah banyak dilakukan. Sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada perguruan tinggi dan universitas [8]; Sedangkan penelitian yang secara spesifik mengkaji strategi brand image tingkat sekolah dasar dan menengah di Sekolah Islam

Terpadu sangat terbatas. Disamping itu penelitian terdahulu juga banyak berfokus pada aspek pemasaran digital, strategi promosi komunikasi, dan program akademik, namun masih sedikit studi empiris yang mengeksplorasi secara mendalam bagaimana program unggulan spesifik, (seperti Akselerasi Tahfiz 30 juz, program pendidikan karakter, program leadership, program entrepreneur dan Karya Tulis Ilmiah) yang menjadi ciri khas sekolah dapat berperan strategis dalam membangun citra positif di masyarakat [9]. Di sisi lain penelitian terdahulu juga belum banyak yang mengaitkan secara langsung antara program unggulan sekolah dengan pembentukan brand image. Sehingga masih terdapat celah penelitian yang perlu diisi, khususnya dalam konteks Sekolah Islam Terpadu.

Penelitian ini memiliki beberapa kebaruan yang membedakan dengan penelitian terdahulu: a. Pendekatan kontekstual pada sekolah Islam dasar dan menengah. Sebagian besar studi branding berfokus pada universitas [5], sedangkan penelitian ini mengkaji brand image sekolah Islam dasar dan menengah yang memiliki ciri khas tersendiri. b. Penelitian ini fokus pada program unggulan seperti Tahfiz Al-Qur'an, Pendidikan Karakter, Leadership dan Entrepreneur sebagai strategi membangun brand image, bukan sekedar promosi eksternal [10]. c. Analisis empiris berbasis persepsi stakeholder sekolah dan masyarakat. Hal ini memberi gambaran komprehensif tentang bagaimana program unggulan diterima dan dipersepsikan oleh orang tua dan masyarakat sebagai elemen pembentuk brand Sekolah Islam Terpadu [3]. Sekolah Islam Terpadu (SIT) merupakan lembaga pendidikan yang berupaya mengintegrasikan antara ilmu pengetahuan umum dan nilai-nilai Islam. Salah satunya SIT yang berkembang pesat di Jawa Timur adalah SIT Insan Kamil Sidoarjo yang dikenal dengan berbagai program unggulannya seperti Tahfiz Al-Qur'an 30 juz Akselerasi, program pendidikan karakter, program leadership dan program entrepreneur. Program-program ini disamping sebagai sarana pembelajaran juga sebagai strategi diferensiasi untuk membangun brand image sebagai sekolah unggul dibanding lembaga pendidikan lain di sekitarnya. SIT Insan Kamil Sidoarjo sepenuhnya berkomitmen untuk menyediakan pendidikan Islam berkualitas yang modern dan adaptif terhadap perubahan zaman dengan menyediakan program pendidikan berbasis agama dan karakter yang unggul. Studi ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara teori branding pendidikan dan penerapannya dengan menganalisis kontribusi program-program unggul terhadap citra sekolah. Tinjauan pustaka mengungkapkan kesenjangan dalam konsep branding pendidikan dan penerapannya di SIT. Secara teoritis, brand image dibentuk melalui komunikasi, reputasi dan keunggulan kompetitif [11], namun dalam praktiknya seperti SIT Insan Kamil Sidoarjo justru menonjolkan program unggulan berbasis nilai religius dan karakter sebagai sarana utama membangun citra positif sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan branding berbasis nilai dan karakter masih kurang mendapat perhatian dalam kajian akademik, meskipun secara empiris berperan besar dalam mempengaruhi persepsi masyarakat [11]. Lebih lanjut banyak sekolah Islam yang memiliki program unggulan seperti tahfiz Qur'an



dan pendidikan karakter, tetapi belum banyak penelitian yang menganalisis program mana yang paling efektif dalam memperkuat citra sekolah. Padahal dalam sudut pandang manajemen pendidikan, efektifitas program unggulan menjadi indikator untuk menilai seberapa besar sumbangsih program terhadap reputasi sekolah [12]. Dengan demikian, analisis gap penelitian ini terletak pada perlunya memahami secara mendalam hubungan antara program unggulan dan kekuatan brand image, di sekolah Islam terpadu khususnya di SIT Insan Kamil Sidoarjo.

SIT Insan Kamil Sidoarjo telah merepresentasikan nilai, visi dan kualitas lembaga melalui program unggulan, seperti Tahfiz Al - Qur'an, Pendidikan Karakter, Leadership dan Entrepreneur, sebagai wujud dari upaya membangun brand image yang berbeda dengan sekolah sekolah lain. Namun, belum diketahui secara pasti program unggulan mana yang menjadi fokus utama dalam memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya menjawab dua permasalahan utama, yaitu program unggulan apa yang menjadi fokus utama dalam memperkuat brand image sekolah dan bagaimana persepsi stakeholder (pimpinan sekolah, guru, murid dan orang tua) terhadap brand image sekolah?

II. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi terhadap aktivitas program unggulan di SIT Insan Kamil Sidoarjo. Subjek penelitian meliputi: pimpinan sekolah, guru, murid, dan orang tua murid. Informan dipilih secara purposive sampling berdasarkan peran dan pengetahuan mereka terhadap pelaksanaan program unggulan dan citra sekolah. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan model interaktif Miles dan Huberman melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan [13]. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik [14]. Dengan metode tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai strategi membangun brand image SIT Insan Kamil Sidoarjo.

III. Hasil dan Pembahasan

Program Unggulan

Dari wawancara dengan kepala sekolah, guru, murid dan orang tua, bahwa program unggulan di SIT Insan Kamil Sidoarjo, yaitu program tahfiz Al-Qur'an 30 juz akselerasi, pendidikan karakter, leadership dan entrepreneur telah memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan akademik, karakter dan ketrampilan murid. Seluruh stakeholder memberikan apresiasi yang tinggi terhadap implementasi program unggulan di SIT Insan Kamil Sidoarjo, ini menunjukkan bahwa program unggulan berperan penting dalam membentuk citra sekolah yang religius, unggul secara akademik dan siap menghadapi tantangan masa depan.

SIT Insan Kamil Sidoarjo merancang program-program unggulan sebagai sarana untuk mengembangkan potensi murid agar mencapai kemampuan maksimal dalam berbagai aspek, seperti spiritualitas, akademik, ketrampilan

dan karakter. Tujuan utamanya adalah agar murid menjadi individu yang saleh, kompeten, percaya diri, survive dan mampu mencapai tujuan hidup mereka. Dengan berkembangnya potensi, murid dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis, kreatif, mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar dan kelak diharapkan akan menjadi seorang pemimpin. Program unggulan yang dirancang disesuaikan dengan visi, misi dan tujuan sekolah serta standar mutu Jaringan Sekolah Islam Terpadu Indonesia. Program unggulan ini adalah upaya serius yang didesain sekolah untuk memotivasi murid sekaligus guru dalam menciptakan generasi yang unggul dan berkualitas [15].

Program unggulan dalam konteks pendidikan merupakan inisiatif atau kegiatan terbaik yang telah dipersiapkan untuk mencapai standar unggul dalam hasil pendidikan sekaligus upaya sekolah untuk meningkatkan citra di mata masyarakat. Program ini bukan hanya berfokus pada akademik, tetapi juga pada pengembangan karakter, keterampilan serta nilai-nilai yang membentuk identitas spesifik bagi sekolah [16]. Program seperti ini menciptakan nilai tambah sekaligus menjadi diferensiasi strategis bagi sekolah. Keberhasilan dalam mengimplementasikan program unggulan memberikan citra positif yang kuat di masyarakat serta memperkuat reputasi lembaga sebagai institusi yang tidak hanya mengutamakan akademik tetapi juga pendidikan karakter, kepemimpinan dan entrepreneur yang relevan dengan kebutuhan masa depan [17].

Tahfiz Al-Qur'an menjadi fokus utama dalam program unggulan SIT Insan Kamil Sidoarjo untuk menyiapkan murid siswi menjadi generasi Qur'ani. Program tahfiz dilaksanakan berbarengan dengan kegiatan belajar membaca Al-Qur'an dari jilid 1 - 6 metode Ummi. Dimana setiap terjadi kenaikan jilid harus mengikuti tes/ujian kenaikan jilid. Jika sudah selesai 6 jilid akan dilanjutkan dengan level berikutnya yaitu membaca Al-Qur'an dengan tartil. Setiap hari murid melakukan muraja'ah (mengulang) dari ayat-ayat yang sudah disetorkan kemarin kepada Ustadz/Ustadzah dan ziyadah (menambah) hafalan baru untuk disetorkan hari itu. Sedangkan kegiatan Tahfiz dimulai dari juz 30, juz 29, juz 1, juz 2, juz 3 dan seterusnya. Setiap 1 juz akan diadakan tes, dan setiap tahun diadakan munaqosah dan imtihan tahfiz Al-Qur'an. Tahfiz Al-Qur'an memiliki sejumlah kunci sukses yang dapat diaplikasikan diantaranya: gigih, tekun, cermat, sabar, istikamah, fokus, membuat target pencapaian dan murajaah hafalan dalam salat, dan apabila semua ini dilaksanakan maka karakter yang kuat dibentuk melalui pembiasaan aktifitas belajar sehari-hari [15].

Pembelajaran tahfiz Al-Qur'an sudah menjadi bagian program unggulan dari beberapa sekolah, baik sekolah yang berstatus sebagai sekolah negeri maupun yang berstatus sekolah swasta. Program tahfiz memiliki pengaruh yang sangat besar dan menjadi program yang dibanggakan di berbagai sekolah. Hal ini dibuktikan dari banyaknya orang tua yang berminat mendaftarkan putra putrinya sebagai murid yang ikut andil di program tahfiz [15]. Fenomena ini dipengaruhi oleh para orang tua yang memiliki kekhawatiran terhadap perkembangan karakter generasi muda yang menghadapi dekadensi moral karena pengaruh globalisasi dan modernisasi, juga karena porsi pendidikan

agama yang dianggap kurang. Maka upaya dari program tahfiz Al-Qur'an di sekolah mendapat sambutan antusias dan bisa menjadi salah satu solusinya. Dengan program ini diharapkan murid mampu mencapai pemahaman yang komprehensif. Selain mampu membaca Al-Qur'an, juga mendapatkan pelatihan menghafal ayat-ayat Al-Qur'an, melatih dan membentuk ingatan yang kuat, dan dalam implementasinya Al-Qur'an dapat menjadi bekal dan panduan hidup mereka kelak [15].

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan sekolah, guru, murid dan orang tua murid, serta diperkuat dengan pengamatan di sekolah bahwa program unggulan yang menjadi ikon atau penentu utama adalah Tahfiz Al-Qur'an 30 Juz Akselerasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa program unggulan tahfiz menjadi identitas utama sekolah dan menjadi deferensiasi yang membedakan dengan sekolah lain. Pimpinan menjelaskan bahwa penyusunan kurikulum tahfiz dilakukan dengan tim tahfiz yang sudah berpengalaman dan tersertifikasi. Berdasarkan dokumentasi yang ada Tim Tahfiz menyiapkan dokumen yang berisi, perencanaan program, pelaksanaan dan pencapaian program, pengawasan (evaluasi) dan tindakan, yaitu mengambil tindakan korektif untuk memperbaiki proses berdasarkan hasil evaluasi. Program ini tidak hanya berfokus pada kemampuan hafalan, tetapi juga berhasil membuahkan perubahan signifikan dalam perkembangan spiritual, pembentukan karakter dan kemampuan dalam mengelola waktu secara lebih efisien, karena harus membagi waktu untuk hafalan dan kegiatan akademik lainnya. Tahfiz 30 juz akselerasi sebagai program unggulan yang diproyeksikan sebagai pilar utama membangun brand image pusat pendidikan yang modern, unggul dan berorientasi generasi Qur'ani.

Gambar 1. Grafik Jumlah Murid Hafal Diatas 15 Juz

Program unggulan pendidikan karakter di SIT Insan Kamil Sidoarjo memiliki tujuan untuk membentuk murid yang memiliki kecerdasan spiritual, kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional dan kecerdasan sosial. Dengan program ini diharapkan murid mampu mengembangkan potensinya menjadi orang yang berhati mulia, bertutur kata santun, berpikiran positif dan berperilaku sesuai dengan panduan Al-Qur'an, Al Hadits dan falsafah Pancasila. Berdasarkan analisis melalui wawancara dengan pemimpin sekolah, guru, murid, dan orang tua, program ini memiliki dampak positif terhadap pembentukan karakter murid. Pendidikan karakter di SIT Insan Kamil Sidoarjo mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan kerangka pendidikan karakter yang menekankan integritas, tanggung jawab, disiplin, dan empati terhadap orang lain. Penelitian menunjukkan perubahan positif dalam perilaku dan sikap mereka sehari-hari di sekolah maupun di rumah. Mereka menunjukkan integritas dan kedisiplinan yang lebih tinggi dalam bersegera mengikuti shalat berjamaah di masjid,





menyelesaikan tugas, menjaga kebersihan maupun dalam mengikuti proses pembelajaran. Dengan program ini murid berhasil meningkatkan kerjasama dengan sesama teman yang tampak pada partisipasi mereka dalam proyek bersama dan kerja kelompok dengan sikap santun dan bertanggung jawab. Pendidikan karakter adalah proses pendidikan yang direncanakan dengan matang dan berkelanjutan untuk membentuk murid yang berakhlak mulia, bertanggung jawab, beretika yang tampak dalam sikap, tindak tanduk dan dalam berinteraksi sehari-hari dalam keluarga, sekolah dan masyarakat. Pendidikan karakter memiliki tujuan terbentuknya pribadi yang beraqidah, ibadah yang benar, pribadi yang matang, mandiri cerdas dan berpengetahuan, sehat dan kuat, sungguh-sungguh dan disiplin [18]. Ada tiga peran utama dari pendidikan karakter, pertama, mengeksplorasi dan mengoptimalkan potensi murid agar berpikiran baik, berhati mulia, berperilaku baik sesuai dengan Al-Qur'an, Hadits dan falsafah Pancasila. Kedua, pendidikan karakter berperan untuk memperbaiki dan memperkuat peran keluarga, satuan pendidikan, masyarakat dan pemerintah. Ketiga, pendidikan karakter memiliki peran untuk memilah dan menyeleksi budaya bangsa sendiri dan budaya bangsa lain. Diharapkan murid mampu menyeleksi budaya asing yang tidak sesuai dengan agama dan tidak sesuai dengan karakter bangsa yang memiliki nilai dan martabat [19].

Pendidikan karakter di SIT Insan Kamil Sidoarjo bukan hanya di pembelajaran semata tetapi diintegrasikan dan diimplementasikan melalui budaya sekolah bahkan sudah menjadi identitas yang melekat pada sekolah. Pembelajaran tentang adab ibadah, adab komunikasi, empati sosial, dan tanggung jawab personal diajarkan melalui keteladanan guru, kegiatan harian, serta reward and konsekuensi yang edukatif. Hasil wawancara dengan murid dan diperkuat dengan hasil observasi di sekolah menunjukkan bahwa mereka lebih siap menghadapi tantangan, lebih mudah beradaptasi, memiliki kepekaan terhadap kebutuhan orang lain serta memiliki sikap saling menghormati dan saling menghargai. Program ini berhasil menciptakan lingkungan yang inklusif dimana setiap murid merasa diterima dan dihargai tanpa memandang latar belakang mereka. Wawancara dengan orang tua menunjukkan bahwa pendidikan karakter yang diintegrasikan dalam budaya sekolah dinilai sangat efektif dalam membentuk sikap dan perilaku positif anak-anak mereka. Orang tua menyampaikan bahwa anak-anak mereka menjadi lebih bertanggung jawab dan disiplin dalam menjalankan kewajiban sehari-hari dan menyelesaikan tugas-tugasnya. Meningkatnya persepsi orang tua terhadap program pendidikan karakter yang dibuktikan dengan akhlak dan adab murid, pada gilirannya akan memperkuat brand sekolah sebagai lembaga pendidikan yang memiliki integritas, aman, nyaman, dan sehat secara sosial.

Pendidikan karakter dirancang sebagai upaya mendorong murid agar tumbuh dan berkembang dengan kompetensi berpikir dan memegang prinsip-prinsip moral dalam hidupnya serta memiliki tanggung jawab melakukan yang benar meskipun menghadapi banyak tantangan. Karena itu penekanan pendidikan karakter tidak terbatas pada transfer ilmu semata tetapi melewati proses

pembinaan yang panjang dan konsisten agar nilai-nilai kebaikan tertanam dan menyatu dalam totalitas pikiran dan perilaku [19]. Dari hasil pendidikan karakter di SIT Insan Kamil Sidoarjo yang dirasakan oleh para orang tua berdampak pada meningkatnya jumlah calon murid yang mendaftar di setiap tahun ajaran baru pada 3 tahun terakhir. Berikut grafik pertumbuhan pada 3 tahun terakhir:

Gambar 2. Grafik Pertumbuhan Pendaftar PPDB

Hasil wawancara dengan kepala sekolah, bahwa konsep kepemimpinan di SIT Insan Kamil Sidoarjo dikembangkan mengacu pada nilai-nilai Islam, pemberdayaan murid, dan pembelajaran berbasis pengalaman nyata. Inti dari nilai kepemimpinan yang dikembangkan meliputi integritas, kemampuan komunikasi, tanggung jawab, kemampuan mengambil keputusan, kepercayaan diri dan kerja sama. Implementasi program dilakukan dalam tiga ranah utama, yaitu pembelajaran kelas terintegrasi dalam kurikulum, kegiatan berbasis proyek, praktik langsung di lingkungan sekolah dan pembiasaan melalui keteladanan. Data penelitian menunjukkan bahwa murid mempraktikkan kemampuan memimpin melalui kegiatan rutin, seperti berbaris pagi sebelum masuk kelas, tugas piket kelas dan penugasan kelompok (membuat makalah dan presentasi karya). Selain diimplementasikan melalui pembelajaran kelas, program leadership juga diperkuat dengan outdoor learning seperti Sisters School to Malaysia, OSIS, Latihan Dasar Kepemimpinan Murid (LDKS), Wisata Belajar Terintegrasi Banyuwangi dan Pramuka. Hasil observasi menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan kesempatan yang bermakna kepada murid untuk bisa mencari solusi ketika mendapatkan masalah atau tantangan, mengarahkan tim, dan meningkatkan rasa percaya diri. Guru berperan sebagai fasilitator memberikan umpan balik yang konstruktif kepada murid agar bisa melakukan refleksi dan perbaikan diri untuk meningkatkan proses belajar. Wawancara dengan murid, menunjukkan bahwa murid sangat antusias dengan program kepemimpinan ini. Mereka mengakui dengan kegiatan ini mereka menjadi percaya diri, memiliki pengalaman bekerjasama dan bertukar pikiran sesama teman dengan lapang dada dan terbuka. Khususnya program Sisters Shcool to Malaysia, mereka mengaku sangat bangga bersekolah di Insan Kamil karena banyak mendapat pengalaman melakukan perjalanan ke luar negeri, dari tahap awal hingga akhir dapat diselesaikan secara mandiri dan penuh tanggung jawab.

Keberlangsungan program ini didukung oleh sinergi antara pihak sekolah, guru, murid dan orang tua. Hasil wawancara menunjukkan bahwa orang tua murid dilibatkan dalam komunikasi berkala, sosialisasi program, kegiatan kolaboratif parenting serta pendampingan karakter di rumah. Kolaborasi ini memberi dampak pembelajaran yang kuat, karena nilai-nilai kepemimpinan dipraktikkan di lingkungan rumah dan sekolah. Sebagian besar orang tua mengakui bahwa

program leadership membawa pengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku anak, diantaranya anak terbiasa membuat daftar prioritas saat menyelesaikan pekerjaan rumah atau tugas sekolah, yang sebelumnya tidak pernah dilakukan. Orang tua menilai bahwa pendekatan sekolah yang menitikberatkan pada nilai-nilai Islam menjadi pembeda utama dari program kepemimpinan di sekolah lain.

Kepemimpinan dimulai dari lingkungan terkecil yaitu diri sendiri, jika seseorang ingin berhasil memimpin orang lain maka dia harus mampu terlebih dahulu memimpin dirinya sendiri. Nabi Muhammad SAW telah memberi teladan bagaimana memimpin diri sendiri, beliau mengatakan, “ibda’ bi nafsik!” mulai dari diri sendiri!. Kesuksesan dalam memimpin diri sendiri dan mengatasi berbagai rintangan dalam memimpin diri sendiri akan membuka lebar akses jalan kesuksesan dalam kepemimpinan yang melibatkan orang lain [20].

Program unggulan leadership di SIT Insan Kamil Sidoarjo lahir dari kebutuhan sekolah untuk membentuk karakter kepemimpinan murid sejak dini. Penelitian menunjukkan bahwa pemimpin tidak dilahirkan, mereka dibentuk melalui tantangan, dedikasi dan pengalaman. Mereka tidak hanya memerintah, tetapi juga menginspirasi dan memberdayakan orang lain untuk mencapai potensi terbaiknya. Sehingga karakter dan ketrampilan adalah kunci bagi seorang pemimpin agar efektif dan sukses dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Menjadi pemimpin yang tangguh di masa yang akan datang dibutuhkan latihan sejak dini. Karena itu pelatihan leadership di sekolah menjadi sangat urgen untuk dipersiapkan dan dirancang dengan matang. Program unggulan leadership memiliki beberapa manfaat, diantaranya, membentuk skill dan karakter. Leadership membantu membangun karakter sekaligus melatih ketrampilan seseorang. Murid akan menjadi kuat dan tangguh di masa yang akan datang bila sejak sekolah sudah ditempa dengan kegiatan-kegiatan kepemimpinan dan pengalaman nyata di sekolah. Berlatih langsung berorganisasi di sekolah (OSIS) adalah implementasi leadership. Mereka secara nyata mempraktekkan leadership dengan belajar mengambil peran, memecahkan masalah, mengelola tim dan bekerjasama mencapai tujuan. Disamping itu mereka juga berlatih untuk membangun kepercayaan diri. Murid yang sudah terlatih memimpin di sekolah akan terbiasa memegang tanggung jawab, berani menghadapi tantangan dan berani mengambil keputusan [21]. Hasil wawancara dengan pimpinan sekolah diperkuat dengan hasil observasi menunjukkan bahwa program unggulan entrepreneurship di SIT Insan kamil Sidoarjo didesain sebagai bagian dari upaya sekolah untuk menumbuhkan jiwa kemandirian, tanggung jawab serta kreatifitas murid. Program ini tidak saja dimaknai sebagai pembelajaran tentang kegiatan jual beli, tetapi sebagai proses pendidikan karakter yang melatih pola pikir wirausaha berbasis nilai-nilai Islam, yaitu kerja keras, kejujuran, keberanian mengambil resiko terukur dan tata cara bermuamalah yang Islami. Karena itu orientasi program bukan hanya sekedar meningkatkan keterampilan ekonomi, melainkan pembentukan karakter dan mindset kewirausahaan sejak usia sekolah. Implementasi program entrepreneurship dilakukan secara bertahap sesuai dengan kelas murid dan

dijalankan melalui kegiatan praktik lapangan, seperti Business Day, Business Digital, dan kegiatan murid magang ke pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di wilayah Sidoarjo. Hasil observasi menunjukkan bahwa kegiatan praktek menjadi komponen paling kuat pengaruhnya dalam pengembangan keterampilan entrepreneurship murid karena memberi ruang dan kesempatan bagi mereka untuk mengalami proses riil transaksi, interaksi dengan pembeli dan menghitung serta mengelola keuntungan dan kerugian.

Dalam implementasinya sekolah juga mengintegrasikan teknologi digital untuk memperkuat program entrepreneurship. Murid sudah diperkenalkan tentang strategi pemasaran berbasis poster digital, katalog daring, iklan Tiktok, flyer digital, IG dan lain-lain. Pengembangan ini menunjukkan ke arah penguatan program menuju digital entrepreneurship mindset yang sesuai dengan kebutuhan era generasi Z. Guru dan orang tua menyambut positif program ini karena sangat relevan untuk mempersiapkan murid menghadapi digitalisasi ekonomi.

Program kewirausahaan di SIT Insan Kamil dirancang untuk memberikan pengalaman nyata kepada murid agar mampu beradaptasi dan mampu mengatasi kesulitan hidup di masa depan, sekaligus program ini membangun citra sekolah Islam yang modern. Pendidikan kewirausahaan ini menumbuhkan growth mindset dan inisiatif murid, sehingga menjadi nilai jual kompetitif lembaga pendidikan. Evaluasi program entrepreneurship dilaksanakan melalui penilaian autentik yang mencakup tiga aspek, yaitu: penilaian proses, penilaian produk dan penilaian karakter wirausaha. Penilaian proses mencakup kreatifitas, kemampuan murid dalam bekerja sama dan inisiatif. Penilaian produk dilaksanakan terhadap hasil karya atau produk barang yang dihasilkan dalam kegiatan praktik. Sedangkan penilaian karakter meliputi aspek akhlak dalam berbisnis, tanggung jawab, manajemen emosi dan ketepatan waktu. Sistem evaluasi ini memudahkan guru menilai proses perkembangan yang dilalui murid secara menyeluruh dari awal dan tidak hanya memberi penilaian berdasarkan hasil akhir saja.

Wawancara dengan para guru dan murid memberikan bukti bahwa program ini telah memberikan dampak pada perubahan perilaku murid untuk menjadi lebih mandiri dan percaya diri dalam berbicara di depan umum. Murid yang sebelumnya tidak memiliki kepercayaan diri untuk berbicara sekarang memiliki keberanian untuk menawarkan produk dan bernegosiasi dengan pembeli. Selain itu, murid telah melatih diri mereka dalam memecahkan masalah ketika menyesuaikan harga, menghadapi penolakan dari pembeli, dan menghitung modal. Semua ini menjadi indikator terbentuknya mental wirausaha pada diri murid [22].

Persepsi Stakeholder

Persepsi stakeholder khususnya para pimpinan dan guru memandang bahwa brand image SIT Insan Kamil Sidoarjo sangat kuat karena memiliki kemampuan menyelenggarakan Pendidikan Islam Terpadu berbasis agama dan karakter. Mereka berpendapat bahwa reputasi sekolah dipengaruhi secara kuat oleh program unggulan tahfiz Al-Qur'an 30 juz, program pendidikan karakter,



program leadership dan program entrepreneur. Identitas sekolah tidak hanya fokus pada pencapaian akademik, tetapi juga fokus pada pembentukan akhlak mulia, kemandirian murid, sehingga menumbuhkan loyalitas yang tinggi pada lembaga.

Orang tua murid memberikan persepsi yang positif dan penilaian yang baik terhadap brand image SIT Insan Kamil Sidoarjo, karena sudah merasakan manfaat langsung perkembangan dan perubahan positif yang dialami putra putri mereka. Mereka menilai bahwa sekolah mampu menggabungkan pendidikan Islam modern yang kuat, menjadikan anak-anak berkarakter kuat, santun, dan memiliki kemampuan membaca dan menghafal Al-Qur'an dengan baik. Sehingga mereka yakin bahwa SIT Insan Kamil Sidoarjo menjadi tempat belajar yang tepat untuk menyiapkan masa depan putra putri mereka. Hal ini didukung dengan data dalam tabel tingkat kepuasan orang tua murid.

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Orang tua Murid

No. Tahun Ajaran Jumlah Responden Total kepuasan (%)

1 2024-2025 879 98,3

2 2023-2024 556 98,8

3 2022-2023 471 85,9

Sinergi tahfiz, karakter, leadership, dan entrepreneurship menjadikan brand sekolah seimbang antara religiusitas dan kompetensi masa depan. Posisi ini menjadi keunggulan kompetitif kuat di tengah fenomena meningkatnya kebutuhan orang tua terhadap sekolah Islam modern yang tidak hanya fokus pada agama, tetapi juga soft skills. Dengan demikian, SIT Insan Kamil Sidoarjo berhasil membangun brand positioning yang jelas: "Sekolah Islam yang menyiapkan generasi Qur'ani, berkarakter, berdaya saing global, dan siap memimpin masa depan."

Strategi Membangun Brand image.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi juga diartikan sebagai program jangka panjang yang menyeluruh untuk mencapai sasaran tertentu dengan tahapan yang terarah, terukur, untuk mengatasi kelemahan, memaksimalkan kekuatan internal guna mempertahankan kemampuan bersaing. Keberhasilan lembaga pendidikan dalam mencapai tujuan dan mampu mempertahankan keunggulan dalam berkompetisi banyak dipengaruhi oleh strategi branding yang tepat. Dalam praktiknya strategi branding lahir karena adanya kebutuhan, tantangan serta peluang yang dihadapi lembaga pendidikan. Dengan demikian strategi dapat digunakan sebagai pedoman untuk menentukan tindakan yang akan dilakukan dengan cara terintegrasi agar rencana program dapat diimplementasikan dengan benar sesuai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya [23].

Brand image sekolah adalah hubungan/asosiasi merek sebuah sekolah yang melekat dan terbentuk di benak masyarakat sebagai konsumen pendidikan.



Brand image merupakan kesan, perasaan atau citra yang merupakan hasil persepsi dari konsumen lembaga pendidikan perihal semua atribut yang melekat pada lembaga pendidikan atau sekolah tersebut. Brand image tidak bisa terbentuk dengan sendirinya dalam waktu yang singkat. Karena itu sekolah harus mampu menunjukkan kesan positif dan berupaya untuk memunculkan keunggulan yang kompetitif, keunikan program kegiatan, dan prestasi akademik, sehingga dapat memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat [23].

Pembentukan citra positif sebuah sekolah adalah proses yang tidak bisa berlangsung instan juga bukan pekerjaan insidental, melainkan membutuhkan waktu yang panjang, konsistensi, serta strategi yang terencana dengan matang. Hal ini dikarenakan adanya berbagai unsur yang berperan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap sekolah tersebut. Unsur-unsur yang mempengaruhi meliputi reputasi akademik, kualitas sarana dan prasarana, tampilan fisik sekolah, besaran biaya pendidikan, lokasi institusi, peluang karir, aktivitas sosial yang dilakukan dan relevansi program-program unggulan yang ditawarkan sekolah. Keseluruhan unsur tersebut baik langsung maupun tidak langsung berkontribusi membentuk brand image sekolah di mata publik. Oleh karena itu, manajemen sekolah perlu memberikan perhatian serius terhadap aspek-aspek tersebut melalui pengelolaan yang profesional, berkesinambungan, dan berbasis evaluasi. Upaya ini perlu dilakukan agar sekolah mampu meningkatkan kepercayaan publik dan daya saing yang semakin kompetitif [24].

Image tentang sekolah dibentuk melalui kesan (impresi) yang membentuk sikap mental seseorang dari kesan yang dirasakan terhadap kualitas suatu lembaga pendidikan. Kualitas lembaga pendidikan yang sangat menonjol dalam prestasi, karakter dan akhlak mulia murid dan ketrampilan yang dibutuhkan abad 21, hal ini adalah kepuasan tersendiri sehingga menjadikan masyarakat untuk mempercayai dan mengambil tindakan untuk sebuah keputusan [25].

Berdasarkan hasil observasi di sekolah, strategi membangun brand image melalui program unggulan di SIT Insan Kamil Sidoarjo diimplementasikan melalui perencanaan dan pengembangan kurikulum yang terstruktur, terukur, konsisten, juga berfokus pada diferensiasi keunggulan sekolah. Program Tahfiz Al-Qur'an 30 juz akselerasi, pendidikan karakter, leadership dan entrepreneur bukan hanya dijalankan sebagai rutinitas kegiatan tetapi didesain sebagai sistem pembelajaran terpadu yang direncanakan secara terstruktur dan inovatif, diimplementasikan secara konsisten dengan pendampingan guru yang memiliki kompetensi sesuai bidangnya, serta dilakukan evaluasi secara berkelanjutan dengan indikator capaian yang terukur. Kegiatan unggulan terlaksana sesuai desain dan tujuan program, serta menunjukkan pengaruh positif terhadap perkembangan murid. Keberhasilan ini juga berpengaruh pada meningkatnya kepercayaan stakeholder terhadap kualitas penyelenggaraan pendidikan.

Strategi optimalisasi pelaksanaan program unggulan, selain dilakukan penguatan implementasi di sekolah sebagai budaya sehari-hari semua guru dan murid, juga dikomunikasikan kepada orang tua, publik, tentang proses dan hasil program unggulan melalui media sosial, event sekolah serta aktifitas yang

bersentuhan dengan masyarakat dan kehumasan, sehingga orang tua dan masyarakat luas dapat melihat secara nyata pengaruh program unggulan terhadap prestasi akademik dan karakter/akhlak murid. Dengan perpaduan antara mutu pelaksanaan program unggulan dan strategi komunikasi yang agile dan tepat sasaran, SIT Insan Kamil Sidoarjo mampu mendongkrak kepercayaan stakeholder serta memperkuat brand image sebagai sekolah Islam modern yang unggul dalam prestasi akademik, pembentukan akhlak dan kompetensi abad 21.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu, bahwa brand image yang baik suatu sekolah merupakan aset yang sangat berharga, karena memberikan pengaruh pada persepsi masyarakat akan kualitas layanan pendidikan juga merupakan strategi untuk mampu bersaing dengan kompetitor. Strategi branding dibangun agar memiliki deferensiasi dengan sekolah lain, dapat diterima masyarakat serta mampu bertahan di setiap masa [23].

IV. Simpulan

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa program unggulan utama yang menjadi fokus dalam memperkuat brand image sekolah adalah program Tahfiz Al-Qur'an 30 juz akselerasi, yang berperan sebagai identitas dan pembeda utama sekolah dibandingkan lembaga lain, didukung oleh program pendidikan karakter, leadership, dan entrepreneurship sebagai penguat kompetensi murid secara menyeluruh. Sementara itu, persepsi stakeholder—meliputi pimpinan sekolah, guru, murid, dan orang tua—cenderung sangat positif, karena mereka menilai program unggulan tersebut mampu menghasilkan lulusan yang religius, berakhlak, mandiri, dan memiliki keterampilan masa depan, sehingga meningkatkan kepercayaan, kepuasan, serta loyalitas terhadap sekolah dan memperkuat citra positif di masyarakat.

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 – Swara Pendidikan,” *Online Swara 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](https://doi.org/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](https://doi.org/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]B. Budiayatmo and A. Iriani, “Magister Manajemen Pendidikan FKIP Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Murid,” *Manaj. Pendidik.*, vol. 9, no. 2, pp. 238–252, 2022.
- [12]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](https://doi.org/10.57096/lentera.v2i3.100).
- [13]M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldana, *Qualitative Data Analysis: AMethods Sourcebook*, 3rd ed. Sage, 2014.
- [14]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [15]M. Firmansyah, Rahwan, and N. Kholis, “Program Unggulan Tahfiz Al-Qur’an: Inovasi Kepala Sekolah Sekolah Dasar Swasta Untuk Mencetak Murid Hafidz-Hafidzah,” *J. Manaj. Pendidik. Islam*, pp. 327–342, 2023, doi: [10.30868/im.v7i01.6072](https://doi.org/10.30868/im.v7i01.6072).
- [16]M. H. Abdillah, “Penerapan Program Unggulan dalam Menanamkan Nilai-Nilai Religius Murid di MTS Muhammadiyah 1 Malang dan MAN 2 Kota Malang,” *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 2024.
- [17]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.
- [18]371 TIM s, *Standar Mutu Kekhasan Sekolah Islam Terpadu*, 5th ed. Depok:

JSIT Indonesia, 2023.

[19]Zubaidi, Desain Pendidikan Karakter Konsepsi dan Aplikasinya dalam Lembaga Pendidikan, 4th ed. Jakarta: Kencana, 2015.

[20]M. Syafii Antonio, Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager. Jakarta: ProLM Centre, 2007.

[21]Bivisyani, "Pentingkah Program Leadership?," 26 Sep 2025. [Online]. Available: <https://www.jurnal.id/id/blog/pentingnya-program-leadership-bagi-murid/>

[22]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.

[23]M. Fathul and T. Saptiningsih, School Branding: Strategi di Era Disruptif, 1st ed. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2020.

[24]U. N. Khasanah, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Brand Image di Al-Maahira IIBS Malang," Thesis, 2024.

[25]M. Munir, "Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan," J. Manaj. Pendidik. Islam, vol. 5, no. 2, 2022.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.