

# Optimalisasi Brand Image sebagai Manajemen Pemasaran Sekolah Swasta Islam

Oleh:

Qurnia A'yuni (238610800042)

Dosen Pembimbing: Dr. Imam Fauji, Lc., MA.

Progam Studi Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April, 2025



# Pendahuluan

Seiring dengan meningkatnya persaingan di antara lembaga pendidikan, baik negeri maupun swasta, sekolah-sekolah dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus terus meningkatkan kemampuan untuk bersaing. Salah satu strategi adalah dengan cara memberi *merk atau branding school* lembaga pendidikan tersebut. SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida, menunjukkan bahwa di sekolah tersebut masih bisa dikatakan sekolah baru berdiri. Namun mempunyai daya saing yang cukup tinggi dengan sekolah lain di sekitar. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah peserta didik setiap tahunnya bahkan di tahun yang ke-tujuh sudah mencapai 422 peserta didik.

# Rumusan Masalah & Tujuan Penelitian

## **Rumusan Masalah:**

1. Menganalisis optimalisasi brand image sebagai manajemen pemasaran SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida?
2. Bagaimana dampak dari optimalisasi brand image terhadap SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida?

## **Tujuan Penelitian:**

Menganalisis optimalisasi brand image sebagai manajemen pemasaran beserta dampaknya terhadap sekolah

# Metode

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana sekolah mengoptimalkan brand image berbasis nilai-nilai Islam sebagai manajemen pemasaran guna meningkatkan daya saing dan kepercayaan masyarakat. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana.

# Hasil dan Pembahasan

## 1. Akreditasi Unggul

Perencanaan

Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pendidikan, SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida merancang strategi yang berfokus pada akreditasi sekolah sebagai daya tarik utama bagi calon peserta didik dan orang tua.

Pengorganisasian



# Hasil dan Pembahasan

## Pelaksanaan

- Melakukan benchmarking dengan sekolah unggul di Jawa Timur
- Branding dokumentasi akreditasi A ditampilkan secara strategis di halaman utama Instagram sekolah, brosur penerimaan siswa baru, serta spanduk yang dipasang di depan gedung sekolah.
- Mengunggah testimoni walimurid ke platform digital.

## Pengendalian

- Mengawasi secara berkala untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan berjalan baik dan memberikan dampak positif.
- Tim branding dan marketing secara rutin memantau performa promosi, termasuk jumlah interaksi dan jangkauan media sosial, serta jumlah pendaftar baru setiap tahun.
- Mengevaluasi efektivitas kurikulum yang telah diterapkan dengan mengukur perkembangan akademik dan karakter peserta didik berdasarkan standar akreditasi.

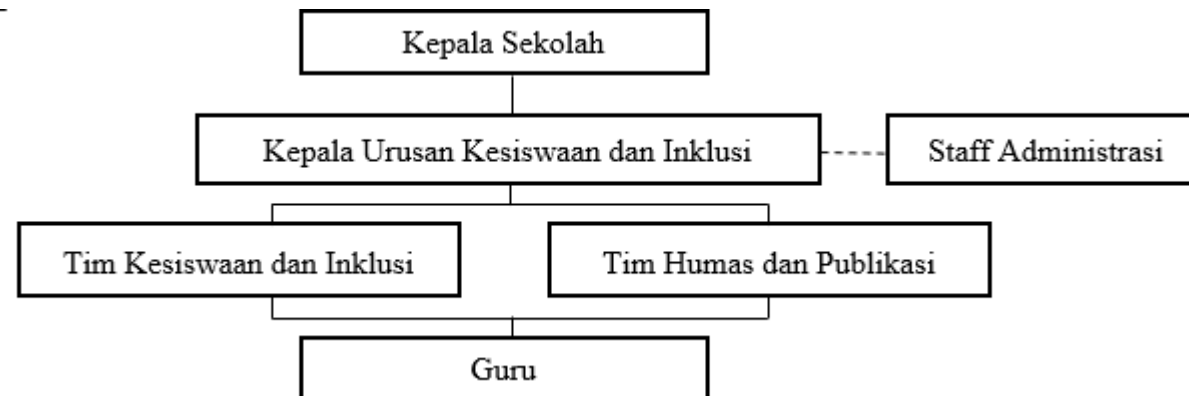
# Hasil dan Pembahasan

## 2. Sekolah Inklusi

Perencanaan

Mengadakan pelatihan bagi tenaga pendidik mengenai metode pembelajaran inklusif. Juga merencanakan program potret prestasi PDPD. Publikasi kisah sukses ini dirancang agar dapat diunggah ke media sosial.

Pengorganisasian



# Hasil dan Pembahasan

## Pelaksanaan

- Dalam pelatihan guru dibekali dalam penyusunan Program Pembelajaran Individual (PPI) dengan melibatkan guru kelas dan Guru Pendamping Khusus (GPK).
- Mengapresiasi prestasi Peserta Didik Penyandang Disabilitas (PDPD) melalui program Potret Prestasi PDPD dengan mendokumentasikan dan diunggsh di berbagai platform sosial media.

## Pengendalian

- Monitoring perkembangan PDPD
- Melakukan survei kepada orang tua dan tenaga pendidik untuk mendapatkan umpan balik
- Menganalisis dampak publikasi di media sosial dengan melihat jumlah interaksi, komentar positif, dan dampak nyata dari publikasi kisah sukses PDPD.

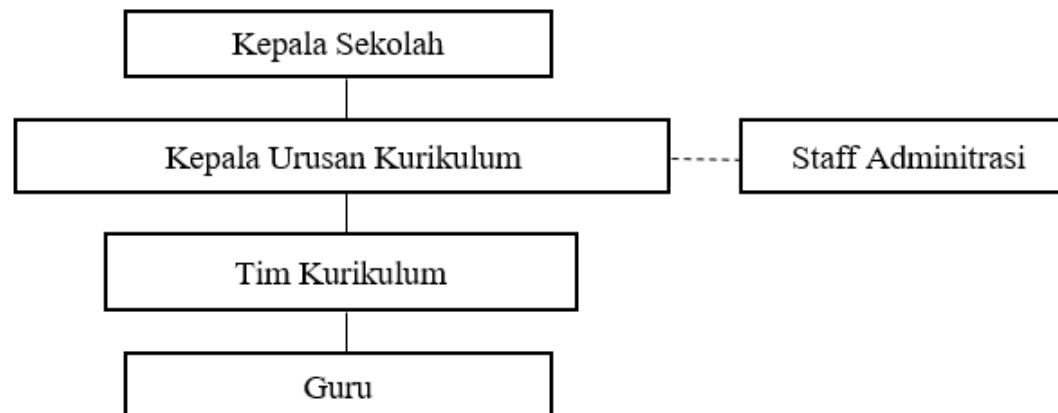
# Hasil dan Pembahasan

## 3. Pembentukan Karakter Islami

Perencanaan

Pembentukan karakter peserta didik melalui pembiasaan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun). Program lainnya yang dirancang adalah program harian "Satu Jam Mengaji". Melibatkan orang tua dalam proses pembentukan karakter melalui seminar parenting. Agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, Kepala SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida merencanakan program "primitive values". merancang sistem penghargaan berbasis karakter yakni "Rapot Karakter" untuk memotivasi peserta didik agar terus mengembangkan sikap positif dan bertanggung jawab.

Pengorganisasian



# Hasil dan Pembahasan

## Pelaksanaan

- Guru SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida melaksanakan program 5S setiap pagi dengan cara sambut siswa di halaman sekolah
- Program “Satu Jam Mengaji” menjadi bagian dari rutinitas harian peserta didik
- Seminar parenting dilaksanakan setiap 6 bulan sekali
- Program “primitive value“ telah dilakukan di Kebun Raya Purwodadi.
- Menerapkan “Rapot Karakter” yang diberikan setiap tiga bulan sekali untuk menilai serta mengapresiasi perkembangan karakter peserta didik.

## Pengendalian

- Mengawasi jadwal pembagian tugas guru dalam pembiasaan 5S
- Tim kurikulum memonitoring pelaksanaan “Satu Jam Mengaji” yang melibatkan wali kelas dalam mengamati perkembangan peserta didik
- Evaluasi efektivitas seminar parenting dan “primitive value“ melalui survei dan diskusi dengan orang tua
- Analisis perkembangan karakter peserta didik juga menjadi bagian penting dalam controlling dilakukan berdasarkan Rapot Karakter yang dibagikan setiap tiga bulan sekali

# Hasil dan Pembahasan

## 4. Circular School

Perencanaan

Optimalisasi konsep Circular School melalui program “Ubah Sampah Jadi Manfaat”. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta didik terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, menanamkan nilai tanggung jawab sosial dengan melibatkan mereka dalam praktik pengelolaan sampah, serta mengoptimalkan efisiensi pemanfaatan sumber daya di lingkungan sekolah.

Pengorganisasian



# Hasil dan Pembahasan

## Pelaksanaan

Program “Ubah Sampah Jadi Manfaat” diterapkan secara aktif di lingkungan sekolah. Peserta didik secara rutin mengumpulkan botol plastik dan menyetorkannya ke bank sampah yang telah bekerja sama dengan sekolah.

## Pengendalian

Memonitoring tingkat partisipasi peserta didik melalui jumlah botol plastik yang dikumpulkan setiap bulan. Selain itu, survei kepada siswa dan orang tua dilakukan untuk mengukur dampak program terhadap kesadaran lingkungan di sekolah maupun di rumah.

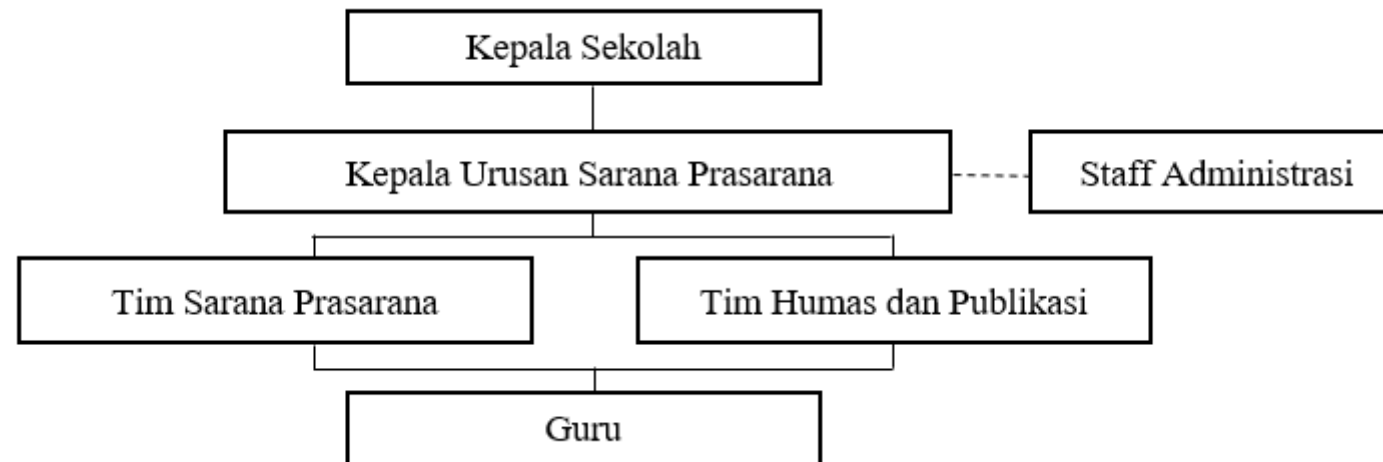
# Hasil dan Pembahasan

## 5. Sarana Prasarana

Perencanaan

Optimalisasi brand image melalui pemeliharaan dan pengembangan fasilitas sekolah serta memperkenalkannya kepada masyarakat luas melalui berbagai program dan strategi branding. Salah satu program yang direncanakan adalah Trial Class dan Festival Lomba sebagai peringatan Milad SD Muhammadiyah 1 Candi Labschool Umsida untuk peserta didik TK

Pengorganisasian



# Hasil dan Pembahasan

## Pelaksanaan

- Trial Class untuk peserta didik TK diadakan satu kali dalam satu semester dan diikuti oleh peserta didik dari berbagai TK di Kabupaten Sidoarjo.
- Festival Lomba sebagai peringatan Milad SD Muhammadiyah Labschool Umsida ini telah diikuti sebanyak 194 peserta didik yang terdiri dari TK A dan TK B. Dokumentasi acara dalam bentuk foto dan video juga diunggah ke berbagai platform digital untuk memperkuat branding sekolah sebagai institusi pendidikan yang inovatif

## Pengendalian

- pengecekan rutin terhadap kondisi infrastruktur sekolah untuk memastikan bahwa semua fasilitas tetap dalam kondisi baik
- Evaluasi efektivitas Trial Class dan Festival Lomba dilakukan melalui survei dan wawancara dengan peserta dan orang tua untuk mengukur pengalaman mereka selama mengikuti kegiatan

# Hasil dan Pembahasan

## Dampak Optimalisasi Brand Image



# Kesimpulan

Strategi optimalisasi brand image: melalui akreditasi, inklusi, karakter Islami, circular school, dan sarana prasarana.

Dampak terhadap sekolah:  
Meningkatkan jumlah peserta didik,  
Meningkatkan kepercayaan wali.

# Referensi

- M. Munir and M. Toha, “Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan,” *Intizam J. Manajemen Pendidik. Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 23–41, 2022.
- [2] A. N. Khoirullah and Hafidz, “Strategi Branding Image Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Mts Negeri 4 Pedan,” *J. PAI Raden Fatah*, vol. 5, no. 4, pp. 785–800, 2023, doi: 10.19109/pairf.v5i4.
- [3] Maisah, Sofwatillah, M. MY, and S. Putra, “Penerapan 7 P sebagai Strategic Pemasaran Pendidikan Islam SMP,” *J. Educ. Res.*, vol. 5, no. 4, pp. 6335–6345, 2024.
- [4] M. F. Agustina, Y. Riyanto, and E. Roesminingsih, “Strategi Bauran Pemasaran 7P sebagai Upaya Meningkatkan Animo Masyarakat dalam Memilih Sekolah,” *JiIP - J. Ilm. Ilmu Pendidik.*, vol. 7, no. 12, pp. 13591–13598, 2024.
- [5] S. Anggraeni and K. H. Putri, “Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah,” *Promis*, vol. 3, no. 2, pp. 163–181, 2022.
- [6] N. H. Abadi and H. Hidayatulloh, “Using Marketing Mix and Brand Image As Marketing Strategy for Islamic Educational Institutions,” *KnE Soc. Sci.*, vol. 2022, pp. 339–349, 2022, doi: 10.18502/kss.v7i10.11236.
- [7] D. L. Putri and A. Aznuriyandi, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Bimbingan Belajar Pada Lembaga Pendidikan Ganesha Operation Di Pekanbaru,” *J. Daya Saing*, vol. 5, no. 3, pp. 234–238, 2019, doi: 10.35446/dayasaing.v5i3.395.
- [8] Wahab, H. Khairiansyah, and Misridah, “Local Wisdom-based Character Values in Millennial Madurese Community: A Study of Molothan Traditions,” *J. Pendidik. Islam*, vol. 9, no. 1, pp. 57–78, 2020, doi: 10.14421/jpi.2020.91.57-77.
- [9] S. Putrianingsih, “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing di MIN 3 Tulungagung,” *J. Pojok Guru*, vol. 2, no. 1, pp. 55–60, 2024.
- [10] R. Rizkiyah, I. Istikomah, and N. Nurdyansyah, “Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions,” *Proc. ICECRS*, vol. 7, pp. 1–7, 2020, doi: 10.21070/icecrs2020366.

# Referensi

- [11] Baryanto and I. Fathurrochman, “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Minat Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Bangka Tengah,” *Edukasi Islam. J. Pendidik. Islam*, vol. 11, no. 2, pp. 727–730, 2022, doi: 10.30868/ei.v11i02.4380.
- [12] J. I. Tofaynudin, “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Johan Faculty of Education Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan,” vol. 4, pp. 389–399, 2023.
- [13] Mustaqim, “Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam : Pondok Pesantren Amsilati Darul Falah Bangsri Jepara,” *Nadwa J. Pendidik. Islam*, vol. 12, no. 1, pp. 117–128, 2018.
- [14] Uliyatul Mukaromah and W. Fadly, “Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Brand Image di MI Al Kautsar Durisawo Ponorogo,” *Excel. J. Islam. Educ. Manag.*, vol. 2, no. 02, pp. 165–174, 2022, doi: 10.21154/excelencia.v2i02.752.
- [15] I. Fauji, G. Permana, D. Setiawan, J. Jahari, and M. Eri Rahadiana, “Analisis Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Total QualityManajemen Di SMP Islam Al I’tishom Karawang,” *Gudang J. Multidisiplin Ilmu*, vol. 2, no. 1, pp. 262–266, 2024.
- [16] E. Fanisyah, Matin, and D. Rahmawati, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Melalui Strategi Branding di SMP Islam Al Falaah Tangerang Selatan,” *Improv. J. Ilm. untuk Peningkatan Mutu Manaj. Pendidik.*, vol. 9, no. 1, pp. 9–23, 2022, doi: 10.21009/improvement.v9i1.26870.
- [17] R. Rusmini, F. Chaniago, and H. Piola, “Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Tsanawiyah,” *Islam. Pedagog. J. Islam. Educ.*, vol. 1, no. 1, pp. 18–28, 2023, doi: 10.52029/ipjie.v1i1.144.
- [18] R. Z. Falah, I. Muchlisin, D. Indriyani, V. Ulyahimawati, and M. M. Bihadil Haq, “Strategi Membangun Brand Image Sekolah Berbasis Pesantren di SMA Syubbanol Wathon Secang Magelang,” *MA’ALIM J. Pendidik. Islam*, vol. 4, no. 2, pp. 145–164, 2023, doi: 10.21154/maalim.v4i2.7447.
- [19] Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif : (Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*, Cet. 1. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [20] Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, no. March. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.

# Referensi

- [21] F. R. Fiantika et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif, Pertama*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- [22] S. Khoirinindyah and I. Rindaningsih, “Exploring the Nexus: Benchmarking and Educational Institution Performance,” *Al-Tanzim J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 7, no. 4, pp. 1237–1247, 2023, doi: 10.33650/al-tanzim.v7i4.6828.
- [23] F. Shohifah, “Pengaruh Akreditasi Terhadap Minat Wali Murid Pada Sekolah Dasar Negeri Di Kabupaten Sidoarjo,” *J. Manaj. Pendidik.*, vol. 1(1), pp. 5–24, 2018, [Online]. Available: [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- [24] N. Izzah, Y. Setianti, and O. Tiara, “Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mewujudkan Sekolah Ramah Anak di Sekolah Inklusi,” *Murhum J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 4, no. 2, pp. 272–284, 2023, doi: 10.37985/murhum.v4i2.236.
- [25] M. Rojii, I. Istikomah, C. N. Aulina, and I. Fauji, “Desain Kurikulum Sekolah Islam Terpadu (Studi Kasus di SMPIT Insan Kamil Sidoarjo),” *Al-Tanzim J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 3, no. 2, pp. 49–60, 2019, doi: 10.33650/al-tanzim.v3i2.667.
- [26] H. J. Prayitno and S. D. Utami, “Integration of Environmental Care Character Education Through Circural School at SDIT Muhammadiyah Al- Kautsar,” vol. VIII, no. September, pp. 117–128, 2023.
- [27] I. Sonia Azizah, M. AM, and N. Sholihah, “Strategi Kepala Madrasah melalui Branding Sekolah dengan Program Riset di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo,” *J. Kependidikan Islam*, vol. 12, no. 1, pp. 91–99, 2022, doi: 10.15642/jkpi.2022.12.1.91-99.
- [28] R. Sumendap, “Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano,” *Aksara J. Ilmu Pendidik. Nonform.*, vol. 7, no. 3, p. 1435, 2021, doi: 10.37905/aksara.7.3.1435-1442.2021.

