

**STRATEGI *SCHOOL BRANDING*  
DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN 01  
*FULL DAY SCHOOL* JEMBER  
TAHUN PELAJARAN 2022/2023**



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ROSIDA DAMAYANTI ACHMAD SIDDIQ  
NIM : 202101030070  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
DESEMBER 2023**

**STRATEGI SCHOOL BRANDING  
DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN 01  
FULL DAY SCHOOL JEMBER  
TAHUN PELAJARAN 2022/2023**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar sarjana Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh:  
**ROSIDA DAMAYANTI**  
**NIM : 202101030070**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
DESEMBER 2023**

**STRATEGI *SCHOOL BRANDING*  
DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN 01  
*FULL DAY SCHOOL* JEMBER  
TAHUN PELAJARAN 2022/2023**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar sarjana Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

**Rosida Damayanti**  
**NIM : 202101030070**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing



**Siti Aminah, M.Pd.**  
**NIP. 198405212015032003**

**STRATEGI *SCHOOL BRANDING*  
DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN 01  
*FULL DAY SCHOOL* JEMBER  
TAHUN PELAJARAN 2022/2023**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Pendidikan (S.Pd) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam


Hari : Kamis

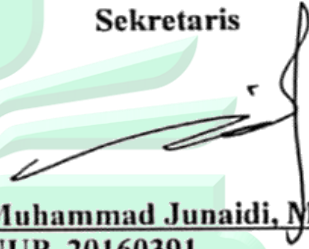
Tanggal : 07 Desember 2023

**Tim Penguji**


**Ketua**

**Sekretaris**

  
Figru Mafar, M.IP.  
NIP. 198407292019031004

  
Muhammad Junaidi, M.Pd.I  
NUP. 20160391

Anggota :

1. Dr. Gunawan, S.Pd.I., M.Pd.I (  )

2. Siti Aminah, M.Pd (  )

Menyetujui,

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



Dr. H. Abdul Muis, S.Ag., M.Si.

NIP. 195508011960031005

## MOTTO

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

“Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.” (QS. Ali Imran [3]:110).\*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

\* Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 85.

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas berkah rahmat serta karunia-Nya, serta shalawat dan salam yang selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah penulis diberikan kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, yang kemudian akan penulis persembahkan kepada:

1. Aba (Buhan) dan Umi (Asyati) yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayangnya kepada saya. Dan ucapan terima kasih yang tiada henti kepada orang tua hebat yang dengan ikhlas mendidik, mendukung dan sekaligus menjadi motivator terbesar saya dalam menempuh pendidikan S1. Semoga kebahagiaan dan keberkahan selalu menyertai beliau.
2. Kakak (Khuzaimatul Rohmania), terima kasih atas dukungannya selama saya menuntut ilmu. Terima kasih atas perjuangannya yang telah memotivasi saya untuk menjadi pribadi yang mandiri.
3. Teruntuk keluarga terima kasih telah mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana strata 1 (S1). Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan ilmu serta nurnya kepada kita semua serta senantiasa memberikan syafaatnya di hari kiamat kelak.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan hingga selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

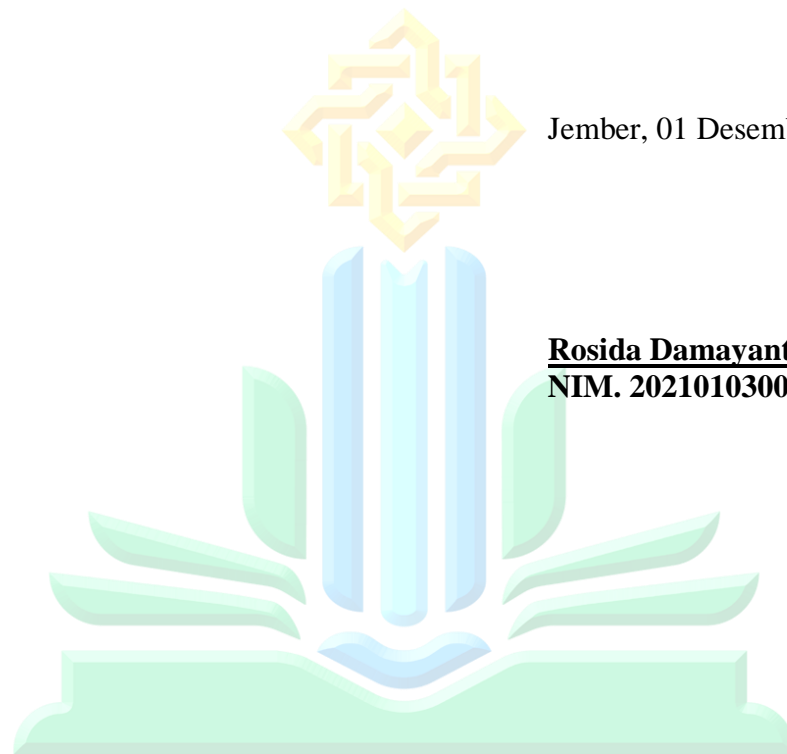
1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Achmad Siddiq Jember yang telah mendukung dan memfasilitasi kami selama proses kegiatan belajar mengajar di lembaga ini.
2. Bapak Dr. H. Abd. Muis, S.Ag., M.Si. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
3. Bapak Nuruddin, M.Pd.I selaku Ketua Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan kesempatan serta fasilitas kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.

4. Bapak Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah meluangkan waktunya untuk menyetujui hasil skripsi yang telah penulis selesaikan.
5. Ibu Siti Aminah, M.Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan juga tenaga untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak Drs. Imam Syafi'i selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dari semester awal hingga semester akhir.
7. Segenap dosen pengajar di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta pengalamannya selama proses perkuliahan.
8. Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M selaku kepala sekolah SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember dan Yayasan Al-Baitul Amien yang telah memberikan izin dan memfasilitasi penulis dalam melakukan penelitian serta menjadi narasumber hingga selesainya skripsi ini.
9. Bapak Maulana Arifianto selaku Ka. Tata Usaha, seluruh guru serta siswa dan juga wali murid SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember yang telah memberikan informasi dan menjadi narasumber dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis sampai terselesainya skripsi ini.

Semoga segala amal yang diberikan oleh Bapak/Ibu kepada penulis mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa



masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu serta teori penelitian yang penulis kuasai. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan juga saran yang membangun terhadap skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan juga bagi pembaca.



Jember, 01 Desember 2023

**Rosida Damayanti**  
**NIM. 202101030070**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Rosida Damayanti, 2023:** *Strategi School Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember Tahun Pelajaran 2022/2023*

**Kata Kunci:** Strategi *School Branding*, Daya Tarik, Sekolah Dasar

Pendidikan saat ini menghadapi persaingan yang ketat antar sekolah untuk menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat dalam mendapatkan peserta didik baru. Hal itu dikarenakan orang tua zaman sekarang lebih selektif dalam memilih sekolah untuk anaknya. Satu upaya yang dapat dilakukan oleh sekolah untuk mempertahankan eksistensinya adalah *school branding*, yaitu upaya sekolah untuk membesarkan nama sekolah di mata masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut. Oleh karena itu strategi *school branding* berperan penting dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru dan memudahkan sekolah mendapatkan loyalitas pelanggan serta membuka peluang sekolah untuk menetapkan harga jual tinggi.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023? 2) Bagaimana dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023. 2) Untuk mendeskripsikan dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan jenis studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data penelitian ini menggunakan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember adalah a) pelatihan tenaga pendidik dan kependidikan, b) membangun sekolah dengan prestasi, c) promosi, dengan memanfaatkan teknologi informasi yaitu media sosial, juga melalui spanduk dan promosi yang berpengaruh yaitu *word of mouth*, d) memberikan pelayanan terbaik, e) pembelajaran aswaja, f) menerapkan pembelajaran al-qur'an, dan g) sarana dan prasarana yang memadai. 2) Dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember yaitu a) kepuasan wali murid, b) sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, c) terbentuknya karakter siswa, d) membludaknya para pendaftar, dan e) kepuasan yang dirasakan oleh siswa ketika bersekolah di SD Al-Baitul Amien 01 Jember.

## DAFTAR ISI

Halaman

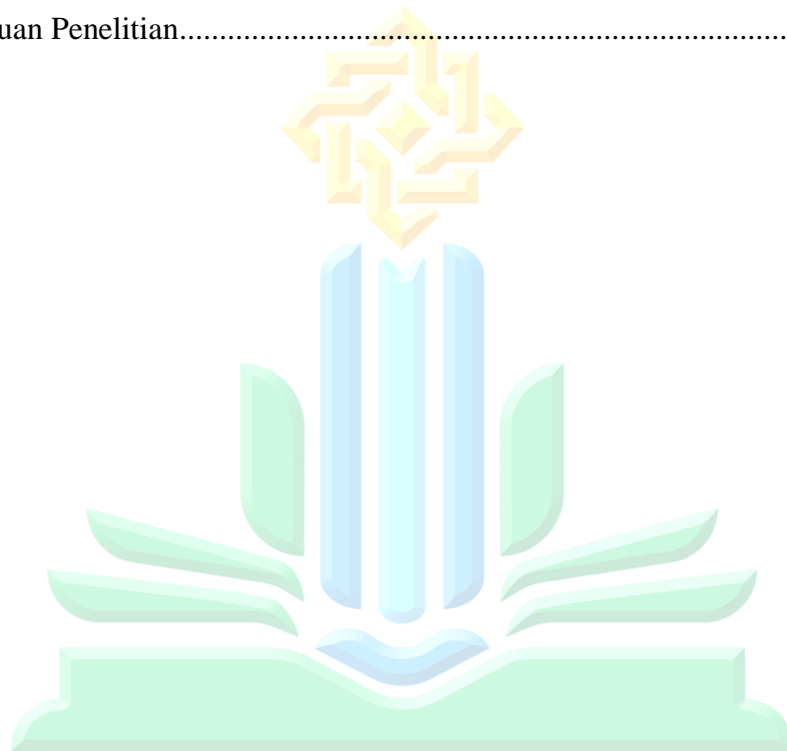
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah .....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	15
B. Kajian Teori.....	25
a. Strategi <i>School Branding</i> .....	25
b. Konsep Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru.....	41

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	50
B. Lokasi Penelitian .....	51
C. Subyek Penelitian .....	51
D. Teknik Pengumpulan Data .....	54
E. Analisis Data.....	57
F. Keabsahan Data .....	59
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	60
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	63
B. Penyajian Data dan Analisis .....	69
C. Pembahasan Temuan .....	105
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>122</b>
A. Simpulan.....	122
B. Saran-Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>127</b>

J E M B E R

## DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	22
4.1	Data Prestasi Siswa .....	76
4.2	Laporan Data Siswa 10 Tahun Terakhir .....	101
4.3	Temuan Penelitian.....	103



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
Gambar 4.1	Pelatihan Al-Qur'an Bagi Guru.....	71
Gambar 4.2	Diklat Standarisasi Guru Al-Qur'an Metode Tilawati Level 2.....	72
Gambar 4.3	Struktur Kurikulum SD Al-Baitul Amien 01 Jember.....	74
Gambar 4.4	Prestasi Siswa di SD Al-Baitul Amien 01 Jember.....	75
Gambar 4.5	Prestasi Siswa di SD Al-Baitul Amien 01 Jember.....	75
Gambar 4.6	Website Al-Baitul Amien.....	78
Gambar 4.7	Publikasi Prestasi Siswa Melalui Instagram.....	79
Gambar 4.8	Undangan Doa Bersama Wali Murid Untuk Anak Didik.....	84
Gambar 4.9	Target Materi Hafalan Juz Amma Kelas 1-6.....	89
Gambar 4.10	Target Materi Hafalan Doa Harian Kelas 1-3.....	89
Gambar 4.11	CCTV di Setiap Kelas.....	90
Gambar 4.12	Sarpras Kelas Untuk Siswa.....	91
Gambar 4.13	Sarpras Kelas Untuk Guru.....	91
Gambar 4.14	Buku Agenda Siswa.....	94
Gambar 4.15	Data Prestasi Harian Al-Qur'an Siswa.....	94
Gambar 4.16	Data Ibadah Harian Siswa.....	97

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Pada saat ini dunia pendidikan dihadapkan pada persaingan yang ketat antar sekolah untuk menarik perhatian serta kepercayaan masyarakat dalam mendapatkan peserta didik baru. Hal itu terjadi karena di zaman sekarang orang tua lebih selektif dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka. Fenomena yang terjadi saat ini yaitu ada sekolah namun kurang murid dan ada sekolah yang kelebihan murid sampai menolak calon siswa. Ada sekolah yang peminatnya harus antri mendaftar sebagai peserta didik baru sebelum pendaftaran resmi dibuka, rata-rata sekolah seperti ini memiliki karakter unik dalam pelayanan pendidikan seperti pengembangan akhlak serta menjunjung tinggi kode etik profesi kependidikan. Bahkan juga ada sekolah yang di merger atau digabung dengan sekolah lain karena sekolah tersebut tidak mendapatkan peserta didik baru.

Fenomena lain yaitu sekolah berbasis agama sekarang ini sangat diminati, karena orang tua mulai sadar bahwa anak membutuhkan bekal untuk masa depannya seperti terkait dengan akhlak. Sekolah yang mencetak lulusan dengan fokus prestasi akademik akan banyak kompetitor dan sudah umum, juga ada kemungkinan masyarakat tidak terlalu tertarik karena sebagian besar orang tua ingin membekali karakter anak dengan akhlak yang mulia.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fathul Mujib and Tutik Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif* (Bumi Aksara, 2021), 61.

Banyaknya sekolah pada saat ini sering disebut oleh masyarakat dengan sekolah favorit dan juga non favorit. Masyarakat akan berusaha menyekolahkan anaknya di sekolah yang disebut favorit sehingga sekolah favorit akan menjadi rebutan masyarakat karena mereka ingin anaknya diterima di sekolah yang favorit. Terkadang ada masyarakat yang diduga menggunakan jalan belakang agar anaknya bisa masuk di sekolah yang dianggap favorit, dan bahkan rela mengeluarkan dana yang cukup besar. Hal yang sudah menjadi kebiasaan tersebut menunjukkan bahwa tuntutan masyarakat terhadap pendidikan itu sangat tinggi.<sup>2</sup>

Tahap awal dalam memilih suatu produk adalah kesadaran masyarakat pada suatu brand. Begitu juga pada lembaga pendidikan, tahap awal dari keputusan memilih sekolah adalah kesadaran masyarakat pada suatu *brand* di sekolah. Masyarakat tidak akan memilih sekolah yang nama sekolahnya saja tidak mereka ingat dan tidak mereka ketahui. Maka dari itu penting bagi sekolah untuk memiliki *brand* sehingga sekolah bisa dengan mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat.<sup>3</sup>

Untuk mempertahankan eksistensi lembaga pendidikan, salah satu cara yang bisa dilakukan yaitu dengan *school branding*. *School branding* merupakan upaya yang dilakukan lembaga pendidikan untuk membesarkan nama lembaga pendidikan, dengan begitu pandangan masyarakat terhadap lembaga pendidikan semakin baik sehingga bisa meningkatkan daya tarik

---

<sup>2</sup> Bambang Suwardi Joko et al., "Persepsi Masyarakat Terhadap Sekolah Yang Dianggap Favorit" (Pusat Penelitian Kebijakan, Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan ..., 2020), 4.

<sup>3</sup> Ahmad Juhaidi, "Pemasaran Jasa Pendidikan: Teori Dan Praktik" (CV. Aswaja Pressindo, 2022), 27.



masyarakat untuk menjadikan lembaga pendidikan tersebut sebagai pilihan untuk anaknya bersekolah. Dalam meningkatkan daya tarik masyarakat melalui *school branding* maka lembaga pendidikan juga harus meningkatkan kualitas output, sehingga masyarakat akan memberikan kepercayaan dengan begitu eksistensi lembaga pendidikan dapat terjamin.<sup>4</sup>

Daya tarik adalah kemampuan untuk bisa menarik perhatian target pasar. Untuk membujuk dan mempengaruhi perasaan serta mempertahankan gambaran suatu produk dalam benak konsumen maka menggunakan daya tarik. Kemampuan seseorang dalam menarik seseorang untuk suka pada suatu objek itu disebut dengan daya tarik. Tumbuhnya daya tarik ini karena adanya ciri khas atau keunikan serta adanya kemudahan dalam memakai atau memahami sesuatu.<sup>5</sup>

*School branding* merupakan identitas lembaga pendidikan yang menjadi ciri khas dengan adanya karakter, keunikan, serta keunggulan lembaga pendidikan berdasarkan adanya peluang dan potensi lingkungan serta adanya dukungan dari semua warga sekolah dan juga wali murid. *School branding* ini bisa menjadi daya tarik masyarakat untuk menentukan pilihan pendidikan.<sup>6</sup> Untuk meningkatkan daya tarik dan juga peminat maka strategi *branding* ini adalah suatu hal yang harus diperhatikan.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Mustika, "Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK DR. Soetomo Surabaya," *Jurnal Manajerial Bisnis* 4, no. 1 (2020): 12.

<sup>5</sup> Deklara Nanindya Wardani, Anselmus J E Toenlio, and Agus Wedi, "Daya Tarik Pembelajaran Di Era 21 Dengan Blended Learning," *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 1, no. 1 (2018): 16.

<sup>6</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 50.

<sup>7</sup> Kinanti Resmi Hayati et al., "Strategi Branding Dalam Peningkatan Daya Tarik Sekolah PAUD Di Era New Normal Dengan Aplikasi Comma," *ABIYASA* 2, no. 1 (2022): 7.

Tidak hanya menjual nama dan lokasi lembaga pendidikan, *school branding* ini juga memperlihatkan identitas supaya mudah dikenal dan dibedakan dengan lembaga pendidikan yang lain. Bagi lembaga pendidikan strategi *school branding* ini sangat penting terutama sekolah swasta. Proses dalam pelayanan pendidikan melalui kegiatan pembelajaran, mutu pembelajaran dan juga mutu lulusan, kepuasan belajar serta prestasi siswa ini perlu ditampilkan. Lembaga pendidikan juga perlu memperlihatkan kesan mendalam kepada masyarakat dan juga peserta didik mengenai manfaat bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.<sup>8</sup>

Strategi *school branding* merupakan salah satu faktor penentu berhasil tidaknya suatu sekolah memperkenalkan citra positif sekolahnya sehingga membentuk persepsi dan citra yang baik di kalangan masyarakat. Strategi ini merupakan salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk mengembangkan *brand* sekolah atau citra sekolah di masyarakat. Adapun strategi *school branding* tersebut yaitu: 1) Meningkatkan kerja kepala sekolah, pendidik dan juga tenaga kependidikan. 2) Sekolah juga ikut serta dalam kegiatan lomba sekolah dan siswa. 3) Membangun jaringan kerja (*network*) dengan wali murid dan masyarakat. 4) Meningkatkan mutu layanan akademik dan non-akademik 5) Memiliki peringkat akreditasi sekolah yang baik.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Karsono, Purwanto, and Abdul Matin Bin Salman, "Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 869–80.

<sup>9</sup> Zainiya Anisa and Saparudin, "Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, Dan Tahfiz Al-Qur'an," *El-Hikmah: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam* 16, no. 1 (2022): 55–56.

UU Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pada Bab XV Pasal 54 menyatakan: 1) Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan. 2) Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber, pelaksana, dan pengguna hasil pendidikan. 3) Ketentuan mengenai peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.<sup>10</sup>

Lembaga pendidikan yang dapat menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan semua pihak juga dapat bertahan dan berkembang. Jika hubungan dengan pihak lain semakin banyak maka reputasi sekolah tersebut akan semakin baik. Faktor penentu kemunduran dan kemajuan sekolah adalah kemampuan manajerial. Jika sekolah mampu menunjukkan kualitasnya kepada masyarakat maka daya tarik akan terus meningkat. Sekolah menjadi semakin terkenal, semakin besar dan maju.

Lembaga pendidikan dan masyarakat ibarat dua sisi mata uang yang satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan. Adanya keberadaan satuan pendidikan ini dipengaruhi oleh keberadaan masyarakat dan dinamika sosial, politik, ekonomi serta budaya yang juga berkembang di dalamnya. Satuan pendidikan bisa memberikan identitas dan warna serta juga memberikan dukungan kemajuan perkembangan masyarakat dalam berbagai tatanan

---

<sup>10</sup> Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional" (Departemen Pendidikan Nasional, 2003).

kehidupan. Oleh karena itu, perlu dibangun hubungan saling berkomitmen dan percaya antara satuan pendidikan dengan masyarakat untuk saling mempererat hubungan dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki.<sup>11</sup> Dalam QS. Al-Hujurat [49]:13 terdapat juga anjuran untuk melakukan hubungan dengan sesama manusia (masyarakat), yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (١٣)

Artinya: “Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Teliti.”<sup>12</sup>

Berdasarkan ayat tersebut dapat dimaknai bahwa jika seseorang tidak hidup bersama orang lain, maka tidak ada maknanya sebagai individu. Manusia sebagai makhluk individu dan makhluk sosial pada hakikatnya membutuhkan bantuan orang lain untuk menghadapi kesulitan dan tantangan hidup. Begitu juga kepala sekolah perlu bekerja sama dengan seluruh warga sekolah untuk meningkatkan *branding* sekolah dengan menerapkan strategi *school branding*.

Dalam skripsi yang ditulis oleh Desi Lestari Setyaningsih yang berjudul Strategi Humas Dalam Menciptakan *School Branding* (Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo), dari hasil penelitian tersebut bahwa strategi *branding* di SDMT didasarkan pada karakter religius dan diintegrasikan ke dalam visi misi SDMT dan tujuan

<sup>11</sup> Sherly et al., “Manajemen Pendidikan (Tinjauan Teori Dan Praktis),” 2020, 153.

<sup>12</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, 755.

SDMT. Termasuk yang pertama adalah untuk kelas 1 dan 2 program iqro' ditargetkan sudah lulus makhroj panjang pendek. Kemudian yang kedua, program pembiasaan ibadah yaitu dengan kegiatan gerakan bacaan sholat. Dan yang ketiga, program Tahfidz yang meliputi kegiatan hafalan surat al-baqarah dan juga teori-teori dasar layaknya anak SD.<sup>13</sup>

Dalam tesis yang ditulis oleh Rifqi Firdaus yang berjudul Manajemen Strategi *Branding* Pendidikan Inklusi di MI Amanah Turen Kabupaten Malang, dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di MI Amanah Turen memilih strategi *branding* pendidikan inklusi. MI Amanah Turen menciptakan *branding* Madrasah Inklusi untuk mengidentifikasi dan membedakan kelebihan program madrasah dengan lembaga pendidikan yang lain.<sup>14</sup>

Dalam skripsi yang ditulis oleh Siti Azizah Basitoh yang berjudul Strategi *Brand Image* Sekolah Berbasis Masyarakat (Studi Kasus Sekolah Tahfidz Plus SD Khoiru Ummah Cianjur Jawa Barat), dari hasil penelitian tersebut bahwa strategi *branding* di Sekolah Tahfidz Plus SD Khoiru Ummah Cianjur dalam menetapkan *brand image* yaitu: a) Sekolah yang menawarkan program Tahfidz dengan konsep pendidikan bersifat "*kaffah*" b) Slogan "Sekolahnya Penghafal Al-Qur'an dan Pemimpin Masa Depan", c) Sekolah mempunyai pedoman hidup yaitu AL-BIAH.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Desi Lestari Setyaningsih, "Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah (SDMT) Ponorogo)" (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020).

<sup>14</sup> Rifqi Firdaus, "Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi Di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang" (Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021).

<sup>15</sup> Siti Azizah Basitoh, "Strategi Brand Image Sekolah Berbasis Masyarakat (Studi Kasus Sekolah Tahfidz Plus Sdd Khoiru Ummah Cianjur Jawa Barat)" (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 12 April 2023 bersama Kepala Sekolah di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember yakni Bapak Muzakki Hidayat, yang menjelaskan bahwa strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, menerapkan pembelajaran al-qur'an serta sarana dan prasarana yang memadai. Daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember sangat besar, ini terbukti dari harus berdirinya SD Al-Baitul Amien 02 dan SD Al-Baitul Amien 03. Daya tarik tersebut tidak terlepas dari tenaga pengajar yang profesional sehingga menghasilkan siswa siswi yang berprestasi, berakhlak mulia serta output yang sangat memuaskan wali murid.<sup>16</sup>

Dengan demikian strategi *school branding* berperan penting dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru dan memudahkan sekolah mendapatkan loyalitas pelanggan serta membuka peluang sekolah untuk menetapkan harga jual yang tinggi.

Hal inilah yang menjadi daya tarik penulis mengadakan penelitian. Melihat dari fenomena yang telah disebutkan penulis tertarik meneliti dan juga membahas penulisan skripsi dengan judul yaitu **“Strategi *School Branding* Dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember Tahun Pelajaran 2022/2023”**

---

<sup>16</sup> Muzakki Hidayat, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 12 April 2023

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan, maka diperoleh fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023?
2. Bagaimana dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu gambaran mengenai arah yang akan diambil selama proses penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada permasalahan yang telah dirumuskan.<sup>17</sup> Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023.
2. Untuk mendeskripsikan dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tahun pelajaran 2022/2023.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mencakup kontribusi yang akan diberikan setelah penelitian selesai dilakukan. Manfaat tersebut dapat berupa manfaat secara

---

<sup>17</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 45.

teoritis dan praktis, seperti manfaat untuk peneliti dan instansi serta masyarakat secara keseluruhan.<sup>18</sup> Pada penelitian ini manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan juga wawasan bagi mahasiswa terutama pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam mengenai strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar, serta dapat memberikan contoh dan perbandingan spesifik yang dapat ditiru oleh lembaga pendidikan lainnya.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan keilmuan bagi peneliti tentang bagaimana mengimplementasikan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru dalam suatu lembaga pendidikan.

##### b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan, inisiatif dan juga dapat menjadi bahan masukan yang positif terkait dengan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember.

---

<sup>18</sup> Penyusun, 46.



c. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi serta khasanah keilmuan yang baru serta positif sehingga bisa menambah literatur mengenai strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan menambah wawasan pengetahuan bagi masyarakat terutama terkait dengan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

## E. Definisi Istilah

### 1. Strategi *School Branding*

Strategi *school branding* adalah suatu rencana yang mencakup serangkaian kegiatan dan cara yang dilakukan oleh sekolah sebagai ciri khas yang menunjukkan keunikan, karakter serta keunggulan yang dimiliki sekolah untuk memperlihatkan identitas sekolah supaya karakteristik visual yang dimiliki sekolah mudah diingat dan dapat dibedakan dengan sekolah yang lain. Strategi *school branding* merupakan salah satu faktor penentu berhasil tidaknya suatu sekolah mengenalkan citra positif sekolahnya sehingga membentuk persepsi dan *image* yang baik di kalangan masyarakat.

Strategi *school branding* yang bisa dilakukan yaitu: 1) Meningkatkan kerja kepala sekolah, pendidik dan juga tenaga

kependidikan. 2) Sekolah ikut serta dalam kegiatan lomba sekolah dan siswa. 3) Membangun jaringan kerja (*network*) dengan wali murid dan masyarakat. 4) Meningkatkan mutu layanan akademik dan non-akademik 5) Memiliki peringkat akreditasi sekolah yang baik.

## 2. Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru

Daya tarik calon peserta didik baru merujuk pada sejauh mana suatu sekolah mampu menarik perhatian dan juga minat calon peserta didik baru dan juga orang tua mereka. Dalam konteks daya tarik calon peserta didik baru, kata tertarik dapat diartikan sebagai minat atau keinginan untuk menjadi bagian dari suatu sekolah atau lembaga pendidikan. Tertarik merupakan perasaan positif yang muncul ketika seseorang memiliki minat terhadap sesuatu.

Daya tarik calon peserta didik baru merupakan kemampuan seseorang menarik minat calon peserta didik baru untuk menyukai dan mau bersekolah di sekolah itu. Daya tarik dapat timbul karena terdapat suatu keunikan atau ciri khas dan kemudahan dalam menggunakan atau memahami suatu hal. Daya tarik dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menarik perhatian dari pasar sasaran. Daya tarik digunakan untuk mempengaruhi perasaan, membujuk, serta mempertahankan gambaran produk di benak konsumen. Calon pelanggan jasa pendidikan (calon siswa atau orang tua) ketika memilih lembaga pendidikan memiliki harapan-harapan terkait pendidikan. Harapan-harapan atau ekspektasi pendidikan tersebut dipengaruhi oleh komunikasi dari *word of mouth*, kebutuhan

pribadi, pengalaman, komunikasi eksternal dari lembaga pendidikan, dan harga.

### 3. Strategi *School Branding* dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru

Dari definisi istilah di atas dapat disimpulkan bahwa strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru adalah sebuah strategi atau cara yang dilakukan oleh sekolah untuk membesarkan nama sekolah di mata masyarakat serta membangun dan menunjukkan keunikan, karakter dan keunggulan yang dimiliki sekolah sehingga dapat diterima di masyarakat luas agar karakteristik visual dari sekolah tersebut dapat dengan mudah diingat dan dapat dibedakan dengan sekolah lain sehingga dapat menarik calon peserta didik baru untuk bersekolah di sekolah tersebut. *School branding* dapat menjadi daya tarik masyarakat dan calon peserta didik baru terutama orang tua siswa dalam mengarahkan dan menentukan pilihan pendidikan bagi putra putrinya.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan mencakup beberapa langkah mengenai alur pembahasan pada skripsi, dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.

Maksud dari sistematika pembahasan tersebut yaitu:

Bab satu pendahuluan, terdapat konteks penelitian yang membahas terkait dengan permasalahan yang akan diteliti, dengan begitu akan tahu mengenai beberapa hal yang melandasi dilakukannya penelitian. Untuk fokus penelitian ini mencakup semua aspek permasalahan yang akan dijawab dengan

proses penelitian. Disusun secara jelas, singkat, tegas dan spesifik serta operasional yang berbentuk kalimat tanya. Tujuan penelitian merupakan gambaran mengenai arah yang akan diambil saat dilakukan penelitian. Manfaat penelitian ini mencakup setelah selesai penelitian kontribusi apa yang akan diberikan. Pada definisi istilah terdiri dari pengertian beberapa istilah penting yang jadi fokus perhatian peneliti pada judul penelitian.

Bab dua kajian pustaka, mencakup penelitian terdahulu dan kajian teori. Penelitian terdahulu mencantumkan beberapa dari hasil penelitian yang terdahulu terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, lalu dibuat rangkuman. Kajian teori terdiri dari pembahasan teori yang digunakan sebagai sudut pandang ketika penelitian. Pembahasan teori secara lebih mendalam.

Metode penelitian yang terdapat di bab tiga berisi pendekatan dan juga jenis pendekatan penelitian, lokasi waktu penelitian dan juga subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, juga tahap-tahap penelitian. Bab tiga ini berfungsi sebagai panduan dari langkah-langkah yang harus diikuti untuk menjawab pertanyaan pada fokus penelitian.

Pada bab empat menggambarkan obyek penelitian, penyajian data dan juga analisis data serta pembahasan temuan yang berisi mengenai hasil penelitian yang meliputi tentang latar belakang obyek penelitian dan penyajian data, analisis data serta pembahasan temuan.

Kesimpulan dan saran berada di bab lima yang merupakan penulisan karya ilmiah akhir dan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan serta disertai beberapa saran yang diharapkan bisa memberikan manfaat.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang peneliti cantumkan mengenai penelitian yang akan dilakukan lalu merangkumnya, seperti penelitian yang telah dipublikasikan ataupun yang belum dipublikasikan baik itu skripsi dan tesis serta disertasi dan lain sebagainya.<sup>19</sup> Temuan-temuan penelitian terdahulu yang hampir memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan peneliti angkat yaitu:

1. Skripsi karya Ema Kusuma Wardani 2021 dengan judul “*Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan School Branding di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang*”. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa untuk menciptakan *school branding* strategi yang dilakukan kepala sekolah yaitu atas dasar adanya *brand* di sekolah tersebut yaitu tahfidz dan tahsin serta muatan adab keislaman, adapun strategi dari pengembangan *brand* yaitu melalui pembiasaan pada diri siswa dengan cara setiap awal dan akhir pembelajaran ataupun ujian dilakukan pembiasaan berdoa dan juga dibiasakan salam serta peduli terhadap lingkungan. selain itu setia siswa juga wajib program tahfidz seperti untuk kelas reguler hafal 30 juz dan untuk kelas tahfidz hafal 4 juz. Selain itu juga melakukan komunikasi

---

<sup>19</sup> Penyusun, 46.

serta promosi menggunakan media sosial untuk membangun relasi yang baik dengan masyarakat.<sup>20</sup>

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang *school branding* dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada strategi kepala sekolah dalam meningkatkan *school branding* sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

2. Tesis karya Nila Mujtahidah 2021 dengan judul “*Strategi Sekolah dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing (Studi Kasus di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo)*”. Hasil dari penelitian ini adalah 1) Sekolah tersebut membangun *brand image* yang terdiri dari 4 *brand image* yaitu religius, disiplin serta mandiri dan juga *intrepreneur*. 2) Dalam meningkatkan daya saing strategi yang dilakukan sekolah yaitu seperti evaluasi serta promosi baik secara online maupun *offline* 3) Strategi yang dilakukan sekolah tersebut memiliki dampak yaitu mampu bersaing dan popularitas juga meningkat serta mudah dalam melakukan kerja sama.<sup>21</sup>

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi mengenai *brand* sekolah dan sama-sama menggunakan

---

<sup>20</sup> Ema Kusuma Wardani, “Strategi Brand Image Dalam Rekrutment Peserta Didik Baru Di SMK Ma’arif NU 1 Ajibarang” (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2021).

<sup>21</sup> Nila Mujtahidah, “Strategi Sekolah Dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing: Studi Kasus Di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo” (Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021).

penelitian kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada strategi sekolah dalam membangun *brand image* guna meningkatkan daya saing sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

3. Skripsi karya Siti Azizah Basitoh 2021 dengan judul “*Strategi Brand Image Sekolah Berbasis Masyarakat (Studi Kasus Sekolah Tahfidz Plus SD Khoiru Ummah Cianjur Jawa Barat)*”. Hasil penelitian ini yaitu dalam menetapkan *brand image* sekolah memberikan konsep yang baru pada lingkup pendidikan dengan menjalankan syariat islam dengan utuh yang memiliki sifat kaffah. Dalam mengembangkan *brand image*, strategi sekolah tersebut. Dalam mengembangkannya strategi sekolah tersebut adalah dengan menjaga amanah dari wali murid. Sekolah jug menjaga kualitas dari guru serta infrastruktur juga dikembangkan *brand image* bisa dipertahankan. Inovasi sekolah yaitu dengan diadakannya ekstrakurikuler sunnah dan juga robotik supaya bakat dan juga minat siswa selalu terasah.<sup>22</sup>

Penelitian ini memiliki Persamaan yaitu sama-sama membahas tentang strategi branding sekolah dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan yang signifikan dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada strategi sekolah dalam menetapkan, mengembangkan dan mempertahankan *brand image*

---

<sup>22</sup> Basitoh, “Strategi Brand Image Sekolah Berbaris Masyarakat (Studi Kasus Sekolah Tahfidz Plus Sdd Khoiru Ummah Cianjur Jawa Barat).”

sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

4. Tesis karya Rifqi Firdaus 2021 dengan judul “*Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang*”. Hasil dari penelitian ini menjelaskan 1) Untuk mendapatkan perbedaan dan juga keunggulan maka *branding* sekolah tersebut madrasah inklusi yang dalam penerapannya ada dua tahap yaitu yang pertama adalah tahap perencanaan yang mencakup penerimaan dan juga pengelolaan siswa, kemudian yang kedua ada tahap pelaksanaan dengan mencakup tersedianya sarpras dan juga guru inklusi, pengembangan kurikulum pendidikan inklusi, pembelajaran secara inklusi dan pendidikan inklusi yang juga melibatkan masyarakat. 2) Dalam melaksanakan strateg *branding* di sekolah tersebut juga ditemukan faktor internal dan juga faktor eksternal dengan rekomendasi strategi yaitu peningkatan citra di lingkungan masyarakat dengan adanya dukungan pada program pendidikan inklusi, selain itu meningkatkan daya saing dilakukan dengan *branding* yang dikuatkan yaitu madrasah inklusi.<sup>23</sup>

Persamaan dengan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas tentang strategi branding di sekolah dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan yang signifikan dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada pendidikan inklusi yang menjadi branding sekolah dan juga

---

<sup>23</sup> Firdaus, “Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi Di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang.”



berfokus pada faktor internal dan eksternal dalam pelaksanaan pendidikan inklusi sebagai strategi branding sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

5. Skripsi karya Desi Lestari Setyaningsih 2020 dengan judul “*Strategi Humas dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo)*”. Hasil penelitian adalah media sosial menjadi strategi humas untuk komunikasi mengenai *branding* dengan masyarakat seperti instagram dan juga facebook selain itu youtube juga masih pada tahap perkembangan dengan dianggap mampu memajukan dan juga mengembangkan sekolah tersebut dengan landasan karakter religius yang terprogram dengan visi misi dan juga tujuan sekolah tersebut. Itu juga terdiri dari target lulus makhroj panjang pendek pada program iqra’ kelas 1 dan juga kelas 2, kemudian juga pembiasaan ibadah dan juga hafalan surat al-baqarah beserta teori selayaknya siswa SD yang juga menjadi program tahfidz.<sup>24</sup>

Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *school branding* dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada strategi humas dalam menciptakan *school branding* sedangkan pada penelitian ini berfokus

---

<sup>24</sup> Setyaningsih, “Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah (SDMT) Ponorogo.”

pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

6. Jurnal karya Mustika 2020 dengan judul “*Strategi Membangun School Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah di SMK Dr. Soetomo Surabaya*”. Hasil dari penelitian ini yaitu untuk meningkatkan daya saing melalui *school branding*, strategi yang sekolah lakukan adalah dengan kualitas lulusan, program keahlian unggulan dan akreditasi, perilaku siswa yang positif serta prestasi dan juga ISO 9001:2008. Adapun yang menjadi faktor pendukung yaitu lamanya guru mengajar, kualitas guru dan mengajar sesuai dengan kompetensi serta promosi bagus yang dilakukan sekolah. Kemudian faktor penghambatnya yaitu dalam meningkatkan kompetensi siswa kurang motivasi, tampilan sekolah, tempat sekolah yang berada di kampung dan juga kurangnya kebersihan.<sup>25</sup>

Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi *school branding* dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada peningkatan daya saing sekolah sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

7. Jurnal karya Medya Setyanan Hutami 2020 dengan judul “*Implementasi Strategi Branding PAUD dalam Meningkatkan Image Sekolah*”. Hasil penelitian ini yaitu sekolah tersebut memberikan penawaran ciri khas

---

<sup>25</sup> Mustika, “Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK DR. Soetomo Surabaya.”

sekolah sebagai strategi *branding* seperti siswa memiliki karakter yang jujur, berjiwa kepemimpinan, bertanggung jawab, memiliki karakter disiplin, sabar dan juga mandiri yang juga disertai dengan kreativitas dan juga kerjasama. Sedangkan asosiasi *brand* dari sekolah ini mencakup program unggulan pada bidang ekstrakurikuler seperti kesenian tari dan lukis serta angklung, drumband dan juga mencakup sekolah dengan pihak lain di bidang kerjasama.<sup>26</sup>

Pada penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas tentang strategi *branding* dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus untuk menganalisis implementasi branding strategi dan gambaran konsep pemasaran di TK ABA Kalangan Bantul sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.

8. Jurnal karya Tri Kresna Murti 2019 dengan judul “*Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi*”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *brand image*, promosi dan juga biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih prodi pendidikan ekonomi ada pengaruh yang signifikan antara keduanya.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Meyda Setyana Hutami, “Implementasi Strategi Branding PAUD Dalam Meningkatkan Image Sekolah,” *Jurnal Pelita PAUD* 4, no. 2 (2020): 242–46.

<sup>27</sup> Tri Kresna Murti, “Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi,” *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Dan Sains* 7, no. 2 (2019): 102–7.

Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai *brand* pada lembaga pendidikan. Sedangkan perbedaan yang signifikan dalam penelitian ini terdapat pada judul dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh *brand image*, promosi dan juga biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada prodi pendidikan ekonomi sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru. Dan perbedaan lainnya juga terdapat pada metode penelitian, pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

**Tabel 1.1**

**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini**

No	Nama, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ema Kusuma Wardani (2021), Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan <i>School Branding</i> di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang.	Sama-sama membahas tentang <i>school branding</i> dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Penelitian terdahulu berfokus pada strategi kepala sekolah dalam meningkatkan <i>school branding</i> sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.
2.	Nila Mujtahidah (2021), Strategi Sekolah dalam Membangun <i>Brand Image</i> Guna Peningkatan Daya Saing (Studi Kasus di SMP Insan Terpadu Paiton	Sama-sama membahas tentang strategi mengenai <i>brand</i> sekolah dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada strategi sekolah dalam membangun <i>brand image</i> guna meningkatkan daya saing sedangkan pada penelitian ini berfokus pada

No	Nama, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan
	Probolinggo		strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.
3.	Siti Azizah Basitoh (2021), Strategi <i>Brand Image</i> Sekolah Berbasis Masyarakat (Studi Kasus Sekolah Tahfidz Plus SD Khoiru Ummah Cianjur Jawa Barat).	Sama-sama membahas tentang strategi mengenai <i>brand</i> sekolah dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif..	Perbedaan yang signifikan dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada strategi sekolah dalam menetapkan, mengembangkan dan mempertahankan <i>brand image</i> sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.
4.	Rifqi Firdaus (2021), Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang.	Sama-sama membahas tentang strategi branding di sekolah dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaan yang signifikan dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada pendidikan inklusi yang menjadi branding sekolah dan juga berfokus pada faktor internal dan eksternal dalam pelaksanaan pendidikan inklusi sebagai strategi branding sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.
5.	Desi Lestari Setyaningsih (2020), Strategi Humas dalam Menciptakan <i>School Branding</i> (Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah)	Sama-sama membahas tentang <i>school branding</i> dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi humas dalam menciptakan <i>school branding</i> sedangkan pada penelitian ini berfokus pada

No	Nama, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan
	Terpadu (SDMT) Ponorogo).		strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.
6.	Mustika (2020), Strategi Membangun <i>School Branding</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah di SMK Dr. Soetomo Surabaya.	Sama-sama membahas tentang strategi <i>school branding</i> dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada peningkatan daya saing sekolah sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.
7.	Medya Setyanan Hutami (2020), Impelmentasi Strategi <i>Branding</i> PAUD dalam Meningkatkan <i>Image</i> Sekolah.	Sama-sama membahas tentang strategi <i>branding</i> dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus untuk menganalisis implementasi branding strategi dan gambaran konsep pemasaran di TK ABA Kalangan Bantul sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru.
8.	Tri Kresna Murti (2019), Pengaruh <i>Brand Image</i> , Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi.	Sama-sama membahas mengenai <i>brand</i> pada lembaga pendidikan.	Perbedaan yang signifikan dalam penelitian ini terdapat pada judul dan fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu judul berfokus pada pengaruh <i>brand image</i> , promosi dan juga biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa dalam melanjutkan studi pada prodi pendidikan ekonomi sedangkan pada judul penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru. Dan perbedaan lainnya

No	Nama, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan
			juga terdapat pada metode penelitian, pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Berdasarkan dari beberapa uraian penelitian terdahulu, telah dipaparkan terkait setiap penelitian yang telah dikaji sebelumnya, sehingga dapat diketahui perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penelitian ini adalah penelitian lanjutan atau pengembangan dari penelitian sebelumnya. Maka dari itu peneliti disini mengembangkan penelitian dengan mengangkat judul strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru, yang mana hal ini juga sangat penting dalam membantu mempertahankan dan meningkatkan eksistensi suatu sekolah.

## B. Kajian Teori

### 3. Strategi *School Branding*

#### a. Pengertian Strategi

Dalam bahasa Yunani strategi yaitu "*Strategos*" yang artinya pemimpin militer atau sesuatu yang dilakukan para jenderal perang dalam merencanakan kemenangan pada pertempuran. Strategi merupakan suatu perencanaan secara menyeluruh yang menggabungkan semua sumber daya dan juga kemampuan dengan

tujuan jangka panjang dalam meraih keunggulan. Strategi menurut Wheelen dan Hunger terdiri dari serangkaian keputusan dan juga tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan atau sekolah dengan jangka panjang.<sup>28</sup>

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses penentuan arah yang dilakukan organisasi untuk mencapai tujuannya. Suatu organisasi akan memperoleh kedudukan yang kuat di wilayah kerjanya dengan adanya strategi. Karena pada intinya strategi merupakan cara yang utama untuk mencapai sebuah tujuan.

Menurut Wiludjeng, strategi adalah keseluruhan rencana dalam mencapai tujuan suatu organisasi dalam rangka untuk menjalankan suatu misi. Seorang manajer harus mengidentifikasi ukuran untuk mengevaluasi kegiatan yang dilakukan, dengan menilai apakah kegiatan tersebut berhasil atau tidak. Di bidang pendidikan, strategi perlu dikembangkan untuk mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan serta penyelenggaraan pendidikan yang belum terpenuhi kebutuhannya.<sup>29</sup>

Pada dasarnya strategi disusun guna adanya respon pada perubahan eksternal yang relevan dalam organisasi. Dengan kemampuan internal dari organisasi maka akan menjawab perubahan eksternal. Keunggulan organisasi yang dimiliki dapat melihat sejauh mana organisasi dapat memanfaatkan kekuatan organisasi yang ada,

---

<sup>28</sup> Fory A Naway, "Strategi Pengelolaan Pembelajaran," *Gorontalo: Ideas Publishing*, 2016, 5.

<sup>29</sup> Naway, 7.



meraih peluang, meminimalkan ancaman eksternal, dan mendapatkan manfaat maksimal.<sup>30</sup>

Pemimpin tertinggi dalam organisasi perlu memiliki kemampuan untuk merumuskan dan menetapkan strategi organisasi. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan keberadaan organisasi, melainkan juga untuk memastikan bahwa organisasi tersebut mampu melakukan penyesuaian dan juga perubahan yang dibutuhkan. Dengan begitu organisasi dapat meningkatkan efektivitas dan produktivitasnya seiring berjalannya waktu.<sup>31</sup>

#### **b. Pengertian *School Branding***

Kata *branding* berasal dari kata dasar *brand* yang artinya merek. Istilah *brand* ini cenderung terkait dengan suatu produk ataupun jasa. *Brand* mencakup nama, tanda atau simbol, dan rancangan yang dimaksudkan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang ataupun penjual serta untuk dibedakan dengan produk pesaing.

*Brand* atau merek yang memberi label pada suatu produk dan mewakili produk yang dijual menjadi ciri khas produk tersebut dan membedakannya dengan produk lainnya. *Brand* adalah salah satu indikator nilai, menggambarkan seberapa kuat nilai yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, *brand* memberikan gambaran

---

<sup>30</sup> H. Abd. Rahman Rahim and Enny Radjab, *Manajemene Strategi* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 2.

<sup>31</sup> Cuk Jaka Purwanggono, *Konsep Dasar Manajemen Strategi* (Semarang: Universitas Wahid Hasyim, 2020), 12.

nilai yang ditawarkan dan memainkan peran penting dalam pilihan konsumen. Itu sebabnya persaingan merek begitu dominan saat ini. Merek dianggap sebagai aset paling berharga dari suatu organisasi atau perusahaan.<sup>32</sup>

*Branding* adalah proses menciptakan atau meninggalkan tanda tertentu di benak dan juga hati konsumen melalui berbagai cara yang berdampak pada kehidupan mereka. Dalam penggunaannya kata *brand* dan *branding* mempunyai arti yang berbeda. Jika kata “*brand*” mempunyai arti “merek”, maka yang dimaksud dengan “*branding*” yaitu berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi dengan tujuan membangun dan memperluas *brand* nya.

Menurut Neumeier *branding* merupakan pernyataan tentang siapa yaitu mengenai identitas, apa produk atau jasa yang ditawarkan serta mengapa suatu merek layak dipilih seperti keistimewaan. *Brand* merupakan reputasi. *Brand* bereputasi adalah merek yang menjanjikan sehingga membuat masyarakat percaya dan memilih *brand* tersebut.<sup>33</sup>

Berdasarkan yang telah diuraikan di atas bisa disimpulkan bahwa *branding* merupakan proses mengkomunikasikan gabungan nama, istilah serta logo serta segala sesuatu yang dimaksudkan untuk membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. *Branding* dengan sendirinya akan menciptakan keaslian merek, dan keaslian ini

---

<sup>32</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 1.

<sup>33</sup> Mujib and Saptiningsih, 2.

akan membuat masyarakat dan konsumen semakin percaya dan menggunakan merek tersebut.

*Brand* sekolah memiliki kekuatan yang luar biasa untuk menarik masyarakat agar membeli produk atau layanan yang diwakilinya. Sebab, suatu merek bisa menjadi kenangan yang tak terlupakan. Keputusan pembelian seringkali lebih didasarkan pada pertimbangan merek dibandingkan faktor lainnya.

*Branding* sangat penting karena *branding* tidak hanya berlaku pada perusahaan atau produk saja namun juga pada lembaga pendidikan. *Branding* suatu lembaga pendidikan merupakan suatu kebutuhan yang mutlak. Bagi institusi pendidikan *branding* juga dapat menjadi pembeda dan sumber kekuatan. *Branding* merupakan sesuatu yang dikaitkan dengan keunggulan institusi atau sekolah yang bersangkutan.

*School branding* merupakan identitas sekolah yang menunjukkan keunikan, kekuatan dan karakter serta keunggulannya berdasarkan potensi lingkungan, peluang yang ada serta dukungan seluruh warga sekolah dan wali murid. *School branding* dapat dikaitkan dengan pilihan prioritas nilai dalam nilai-nilai utama sekolah, termasuk juga PKK atau Penguatan Pendidikan Karakter dan didukung oleh jaringan nilai karakter lainnya.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Mujib and Saptiningsih, 50.

*School branding* merupakan upaya sekolah untuk meningkatkan nama sekolah di mata masyarakat agar tertarik untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut. *School branding* dapat menarik minat masyarakat dan calon siswa khususnya orang tua untuk membimbing dan menentukan pilihan pendidikan anaknya. Hal ini tentunya harus dibarengi dengan peningkatan kualitas dari output dengan begitu akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah, sehingga menjamin kelangsungan sekolah di masa depan.<sup>35</sup>

Keunggulan sekolah sangat tergantung pada karakter sekolah itu sendiri yang ingin dikembangkan, sehingga salah satu fokusnya adalah pada keunggulan sekolah itu sendiri. Setiap pemangku kepentingan dan kebijakan sekolah harus mampu menganalisis permasalahan dan potensi karakter sekolah kemudian menentukan kualitas dan karakter yang ingin dikembangkan, kemudian sekolah harus mampu menciptakan *brand* sendiri.

*School branding* dapat menarik orang untuk membuat pilihan pendidikan. *Branding* tersebut disusun berdasarkan analisis konteks dan potensi lingkungan yang ada, visi dan misi sekolah, serta nilai-nilai inti. Sehingga kepala sekolah dan komunitas sekolah dapat mengidentifikasi *branding* sekolah sebagai ciri keunggulan.

*Branding* bisa tercipta karena keunggulan yang dimiliki sekolah yang berasal dari proses kerja dan kinerja yang dilakukan

---

<sup>35</sup> Mustika, "Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK DR. Soetomo Surabaya," 12.

melalui tingkat kualitas yang baik dan konsep manajemen profesional yang modern, serta kontribusi sumber daya terbaik dalam segala bentuk. Misalnya, sumber daya manusia atau keuangan yang memadai.

Proses *school branding* memerlukan keterpaduan seluruh komponen lembaga pendidikan, mulai dari kepemimpinan, sumber daya manusia, infrastruktur, manajemen, hubungan dengan masyarakat, kurikulum, sistem pembelajaran, sistem penilaian, dan keuangan. Mengembangkan strategi berdasarkan kondisi internal dan eksternal organisasi dan mampu mengimplementasikan strategi tersebut guna mencapai visi, misi dan tujuannya.

*School branding* yang berhasil diciptakan akan memungkinkan sekolah tumbuh dan berkembang sesuai dengan semangat dan nilai-nilai yang dianut dan diharapkan oleh sekolah.

*School branding* ini akan mempengaruhi kualitas sekolah, meliputi kualitas lingkungan, kualitas interaksi dan kualitas suasana akademik.

Berkembangnya *school branding* yang baik dapat membawa perubahan ke arah yang lebih baik terutama dalam hal perubahan perilaku pemangku kepentingan sekolah. Faktor pembentuk *school branding* harus melibatkan nilai etika, sikap, dan perilaku serta komponen sekolah yang ada, termasuk peraturan dan budaya sekolah.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 52.

### c. Jenis-Jenis *Branding*

Jenis-jenis *Branding* yaitu terdiri dari.<sup>37</sup>

#### 1) *Product Branding*

*Product branding* atau *branding* produk merupakan hal yang biasa terlihat dalam *branding*. Merek atau produk yang sukses adalah merek atau produk yang mendorong konsumen untuk memilih produknya sendiri dibandingkan produk pesaing.

#### 2) *Personal Branding*

*Personal branding* merupakan sistem pemasaran yang paling dikenal oleh para selebritis, politisi, musisi, wirausahawan, dan figur publik lainnya, sehingga memungkinkan mereka untuk memiliki pandangan tersendiri di mata masyarakat.

#### 3) *Geographic Branding*

*Geographic branding* atau *regional branding* adalah

suatu *branding* yang bertujuan untuk menciptakan gambaran suatu produk ataupun jasa ketika orang lain menyebut nama suatu tempat tertentu.

#### 4) *Cultural Branding*

*Cultural branding* adalah merek yang menciptakan reputasi terhadap lingkungan dan masyarakat di tempat atau kebangsaan tertentu.

---

<sup>37</sup> Marissa Grace Haque-Fawzi et al., *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 136.

### 5) *Corporate Branding*

*Corporate branding* penting dalam mengembangkan reputasi perusahaan di pasar, yang berkaitan dengan setiap aspek perusahaan, mulai dari produk atau jasa yang ditawarkan hingga kontribusi karyawannya kepada masyarakat.

#### d. **Strategi Branding**

Agar *branding* sekolah dapat berjalan efektif dan efisien, perlu dilakukan strategi yang tepat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi diartikan sebagai kegiatan yang direncanakan secara matang untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi *branding* sangat diperlukan oleh suatu sekolah. Hal itu agar *brand* yang ingin dimunculkan di masyarakat dapat diterima dan bertahan di pasaran. Selain itu, strategi *branding* juga dikembangkan agar mampu bertahan dan punya perbedaan dengan sekolah lain. Gelder meyakini bahwa strategi *brand* tidak hanya

bergantung pada persepsi sosial, namun juga pada instrumen yang ada pada *brand* serta bagaimana instrumen tersebut disusun pada suatu *brand management*. Gelder menambahkan, pembentukan strategi *brand* memerlukan tiga unsur pendukung, yakni *brand positioning*, *brand identity*, dan juga *brand personality*.<sup>38</sup>

- 1) *Brand positioning* mengacu pada suatu merek yang menunjukkan kelebihan dan perbedaannya dengan merek lain/merek pesaing.

---

<sup>38</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 9.

- 2) *Brand identity* artinya *brand* harus memiliki identitas yang menunjukkan latar belakang, prinsip, tujuan, dan ambisi *brand* tersebut. Identitas ini akan melihat perbedaan antara merek yang satu dengan merek lainnya.
- 3) *Brand personality*. Kepribadian suatu merek dibangun untuk menarik perhatian konsumen serta bisa digunakan untuk meyakinkan konsumen bahwa merek tersebut merupakan yang terbaik.

Melalui strategi *branding* ini, sekolah akan mampu mencapai tahap *brand equity*. *Brand equity* memiliki empat unsur yaitu: kesadaran merek, asosiasi merek, kualitas yang dirasakan, dan loyalitas merek. Keempat elemen tersebut merupakan bagian integral dari ekuitas merek dan akan memberikan nilai tambah bagi merek.

Kotler dan Amstrong mendefinisikan ekuitas merek sebagai efek pembeda yang positif, yaitu respons konsumen terhadap barang

dan jasa berdasarkan pengetahuan mereka terhadap *brand*. *Brand equity* merupakan nilai tambah yang diberi kepada produk dan juga *brand equity* dapat tercermin pada cara perusahaan berpikir, merasakan, dan berperilaku sehubungan dengan merek, harga, pangsa pasar, dan profitabilitasnya. Empat elemen *brand equity* adalah:

- 1) *Brand Awareness*

*Brand awareness* adalah kemampuan calon pembeli untuk mengenali atau mengingat bahwa sebuah merek termasuk



dalam kategori produk tertentu.<sup>39</sup> Membangun ini berkaitan dengan kekuatan kehadiran suatu *brand* di benak konsumen, seringkali diukur dengan kesadaran serta recall dalam keadaan berbeda.

## 2) *Brand Loyalty*

*Brand loyalty* merupakan keterikatan konsumen terhadap suatu *brand*. Loyalitas merek bisa dikonseptualisasikan dengan berbagai cara. Contohnya berdasarkan perspektif perilaku, yang menekankan perilaku pembelian berulang atau pada perspektif sikap yang mencakup komitmen terhadap beberapa nilai unik yang berkaitan.

## 3) *Brand Association*

*Brand association* yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan memori merek. Asosiasi ini bisa berasal dari berbagai sumber dan bervariasi berdasarkan kesukaan dan juga kekuatan,

ataupun keunikan merek. Kehebatan asosiasi merek terletak pada kemampuannya menciptakan sikap positif dan persepsi serta alasan yang kuat dalam memakai suatu produk.

## 4) *Perceived Quality*

*Perceived quality* merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan keseluruhan produk atau superioritas. Ini

---

<sup>39</sup> Sunday Ade Sitorus et al., "Brand Marketing: The Art of Branding," *Bandung: Media Sains Indonesia*, 2022, 111.

bukan kualitas tujuan dari produk, tetapi penilaian konsumen berdasarkan persepsi

**e. Fungsi, Tujuan dan Manfaat *School Branding***

*Branding* mempunyai empat fungsi dalam perkembangan bisnis, antara lain.<sup>40</sup>

- 1) Sebagai pembeda, suatu produk yang telah mempunyai *brand* yang kuat akan mudah dibedakan dengan merek yang lain.
- 2) Promosi dan daya tarik. Produk dengan *brand* yang kuat akan jadi daya tarik konsumen dan lebih mudah untuk dipromosikan.
- 3) Membangun citra, kepercayaan diri, jaminan kualitas dan juga prestise: fungsi *branding* yaitu membentuk citra agar produk mudah diingat oleh orang lain.
- 4) Pengendali pasar, *brand* yang kuat lebih mudah menguasai pasar karena masyarakat sudah mengetahui, mempercayai dan juga mengingat *brand* tersebut.

Adapun tujuan *branding* yaitu:

- 1) Membentuk persepsi masyarakat.
- 2) Membangun kepercayaan masyarakat terhadap suatu *brand*.
- 3) Membangun kecintaan masyarakat terhadap *brand*.

Manfaat *branding* antara lain:

- 1) Mudah Dikenali

---

<sup>40</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 6–8.

Memiliki *brand* akan menguntungkan karena membuat suatu lembaga mudah dikenali oleh calon pelanggan. Selain itu mereka lebih memilih produk bermerek dibandingkan produk tidak bermerek. Pelanggan menganggap barang tidak bermerek memiliki kualitas yang tidak jelas dan diragukan.

## 2) Memilah Produk Satu dengan Lainnya

Ini menjadi faktor yang sangat penting. Manfaat *branding* adalah memberikan ciri khas dan menjadi indikator suatu produk tertentu. Dengan begitu produk akan selalu diingat oleh customer saat mereka berinteraksi dan memilih produk.

## 3) Mempengaruhi Psikologi Konsumen

*Branding* terbukti mampu untuk menghipnotis jiwa pembeli. Karena pemberian *brand* akan membuat konsumen berpikir bahwa suatu produk tertentu bagus dan profesional. Dan juga lebih banyak konsumen yang memiliki produk bermerek dibandingkan produk tidak bermerek.

Pada dasarnya keunikan adalah ciri khas manusia yang dihargai, dan manusia cenderung menyukai hal-hal yang unik dan berbeda yang dapat memberikan nilai tambah. Sama halnya dengan manusia, sekolah juga memiliki karakter, kesan serta filosofi tersendiri. Simbol-simbol yang ditampilkan oleh sekolah mencerminkan identitasnya dan berperan dalam membentuk citra sekolah, baik secara positif maupun secara negatif.

Sekolah yang mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat umumnya merupakan sekolah yang memiliki kualitas dan juga kondisi yang baik. Terutama apabila sekolah tersebut mempunyai reputasi yang positif karena dipercayai oleh pelanggan dan *brand* nya telah terkenal pada benak konsumen.

Jika sekolah memenuhi harapan orang tua dan juga calon peserta didik, yaitu memiliki citra positif dan reputasi yang baik, maka masyarakat akan bersedia membayar biaya tersebut meskipun mahal. Orang tua percaya bahwa nilai tambah atau keunggulan akan memberikan dampak positif bagi anaknya. Dari sinilah fungsi identitas dan *branding* sekolah berperan, memancarkan citra tersebut kepada masyarakat atau pihak yang terkait stakeholders termasuk konsumen ataupun masyarakat sekitar, investor dan karyawan itu sendiri sehingga membentuk citra perusahaan.

Berikut adalah beberapa manfaat *branding* bagi sekolah:<sup>41</sup>

- 1) Magnet institusi pendidikan
- 2) Alat proteksi dari para imitator
- 3) Mempunyai kelompok lembaga pendidikan yang loyal
- 4) Membedakan produk dengan produk pesaing
- 5) Mengurangi perbandingan harga sehingga bisa dijual premium
- 6) Lebih mudah menawarkan produk baru
- 7) Nilai finansial yang tinggi

---

<sup>41</sup> Mujib and Saptiningsih, 55.

## 8) Senjata kompetisi

Manfaat branding bagi stakeholder adalah:

- 1) Merek sebagai sinyal kualitas
- 2) Mempermudah proses atau membimbing stakeholders
- 3) Alat identifikasi produk
- 4) Mengurangi risiko memberi nilai psikologis
- 5) Bisa mewakili kepribadian

#### f. Strategi *School Branding*

Triwiyanto mengatakan, banyak upaya atau strategi yang bisa dilakukan untuk membangun *school branding* atau citra sekolah di masyarakat. Upaya atau strategi *school branding* antara lain sebagai berikut:<sup>42</sup>

- 1) Peningkatan kerja kepala sekolah dan pendidik serta tenaga kependidikan.
- 2) Keikutsertaan sekolah dalam kegiatan lomba sekolah dan siswa.
- 3) Membangun jaringan kerja (*network*) dengan wali murid dan juga masyarakat.
- 4) Peningkatan layanan akademik dan non-akademik.
- 5) Memiliki peringkat akreditasi sekolah yang baik.

Tanggung jawab sekolah, lembaga pendidikan atau organisasi yaitu menciptakan keunggulan komparatif, yang sebenarnya merupakan keunggulan jati diri. Dalam menghadapi persaingan,

---

<sup>42</sup> Tutut Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu," *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 3, no. 2 (2018): 74.

terdapat beberapa hal penting yang perlu dikuasai oleh sekolah yaitu:<sup>43</sup>

- 1) Mempunyai visi misi serta tujuan, program dan strategi yang jelas dan terorganisir
- 2) Mempunyai badan riset yang melakukan penelitian kritis terhadap permasalahan, potensi atau keunggulan, kecenderungan ke depan serta menjadi bahan pengambilan langkah antisipasi dalam mengatasi masa depan.
- 3) Menyusun strategi yang tepat serta sesuai dengan kebutuhan ruang dan waktu, serta paham mengenai strategi yang diterapkan oleh pihak lain.
- 4) Menguasai sumber informasi strategis jadi sebelum orang lain tahu ia telah menguasai data dan masalah serta arah persaingan.
- 5) Menguasai lapangan persaingan, teknologi, perbekalan dan strategi bersaing.
- 6) Tahu secara jelas posisi lembaga pendidikan, apakah berada pada tingkat bawah, menengah atau atas.

Schiffman dan Kanuk menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi terbentuknya *school branding* yaitu:<sup>44</sup>

- 1) Kualitas dan mutu yang ditawarkan oleh suatu lembaga dengan *brand* tertentu harus mempunyai kualitas jasa serta kemampuan

<sup>43</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 70.

<sup>44</sup> Anisa and Saparudin, "Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, Dan Tahfiz Al-Qur'an," 56.

yang bermutu, seperti guru serta mempunyai alumni yang dengan mudah melanjutkan studinya pada jenjang yang lebih tinggi.

- 2) Mempunyai sifat yang bisa dipercaya atau diandalkan terkait dengan *brand image* yang dikenal masyarakat.
- 3) Pelayanan. Bagaimana lembaga tersebut menjalankan fungsinya untuk melayani supaya bisa mendatangkan manfaat bagi masyarakat.
- 4) *Brand image* yang diberikan harus bermanfaat dan berguna bagi masyarakat.
- 5) Pendanaan. Hal ini berkaitan dengan besarnya biaya yang akan dikeluarkan masyarakat dalam belajar di sekolah.
- 6) Resiko. Hal ini menyangkut kerugian dan juga keuntungan yang diperoleh dari bersekolah di lembaga tersebut.
- 7) *Image* dan *brand* itu sendiri, dapat diberikan dalam bentuk opini dan informasi yang akan diberikan mengenai *brand* tersebut.

Faktor-faktor di atas saling berkaitan karena pembentukan *brand image* memerlukan dukungan semua pihak.

#### **4. Konsep Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru**

Saat ini, biaya untuk merebut pelanggan lembaga pendidikan Islam semakin mahal. Oleh karena itu, upaya untuk mempertahankan pelanggan lembaga pendidikan Islam yang sudah ada merupakan tugas pemasar lembaga pendidikan Islam yang utama. Biaya pendidikan harus sesuai dengan kualitas pembiayaan dan layanan. Artinya terjadi balance antara

harga dengan kualitas pendidikan dan kualitas layanan yang ada agar supaya terjadi loyalitas dari pelanggan lembaga pendidikan.<sup>45</sup>

Konsep daya tarik calon peserta didik baru merujuk pada sejauh mana suatu sekolah atau institusi pendidikan mampu menarik perhatian dan minat individu atau keluarga yang sedang mencari tempat pendidikan untuk diri mereka atau anak-anak mereka. Daya tarik ini melibatkan sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi keputusan calon peserta didik dalam memilih suatu sekolah.

#### a. Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan

Salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan yaitu produk. Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasarnya. Barang dan jasa ini disusun secara komprehensif sehingga mendorong minat pelanggan untuk melakukan pembelian, karena produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan mereka.<sup>46</sup>

Daya tarik itu sendiri merupakan kemampuan seseorang atau suatu hal untuk memikat dan menarik seseorang agar menyukai suatu objek. Ketertarikan dapat timbul karena adanya keunikan atau ciri khas serta kemudahan dalam menggunakan atau memahami suatu hal.<sup>47</sup> Daya tarik adalah kemampuan untuk menarik perhatian target

---

<sup>45</sup> Muhammad Suwigno Prayogo, Siti Aminah, and Abdullah, "Strategi Positioning Dalam Peningkatan Daya Saing Lembaga (Studi Kasus Di Raudlatul Athfal Ulul Albab Kaliwates Jember)," *Leaderia: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3 (2022): 53.

<sup>46</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 39.

<sup>47</sup> Wardani, Toenlio, and Wedi, "Daya Tarik Pembelajaran Di Era 21 Dengan Blended Learning," 16.



pasar. Daya tarik digunakan untuk mempengaruhi perasaan, membujuk, dan mempertahankan gambaran suatu produk di benak konsumen.<sup>48</sup> *School branding* dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat dalam membuat pilihan pendidikan.<sup>49</sup> Strategi *branding* perlu diperhatikan dengan strategi *branding* yang tepat, hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan minat secara signifikan.<sup>50</sup>

Hasbullah menyebutkan sekolah dianggap mempunyai daya tarik, daya saing dan daya tahan, paling tidak mempunyai syarat-syarat sebagai berikut.<sup>51</sup>

- 1) Sekolah tersebut proses pembelajarannya bermutu dan hasilnya juga bermutu. Bermutu dalam bidang akademiknya, bermutu dalam pendampingan emosionalnya, dan bermutu dalam pendampingan spiritualnya.
- 2) Sekolah tersebut biayanya sebanding dengan mutu yang diperlihatkannya. Biasanya orang tua yang sadar akan mutu pendidikan menganggap biaya merupakan persoalan nomor dua.
- 3) Sekolah tersebut memiliki etos kerja tinggi dalam arti komunitas pendidikan tersebut telah mempunyai kebiasaan untuk bekerja keras, mendidik, tertib, disiplin, penuh tanggung jawab, objektif,

---

<sup>48</sup> Dewa Ayu Diah Paramita Dewi and I Made Jatra, "Peran Brand Awareness Dalam Memediasi Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Beli" (Udayana University, 2018), 4606.

<sup>49</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 50.

<sup>50</sup> Hayati et al., "Strategi Branding Dalam Peningkatan Daya Tarik Sekolah PAUD Di Era New Normal Dengan Aplikasi Comma," 7.

<sup>51</sup> Nur Hikmah, Sunandar, and Yovitha Yuliajantiningsih, "Implementasi Total Quality Management Dalam Peningkatan Mutu Sekolah Di SMA Negeri 1 Slawi Kabupaten Tegal," *Jurnal Manajemen Pendidikan (JMP)* 8, no. 1 (2019): 81.

dan konsisten. Nilai-nilai ini menjadi sikap dan milik seluruh anggota komunitas pendidikan pada unit sekolah itu.

- 4) Sekolah tersebut dari segi keamanan secara fisik dan psikologis terjamin, dalam arti kompleks sekolah tersebut sungguh-sungguh menanamkan sikap ramah lingkungan untuk hidup tertib, indah, rapi, aman, rindang, nyaman dan menjadikan orang betah di dalamnya.
- 5) Sekolah tersebut di dalamnya tercipta suasana yang humanis, terpeliharanya budaya dialog, komunikasi latihan bersama, dan adanya validasi.

Calon pelanggan jasa pendidikan (calon peserta didik atau wali murid) mempunyai harapan pendidikan ketika memilih lembaga pendidikan. Harapan ekspektasi pendidikan tersebut dipengaruhi oleh *word of mouth*, pengalaman, kebutuhan pribadi serta komunikasi eksternal dari lembaga pendidikan dan juga harga.

Orang tua yang memilih sekolah dasar untuk anaknya mungkin akan terpengaruh oleh saran atau cerita teman serta saudara. Selain itu mereka juga dipengaruhi oleh kebutuhan pribadinya terhadap masa depan anaknya. Orang tua yang ingin anaknya menjadi ulama akan menyekolahkan anaknya ke pesantren tradisional meski tidak memiliki ijazah yang diakui pemerintah dan orang tua yang sibuk akan memilih sekolah yang dilaksanakan sehari penuh.

Faktor lain yang mempengaruhi adalah pengalaman yang berhubungan dengan sekolah. Jika orang tua mempunyai pengalaman positif di suatu sekolah, dia akan memilih sekolah tersebut. Bukan hanya pengalaman menyekolahkan anak, tapi juga interaksi lain dengan pihak sekolah, seperti kunjungan ke sekolah atau interaksi dengan guru. Komunikasi eksternal melalui periklanan juga dapat mempengaruhi harapan lembaga pendidikan. Hal terakhir yang mungkin berdampak adalah harga atau biaya yang ditanggung orang tua selama anaknya bersekolah. Harganya bukan tergantung mahal atau murahnya, tapi kemampuan orang tua membayar.

Kotler dan Keller menjelaskan bahwa perilaku pelanggan mengacu pada tindakan memilih, membeli, menggunakan dan membuang barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang. Perilaku pelanggan dipengaruhi oleh faktor kultural, sosial dan juga personal.<sup>52</sup>

Faktor kultural berkaitan dengan suku, ras, wilayah tempat tinggal, agama dan kelas sosial (kaya atau miskin). Pilihan orang tua terhadap sekolah terhadap anaknya akan dipengaruhi oleh sosial budaya. Budaya masyarakat yang beragama mempengaruhi pilihan orang tua terhadap sekolah agama seperti madrasah atau pondok pesantren. Masyarakat tradisional atau pedalaman percaya bahwa tugas perempuan adalah mengurus keluarga, yang akan berdampak

---

<sup>52</sup> Juhaidi, "Pemasaran Jasa Pendidikan: Teori Dan Praktik," 9.

pada pilihan pendidikan anak perempuan seperti cuku mempunyai kemampuan membaca dan berhitung. Masyarakat yang berpenghasilan rendah memilih sekolah negeri yang tidak memungut biaya sekolah.

Faktor yang juga berpengaruh pada pilihan pendidikan yaitu faktor sosial seperti grup referensi, keluarga, serta status dan juga peran sosial. Grup referensi adalah kelompok yang dijadikan acuan oleh orang tua dalam memilih sekolah, termasuk teman yang bisa mempengaruhi pendapatnya. Sedangkan anak dipengaruhi oleh temannya.

Faktor personal merupakan faktor yang juga mempengaruhi keputusan pembelian barang dan jasa seperti karir, umur dan juga kemampuan finansial, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan juga nilai. Orang tua yang kondisi keuangan keluarga tidak stabil akan lebih memilih sekolah yang lebih murah atau tidak menjadi beban keuangan keluarga. Orang tua yang punya keterikatan dengan agama dan berpendapatan sedang atau lebih tinggi akan memilih sekolah yang mereka yakini sesuai dengan citra diri mereka. Maka dari itu, siswa dari keluarga muslim kelas menengah akan lebih memilih sekolah Islam daripada madrasah.

#### **b. Proses Pengambilan Keputusan dalam Memilih Sekolah**

Proses pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang melibatkan pilihan di antara dua atau lebih opsi tindakan atau

perilaku. Jika konsumen memiliki pilihan, konsumen perlu memiliki beberapa alternatif. Pemasar bertugas memahami perilaku pembeli pada setiap tahapan proses keputusan pembelian, yang mencakup langkah-langkah yang diambil oleh konsumen saat membeli atau menggunakan suatu produk.

St. Elmo Lewis mengemukakan bahwa model klasik yang menjelaskan proses yang dilalui pelanggan sebelum melakukan pembelian dikemukakan yaitu yang dikenal dengan AIDA Model. Ia mengatakan tahapan yang harus dilalui sebelum memutuskan membeli adalah *attention, interest, desire* dan *action*.<sup>53</sup>

*Attention* merupakan tahap awal yang muncul ketika masyarakat menyadari sekolah sebagai institusi dan apa yang ditawarkan sekolah. Keputusan memilih lembaga pendidikan dimulai dari perhatian. Mereka mengikuti dan mengetahui keberadaan sekolah melalui iklan, informasi dari orang tua, teman, kenalan, surat kabar atau media yang lainnya.

Tahap kedua yaitu muncul *interest* atau ketertarikan karena sekolah mempunyai sesuatu yang sesuai dengan harapannya. Ketertarikan ini diwujudkan dalam upaya mencari informasi tentang sekolah, bertanya kepada orang lain tentang sekolah, atau mengunjungi situs ataupun akun media sosial resmi sekolah. Siswa akan mencari informasi yang akan mengarahkan mereka untuk

---

<sup>53</sup> Mochamad Husni, Dyah Rachmawati Sugiyanto, and Frizki Nurnisya, *Reputasi Yang Berkarakter* (Jakarta: PT Media Piar Indonesia, 2017), 21.

mendaftar di sekolah. Mereka tertarik dengan produk atau aktivitas yang ditawarkan. Pada tahap ini penting bagi sekolah untuk mengkomunikasikan keunggulannya dibandingkan sekolah yang lain. Pada tahap ini orang tua/siswa akan mempunyai banyak pilihan untuk dipilih.

Berikutnya adalah *desire*, pada tahap ini calon pembeli sudah mulai tertarik untuk membeli produk kita. Mereka mampu membedakan *brand* kita dengan produk kompetitor. Terkadang mereka akan berinisiatif untuk mempelajari lebih lanjut tentang *brand* kita karena kita sudah mempunyai keinginan untuk membeli. Tahap ini adalah evaluasi alternatif. Orang tua atau siswa atau disebut pelanggan akan mengevaluasi sekolah yang tersedia. Pelanggan mengevaluasi tiga hal: (1) apakah sekolah memenuhi kebutuhannya; (2) pelanggan mencari manfaat belajar di sekolah tersebut; (3) pelanggan melihat berbagai program pembelajaran yang bermanfaat bagi mereka. Pada umumnya pelanggan jasa pendidikan fokus pada atribut proses pembelajaran. Program pembelajaran tambahan seperti program tahfidz, membaca Al-Quran itu menjadi perhatian utama pelanggan ketika memilih lembaga pendidikan.

Tahap terakhir adalah *action*, merupakan tahapan puncak dan tujuan utama pembelian. Jika calon pembeli berada pada posisi tersebut maka tujuan strategi pemasaran telah tercapai. Selama tahap keputusan pembelian, pelanggan mempertimbangkan beberapa

faktor. Pada tahap alternatif, pelanggan belum memutuskan sekolah mana yang akan dipilih. Mereka hanya menentukan di sekolah mana anaknya akan di didik. Pada tahap ini mereka memilih sekolah mana antara sekolah A atau sekolah B.

Dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan dalam memilih sekolah melibatkan beberapa langkah. Yang dimulai dari calon siswa atau orang tua pertama kali menyadari keberadaan sekolah, meningkatkan minat melalui pencarian informasi, mengembangkan keinginan berdasarkan evaluasi keunggulan sekolah, dan akhirnya mengambil tindakan pembelian dengan memilih sekolah yang paling sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Komunikasi efektif dan penonjolan keunggulan sekolah menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan minat calon siswa maupun orang tua siswa.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Creswell pendekatan kualitatif diartikan sebagai proses penelitian dan juga pemahaman berdasarkan metode penyelidikan fenomena sosial dan permasalahan manusia.<sup>54</sup> Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan tujuan menjelaskan suatu fenomena yang terjadi dilakukan melalui berbagai metode yang tersedia pada penelitian kualitatif. Metode yang biasa digunakan yaitu wawancara, observasi dan juga dokumentasi.<sup>55</sup>

Jenis penelitian ini menggunakan studi kasus karena yang menjadi lokasi penelitian hanya menyangkut fenomena dan juga realitas yang ada di lingkungan SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember. Studi kasus adalah suatu studi dimana peneliti menggali suatu fenomena atau kasus tertentu pada waktu dan kegiatan tertentu (program, peristiwa, proses, lembaga, ataupun kelompok sosial) dan mengumpulkan informasi rinci serta mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama jangka waktu tertentu. Sesuatu dijadikan kasus karena biasanya ada permasalahan, hambatan atau kesulitan serta penyimpangan namun bisa dijadikan kasus

---

<sup>54</sup> Eko Murdiyanto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN " Veteran", 2020), 19.

<sup>55</sup> Umar Sidiq, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 4.



walaupun tidak ada masalah, tetapi dijadikan kasus karena keunggulan ataupun keberhasilannya.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan tempat dimana penelitian dilaksanakan. Wilayah penelitian umumnya mencakup informasi mengenai lokasi seperti desa, organisasi, peristiwa, teks dan lain sebagainya serta unit analisis. Pada penelitian ini peneliti mengambil lokasi di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember yang terletak di tengah-tengah kota alun-alun Jember di Jalan Sultan Agung No. 2 Jember.

Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena dilakukan dengan beberapa pertimbangan yaitu:

1. SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember merupakan sekolah yang memiliki daya tarik yang sangat besar kepada calon peserta didik baru, terbukti dengan berdirinya SD Al-Baitul Amien 02 dan SD Al-Baitul Amien 03.
2. SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember tidak hanya memberikan bekal ilmu pengetahuan saja tetapi juga memberikan bekal ilmu agama.
3. SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember menyediakan fasilitas yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan dalam belajar dan mengajar.

## **C. Subyek Penelitian**

Pada tahap ini peneliti menentukan beberapa informan, yaitu orang yang memberikan informasi dan juga merupakan orang yang benar-benar mengetahui terkait permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini

peneliti menggunakan teknik *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, karena peneliti membutuhkan data berupa sumber informan yang dianggap lebih tahu dengan apa yang peneliti harapkan relevan dengan judul penelitian yaitu tentang strategi *School Branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember.

Oleh sebab itu teknik ini dibutuhkan oleh peneliti untuk menentukan narasumber. Subyek yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepala sekolah

Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M selaku kepala sekolah SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember menjadi subjek penelitian karena kepala sekolah adalah salah satu orang yang memiliki hak dan juga wewenang dalam mengambil kebijakan aktivitas semua guru.

2. Ketua Yayasan

Bapak Drs. H. Misrawie, MM selaku ketua yayasan Al-Baitul Amien menjadi subjek penelitian karena ketua yayasan dapat memberikan pemahaman mengenai visi sekolah.

3. Koordinator Kurikulum

Ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd selaku koordinator kurikulum dan juga guru SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember menjadi subjek penelitian karena koordinator kurikulum paham mengenai kurikulum pembelajaran siswa di sekolah.

#### 4. Koordinator Kesiswaan

Ibu Luluatul Azizah, S.Pd selaku koordinator kesiswaan dan juga guru SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember menjadi subjek penelitian karena koordinator kesiswaan yang bertanggung jawab menangani seluruh kegiatan siswa.

#### 5. Wali Murid

Ibu Dr. Hj. Luluk Mashluchah SHI,. M.Pd.I dan Ibu Dewi Rahmawati merupakan orang tua dari siswa yang sekolah di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember, wali murid menjadi subjek penelitian karena mereka lebih mengetahui output atau hasil dari strategi *school branding* yang diterapkan di sekolah.

Wawancara dengan Ibu Dr. Hj. Luluk Mashluchah SHI,. M.Pd.I dilakukan pada hari kelulusan siswa di SD Al-Baitul Amien 01 Jember sehingga peneliti mengetahui kepuasan wali murid yang menyatakan puas dengan hasil belajar anaknya selama sekolah di SD Al-Baitul Amien 01 Jember.

Wawancara dengan Ibu Dewi Rahmawati menyatakan bahwa keempat anaknya semuanya sekolah di SD Al-Baitul Amien 01 Jember dan pada saat peneliti melakukan wawancara ketiga anaknya masih bersekolah di SD Al-Baitul Amien 01 Jember sehingga peneliti mengetahui kepuasan yang dirasakan wali murid sehingga terus memberikan kepercayaannya kepada SD Al-Baitul Amien 01 (*full day school*) Jember untuk terus mendidik anak-anaknya.

#### 6. Peserta Didik

Adzki Ahmad Sakti dan Faiq Zaidan yaitu siswa kelas 6 SD Al-Baitul Amien 01 Jember yang menjadi subjek penelitian karena peserta didik merupakan pelaku yang juga ikut berperan dalam hal ini.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling strategis dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data karena tujuan dari penelitian yaitu memperoleh data. Tanpa pengetahuan tentang teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan bisa memperoleh data yang memenuhi standar data yang ditentukan. Pada penelitian kualitatif, penelitian data di kondisi yang alamiah atau *natural setting*, menggunakan sumber data primer dan juga teknik pengumpulan data lebih fokus pada observasi partisipatif atau disebut *participant observation*, dan juga wawancara mendalam atau *indepth interview* serta dokumentasi.<sup>56</sup>

Mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Observasi adalah proses melihat serta mengamati, mencermati dan juga merekam tingkah laku secara sistematis untuk tujuan tertentu. Tujuan observasi yaitu mendeskripsikan tingkah laku objek dan memahaminya, atau bisa juga sekedar ingin mengetahui frekuensi kejadian. Berdasarkan pengertian tersebut maka inti observasi yaitu perilaku yang terlihat serta tujuan yang akan dicapai. Perilaku yang tampak itu berupa perilaku yang

---

<sup>56</sup> Hikmatul Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 122.

bisa dilihat langsung oleh mata, bisa didengar dan dihitung serta juga bisa diukur.<sup>57</sup>

Sukmadinata menyatakan observasi atau pengamatan adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan cara mengamati kegiatan yang sedang berlangsung.<sup>58</sup> Jenis observasi pada penelitian ini yaitu non partisipan karena peneliti tidak dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan orang yang sedang atau yang dijadikan sumber data penelitian. Berdasarkan teknik observasi, data yang diperoleh adalah:

a. Penerapan strategi *school branding* yang meliputi :

- 1) Pelayanan sekolah meliputi pelatihan al-qur'an bagi guru
- 2) Prestasi
- 3) Pengajaran aswaja melalui pembiasaan siswa
- 4) Pembelajaran al-qur'an
- 5) Sarana dan prasarana

b. Dampak strategi *school branding*

- 1) Terbentuknya karakter siswa
- 2) Kepuasan siswa

Untuk memperoleh data observasi yang lebih sempurna, peneliti memakai alat bantu pada saat proses observasi yaitu *handphone* untuk merekam suara dan gambar serta buku catatan.

2. Wawancara

<sup>57</sup> Murdiyanto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*, 54.

<sup>58</sup> Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 124.

Wawancara adalah suatu peristiwa atau proses di mana pewawancara berinteraksi dengan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. Dapat juga dikatakan bahwa wawancara adalah percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, pewawancara langsung menanyakan objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini adalah wawancara mendalam, artinya kegiatan wawancara lebih bebas dan tidak selalu harus mengacu pada pedoman wawancara yang disusun secara sistematis. Data wawancara yang didapat antara lain:

a. Penerapan strategi *school branding* meliputi :

- 1) Pelayanan SD Al-Baitul Amien
- 2) Prestasi
- 3) Pembelajaran aswaja
- 4) Penerapan pembelajaran al-qur'an
- 5) Sarana dan prasarana

b. Dampak strategi *school branding* meliputi :

- 1) Kepuasan wali murid
  - 2) Pengalaman belajar siswa dan kepuasan terhadap fasilitas
3. Dokumentasi

Asal kata dokumentasi adalah dokumen yang berarti barang tertulis. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengumpulan data yang didapat melalui dokumen. Dokumen adalah

catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa teks atau tulisan, gambar, ataupun karya monumental dari seseorang.<sup>59</sup>

Dokumentasi dilakukan untuk mendukung kredibilitas data wawancara dan observasi. Adapun data yang didapat melalui teknik dokumentasi antara lain:

a. Penerapan strategi *school branding* meliputi :

- 1) Pelatihan al-qur'an bagi guru
- 2) Data prestasi siswa
- 3) Pembelajaran aswaja
- 4) Pembelajaran al-qur'an
- 5) Sarana dan prasarana

c. Dampak strategi *school branding* meliputi :

- 1) Buku agenda siswa terkait data ibadah dan data prestasi harian
- 2) Laporan data siswa 10 tahun terakhir

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis data yang didapat dari hasil wawancara, catatan lapangan dan juga dokumentasi sehingga bisa dipahami dengan mudah.<sup>60</sup> Menurut Miles,

Huberman dan Saldana terdapat tiga aktivitas yang terjadi secara bersamaan

---

<sup>59</sup> Hardani et al., 150.

<sup>60</sup> Siti Fadjarajani et al., *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2020), 202.

dalam analisis data kualitatif yaitu kondensasi data, penyajian data dan kesimpulan.<sup>61</sup>

### 1. Kondensasi Data

Kondensasi data merujuk pada langkah-langkah pemilihan, fokus, penyederhanaan, abstrak, dan transformasi data yang muncul dalam teks lengkap termasuk catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan juga materi empiris lainnya. Dalam penelitian ini peneliti mengkondensasi data melalui cara meringkas data hasil dari wawancara, observasi serta dokumentasi dapat dihubungkan satu sama lain, memperkuat setiap data yang dikumpulkan dan mempermudah pemahaman peneliti saat melakukan analisis data.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan mengumpulkan informasi sehingga memberikan kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Setelah reduksi data maka setelah itu adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa deskripsi singkat, tabel, dan lain-lain. Namun yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menyajikan data adalah teks naratif yang digunakan untuk menyajikan hasil wawancara dengan informan serta tabel yang digunakan untuk memudahkan pembaca memahami data penelitian, seperti tabel dan bagan untuk melengkapi

---

<sup>61</sup> B Miles Matthew, Huberman A Michael, and Saldaña Johnny, "Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook" (Sage Publications, 2014), 31–33.



proses analisis dan menjadikan hasil penelitian lebih menarik serta bisa ditarik kesimpulan.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga dalam analisis data kualitatif. Kesimpulan yang diajukan pada awalnya masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti pendukung yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun apabila kesimpulan yang diajukan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang diajukan dapat dipercaya.<sup>62</sup>

## F. Keabsahan Data

Pada penelitian ini keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi merupakan suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan sesuatu selain data tersebut untuk memeriksa atau membandingkan dengan data tersebut.<sup>63</sup> Pada pengujian data yang didapat peneliti menggunakan triangulasi sumber dan juga triangulasi teknik yaitu:

### 1. Triangulasi Sumber

Dalam menguji kredibilitas data melalui triangulasi sumber dilakukan dengan memeriksa data yang diperoleh dari beberapa sumber.

Triangulasi sumber berarti memperoleh data dari sumber yang berbeda

---

<sup>62</sup> Fadjarajani et al., *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*, 205.

<sup>63</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Deepublish, 2020), 76.

dengan menggunakan teknik yang sama. Triangulasi sumber dilaksanakan dengan memeriksa informasi ataupun data yang diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Data ini kemudian ditanyakan kepada informan lain yang masih berhubungan. Misalnya untuk mengetahui strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 Jember, maka peneliti melakukan wawancara dengan kepala sekolah dan juga guru.

## 2. Triangulasi Teknik

Teknik triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data terhadap sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh melalui wawancara kemudian diperiksa melalui observasi atau dokumentasi.<sup>64</sup> Contoh dalam menguji data tentang strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 Jember yang telah dilakukan dengan wawancara lalu di cek kembali dengan observasi dan dokumentasi.

## G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian perlu dijelaskan secara rinci agar mempermudah peneliti menyusun rancangan penelitian yang mencakup kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan data, analisis data sampai dengan penulisan laporan. Tahapan penelitian tersebut yaitu:

### 1. Tahap pra-lapangan

---

<sup>64</sup> Murdiyanto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*, 69.

Tahap pra-lapangan adalah tahap yang menentukan apa saja yang harus dilakukan peneliti sebelum masuk ke lapangan obyek studi:

a. Menyusun rencana penelitian

Dalam menyusun rencana, peneliti menetapkan hal-hal seperti judul penelitian, alasan penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, objek penelitian dan metode yang digunakan dan memulai konsultasi dengan dosen pembimbing.

b. Memilih lokasi penelitian

Memilih lapangan penelitian sebagai tahap penetapan peneliti melakukan suatu penelitian, peneliti mengambil lokasi SD Al-Baitul Amien 01 Jember sebagai tempat penelitian.

c. Pengurusan surat izin penelitian

Penelitian ini berada di lembaga formal dan perlu perizinan untuk melakukan penelitian, yaitu permintaan surat pengantar dari UIN Kiai Achmad Siddiq Jember yang diberikan kepada yayasan Al-Baitul Amien, setelah mendapatkan surat acc izin penelitian dari yayasan

selanjutnya menyerahkan surat acc tersebut kepada kepala sekolah SD

Al-Baitul Amien 01 Jember.

d. Menilai keadaan lapangan

Setelah mendapat izin dari pihak tempat penelitian maka dilakukan penjajakan sebagai awal tindakan peneliti agar lebih mengerti latar belakang dari objek penelitian.

e. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mempersiapkan alat-alat yang diperlukan untuk mengumpulkan data seperti alat perekam, catatan, camera dan lainnya untuk perolehan data.

f. Memilih informan

Informan perlu dipilih melalui perekrutan yang ketat untuk memperoleh data yang valid dari sumber yang akurat yang mengkomunikasikan maksud dan tujuan peneliti.

2. Tahap pelaksanaan

Pelaksanaan lapangan meliputi memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan penelitian, mengumpulkan data yang diperlukan data observasi, wawancara dan juga dokumentasi serta menyempurnakan data yang belum lengkap.

3. Tahap pelaporan

Pada tahapan akhir, tahapan dilakukan setelah data terkumpul untuk mendapatkan kesimpulan dari fokus penelitian, tahapan ini dilaksanakan sesuai dengan analisis data yang sudah direncanakan sebelumnya.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya Sekolah Dasar Al-Baitul Amien (*Full Day School*)

###### Jember

Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember, yang didirikan secara resmi pada tanggal 30 April 1976 dengan akta notaris No.76 Th. 1973.jo.No. 22 Th. 1976, dengan tujuan utama memakmurkan Masjid Jami' Al Baitul Amien (lama maupun baru), serta meningkatkan daya guna dan eksistensinya, baik di bidang Ubudiyah, Sosial, Pendidikan, maupun Pembangunan Visinya.

Guna mencapai tujuan tersebut yayasan telah melakukan usaha-usaha antara lain: bidang pendidikan formal maupun non formal yang meliputi: TPA, TK, SD (*Full Day School*), dan SMP (*Full Day School*).

Seiring dengan didirikannya TK Al Amien pada tahun 1986 yang sebelumnya bernama TK Islam Al Amien, yang saat itu Yayasan Masjid Jami' (nama asal Yayasan Ta'mir Masjid) dipimpin oleh almarhum KH. Shodiq Machmud, SH. Mengingat perkembangan dan tuntutan masyarakat terutama wali murid TK Al Amien yang mengharapkan adanya lembaga lanjutan dari TK tersebut. Sebagai respon dari tuntutan tersebut maka pengurus yayasan saat itu, terutama ketua bidang pendidikan yang saat itu diketuai oleh Bapak Achmad Marba'i, SH. MS. Langsung mengadakan rapat guna membahas hal tersebut.

Pembahasan akan didirikannya SD Al Baitul Amien oleh yayasan kepengurusan lama berlangsung mulai tahun 1993. Namun hingga wafatnya ketua yayasan belum juga terealisasi, baru pada tahun 1997 lembaga ini berdiri, dan semakin mantap seiring dengan adanya reformasi kepengurusan yayasan dengan diangkatnya KH. Drs. Yusuf Muhammad LML sebagai ketua yayasan pada tahun 1998. Dan terutama juga dengan ditunjuknya Drs. Mudatsir, AM sebagai *Al Mudier* atau manajer selaku pelaksana harian yayasan, maka dalam jangka kurang lebih 2 minggu, kepengurusan akta pendirian sekolah berhasil didapat.

Setelah akta pendirian didapat, maka segera diadakan komunikasi antar pribadi dengan satu dua pengurus yayasan dan langsung dilakukan langkah-langkah taktis, mengingat turunnya akta pendirian SD tersebut kira-kira hanya dua bulan sebelum tahun pelajaran baru sekolah. Maka “pencarian” murid saat itu hanya melalui brosur dan informasi yang sangat terbatas, sehingga pada tahun pertama hanya mendapatkan siswa tujuh anak, itu pun didapat bukan dari informasi yang disebarakan tetapi dari hasil musyawarah *Al Mudier* dengan masyarakat sekitar masjid saja. Sehingga saat itu murid angkatan pertama seluruhnya berasal dari sekitar masjid atau orang-orang yang relatif aktif di kegiatan masjid.

Berdasarkan hasil studi banding ke Al Hikmah, maka mulai tahun pertama inilah proses pendidikan diproses sehingga terbentuk menjadi sebuah sistem pendidikan dan pengajaran yang berlanjut hingga sampai saat ini.

## 2. Perkembangan SD Al Baitul Amien (Full Day School) Jember

Mengacu pada visi dan misi SD Al Baitul Amien (Full Day School) Jember, yakni terwujudnya lulusan yang berakhlak mulia dan berprestasi akademis optimal. Sehingga sekolah melakukan berbagai usaha untuk meningkatkan mutu pendidikan SD Al Baitul Amien (Full Day School) Jember, antara lain melakukan berbagai pelatihan dan peningkatan kualifikasi guru, magang di SD lain, pengadaan buku dan alat pelajaran, perbaikan sarana dan prasarana pendidikan lainnya, dan peningkatan mutu manajemen sekolah.

Upaya meningkatkan kualitas pendidikan SD Al Baitul Amien (*Full Day School*) Jember tidak pernah berhenti. Berbagai terobosan terus dilakukan oleh pihak sekolah. Upaya itu antara lain dalam bidang pengelolaan sekolah dan peningkatan sumber daya tenaga pendidik/guru. Salah satu contoh usaha yang dilakukan untuk meningkatkan sumber daya tenaga pendidik/guru yakni mengadakan Pelatihan Lesson Study, Pelatihan Kurikulum 2013, dan berbagai pelatihan lainnya yang sudah diagendakan. Dan untuk menyamakan persepsi pola pendidikan yang baik dan benar antara pihak sekolah dengan orang tua (wali murid), maka sekolah mengadakan pelatihan Quantum Parenting. Adapun tujuan dari semua pelatihan tersebut adalah membentuk sistem pembelajaran yang menyenangkan bagi peserta didik.

SD Al-Baitul Amien terdiri dari tiga lembaga yaitu SD Al-Baitul Amien 01 (*Full Day School*) beralamat di Jl. Raya Sultan Agung No 2

Jember, Jember Lor, Kec. Patrang, Kab. Jember, Jawa Timur, SD Al-Baitul Amien 02 (*Full Day School*) beralamat di Jl. Imam Bonjol No 45 A Jember, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kab. Jember, Jawa Timur, dan SD Al-Baitul Amien 03 (*Full Day School*) yang beralamat di Jl. Singosari Gg. III No.51, Lingkungan Sumber Pak, Kebonsari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Dan pada penelitian ini berfokus pada SD Al Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember.

### 3. Profil Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember

Nama Sekolah : SD AL-BAITUL AMIEN  
 Alamat : Jl. Sultan Agung No.02 Jember  
 No. Telepon : (0331) 483552  
 Email : sd.abaj.jbr@gmail.com  
 Nama Yayasan : Yayasan Masjid Jami' Al-Baitul  
 Amien Jember

Alamat Yayasan & No. Telpon : Jl. Sultan Agung No.02 Jember /  
 (0331) 485137

NSS / NPSN : 102052418002 / 20525029

Jenjang Akreditasi/ Tahun : A / 2019

Nama Kepala Sekolah : Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M

Tahun didirikan/Beroperasi : 1997

Kepemilikan Tanah/Bangunan : Milik Yayasan

Luas Tanah / Status : 12.252 m<sup>2</sup> / Hak Pakai



#### **4. Letak Geografis Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember**

Lokasi SD Al-Baitul Amien 01 Jember sangat strategis yaitu terletak di jalan Raya Sultan Agung No.2 Jember. Batas utara sekolah ini berbatasan dengan Masjid Jami' Al-Baitul Amien dan pendopo dan pada batas selatan berbatasan dengan kantor grapari telkomsel. Batas sebelah barat berbatasan dengan pertokoan dan ruko-ruko dan pada batas sebelah timur yaitu berbatasan dengan Alun-Alun Kota Jember.

#### **5. Visi Misi Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember**

##### **a. Visi**

“Terwujudnya lulusan yang sholih dan cerdas”

##### **b. Misi**

- 1) Memantapkan aqidah ahlu sunnah wal jamaah;
- 2) Melaksanakan ibadah dengan tekun dan istiqomah;
- 3) Menanamkan sikap terpuji pada orang tua dan sesama manusia;
- 4) Menanamkan pembiasaan budaya dan peduli lingkungan;
- 5) Memantau sikap siswa di sekolah dan di rumah;
- 6) Menanamkan semangat juang dan semangat kebangsaan;
- 7) Melaksanakan pembinaan bakat dan minat;
- 8) Melatih keterampilan dan berkesamaptaan;
- 9) Menanamkan kecakapan hidup dan berwawasan global.

#### **6. Struktur Organisasi Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember**

Struktur organisasi di S Al-Baitul Amien 01 Jember terdiri dari Kepala Sekolah yang bertugas memimpin yaitu Muzakki Hidayat, S.Ag, M.M. Ka. Tata Usaha yaitu Maulana Arifianto. Koord. Kesiswaan yaitu Luluatul Azizah, S.Pd. Koord. Kurikulum yaitu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd. Koord. Sarana dan Humas yaitu Imam Syafi'i.

#### **7. Keadaan Guru dan Karyawan Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember**

Berdasarkan observasi dan dokumentasi yang didapatkan, peneliti mendapatkan data pendidik dan tenaga kependidikan Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember pada Tahun Pelajaran 2023/2024 yaitu tenaga pendidik atau guru berjumlah 58 termasuk juga dengan Kepala Sekolah, tenaga pustakawan 1 orang, petugas UKS 1 orang, staf tata usaha berjumlah 5 orang, petugas kebersihan berjumlah 10 orang, keamanan berjumlah 4 orang dan rumah tangga berjumlah 5 orang.<sup>65</sup>

#### **8. Keadaan Siswa Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember**

Keadaan siswa di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember jumlahnya sangat besar hal ini dapat dilihat dari terpenuhinya kuota ketika dibuka pendaftaran untuk peserta didik baru dan dapat dilihat dari data siswa sebagaimana yang telah dilampirkan. Pada pendaftaran peserta didik baru jika telah memenuhi kuota maka pendaftaran akan ditutup dan jika melebihi kuota maka akan diuji dengan melakukan tes wawancara dan

---

<sup>65</sup> Observasi dan dokumentasi di SD Al-Baitul Amien 01 Jember, 25 Mei 2023.

tanya jawab dengan peserta didik yang dilakukan oleh tim observer untuk melihat kecakapan dan kesiapan anak masuk ke sekolah dasar.<sup>66</sup>

## **9. Sarana dan Prasarana Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember**

Keadaan gedung SD Al-Baitul Amien 01 Jember yang telah terakreditasi A dapat dikatakan bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki sangat baik dan juga memadai dengan jumlah kelas yaitu 23 kelas disertai dengan fasilitas yang juga memadai. Hal tersebut dapat dilihat dari kelengkapan ruang yaitu ruang kepala sekolah dan ruang TU, ruang guru dan koord. bidang, kamar mandi berjumlah 14 dengan kamar mandi kecil 8 dan kamar mandi besar 6, ruang UKS, ruang perpustakaan, ruang lab IPA, ruang lab komputer, ruang makan atau dapur, ruang guru al-qur'an, ruang ibadah, ruang olahraga atau halaman, 5 gudang dan 4 tempat wudhu, semuanya dalam kondisi baik.<sup>67</sup>

### **B. Penyajian Data dan Analisis**

Sesuai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menyajikan tiga macam pengumpulan data yaitu hasil observasi yang dilakukan peneliti yang kemudian akan diperkuat dengan data hasil wawancara dan juga dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, maka akan disajikan data-data yang mengacu pada fokus penelitian yang ditetapkan yaitu:

<sup>66</sup> Observasi dan dokumentasi di SD Al-Baitul Amien 01 Jember, 25 Mei 2023.

<sup>67</sup> Observasi di SD Al-Baitul Amien 01 Jember, 25 Mei 2023.

## 1. Penerapan Strategi *School Branding* dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School Jember*

Berdasarkan hasil wawancara dan juga hasil pengamatan peneliti selama di lokasi, terdapat beberapa strategi *school branding* yang diterapkan oleh SD Al-Baitul Amien 01 Jember, yang mana strategi-strategi tersebut dapat meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru, masyarakat dan terutama bagi orang tua karena orang tua merupakan salah satu faktor penting dalam memilih sekolah untuk anaknya dan orang tua pasti ingin memberikan pendidikan yang terbaik untuk anaknya.

### a) Pelatihan Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Guru adalah *branding* bagi sekolah, sehingga pelatihan bagi tenaga pendidik dan tenaga kependidikan menjadi penting karena dapat meningkatkan keterampilan profesional, sebagaimana dengan pernyataan Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M yang menyatakan:

“Termasuk juga guru menjadi *branding* juga bagi kita semuanya karena guru bisa berpakaian bagus bersikap yang ramah sopan di rumah itu juga menjadi *branding* bagi kita, bahwa ini guru dimana dan kendaraan-kendaraannya protolan misalnya itu bisa menurunkan nama baik sekolah jadi juga harus bersikap yang baik dan benar cuman ampuh termasuk juga di jalan raya tidak ada bagi kita itu lampu merah terus dibelakangnya ada stikernya Baitul Amien. Pantang bagi kita melakukan hal-hal yang bertentangan dengan satu, dengan syariat islam, kedua dengan akhlaqul karimah, karena kita adalah satu sebagai orang Islam, yang kedua kita bekerja sebagai guru, guru itu harus digugu dan ditiru dimana tempat kerjanya di Baitul Amien, jika itu melakukan kebaikan maka orang itu akan melihat oh sekolahnya di sana tapi kalau kita melakukan kejelekan misalnya ditangkap pencuri atau misalnya naudzubillahimindzalik bertengkar, sekolahnya

dimana? ngajarnya dimana? di Baitul Amien, oh ojek sekolah disitu gurunya loh kayak gitu, jadi itu etalase kita jadi kita itu seperti barang di etalase bisa dilihat dari mana saja sehingga bagi kita sekali kita berakhlaqul karimah seterusnya kita, karena Rasulullah diutus ke dunia ini adalah dalam rangka menyempurnakan akhlak gimana hadistnya *وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ* yang satunya ‘Dan aku tidak diutus ke dunia ini selain untuk menyempurnakan akhlak yang mulia’ jadi itu. Untuk guru nya itu ada pelatihan setiap hari bahkan guru-guru itu mengikuti pelatihan online di sekolah juga ada pelatihan rutin itu ada pelatihan baca Qur’an setiap 2 pekan sekali harus di update jadi bacaan Alquran nya harus meningkat. Yang kedua pelatihan di manajemen classroom jadi saya lantik semua itu 3 hari di Surabaya dilantik bagaimana mengelola kelas ada ceklis nya setiap kelas itu. Pelatihan pada pegawai juga gitu selain guru, cs, juru masak dapur itu kami datangkan pelatih dari hotel Indonesia Jakarta terus itu seperti apa cara bersihkannya terus penampilannya seperti apa seperti di hotel itu<sup>68</sup>



**Gambar 4. 1**  
**Pelatihan Al-Qur’an Guru SD Al-Baitul Amien Jember**

Dalam meningkatkan pelayanan, sikap dan keterampilan guru harus ditingkatkan dengan pelatihan, dengan adanya pelatihan tersebut maka akan menunjang kinerja guru serta meningkatkan pengetahuan guru. Sebagaimana yang disampaikan Kepala Sekolah bahwa guru juga ada pelatihan terutama pelatihan mengenai

<sup>68</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

keagamaan, hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan Koordinator kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd yang menyampaikan:

“Pelatihan kita bukan hanya pelatihan untuk kinerja saja mbak kita juga ada pelatihan tentang keagamaan bagi guru-guru, satu ada pelatihan tentang al-quran jadi di samping kita menunjang kinerja kita, kita juga menunjang tentang keagamaan jadi guru bukan hanya oh kinerja aja nih biar bagus nggak tapi Al-Qurannya juga jalan sama seperti anak-anak, pelatihan Al-Qur'an ini bukan hanya untuk guru-guru Al-Qur'an saja mboten jadi semua keluarga besar ada pelatihan Al-Qur'an ini jadi di sini kan ada pelajaran Al-Qur'an nih bukan hanya guru Al-Qur'an aja ini tanggung jawabnya mboten tapi semua keluarga besar guru yang ada di sini juga bertanggung jawab terhadap pembelajaran Qur'an tersebut maka dari itu diadakan suatu pelatihan Al-Qur'an untuk semua anggota keluarga besar. Kalau untuk baca Al-Qurannya rutin kita di setiap Sabtu tapi bukan pelatihan ini membaca Alquran bersama jadi kita dikelompokkan nih dikelompokkan dengan ustadz siapa gitu tapi untuk pelatihannya nanti satu tahun itu satu kali itu untuk pelatihan Al-Qur'an untuk pembenaran bacaan seperti itu ada misalkan lagu baru itu di saat pelatihan itu. Semua guru ikut pelatihan itu kalau yang keagamaan”<sup>69</sup>



**Gambar 4. 2**  
**Diklat Standarisasi Guru Al-Qur'an Metode Tilawati Level 2**

Adanya pelatihan keagamaan tentang al-qur'an bagi guru ini sangat penting dilakukan dalam meningkatkan pelayanan terbaik

<sup>69</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

karena SD Al-Baitul Amien menggunakan kurikulum yang memadukan antara kurikulum diknas (intrakurikuler) dengan kurikulum khas, pada kurikulum khas ini terdiri dari bahasa arab, doa harian, al-qur'an dan juz amma (BTA). Sebagaimana pernyataan Kepala Sekolah Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M beliau menyatakan bahwa:

”Keunikan yang pertama sekolah ini memadukan antara kurikulum diknas dan kurikulum khas yayasan sehingga sekolah ini jadi tumpuan bagi semua wali murid dan itu terbukti dari tahun ke tahun jumlah peminat itu semakin bertambah”<sup>70</sup>

Begitu pula yang disampaikan oleh Koordinator kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd yang juga menyampaikan mengenai kurikulum yaitu :

“Jadi Kurikulum dari diknas itu adalah intrakurikuler, terus kita tambah sendiri dengan kurikulum khas, ini kekhasan kita ini doa harian ada Al-Qur'an, bahasa arab itu kekhasan kita, itu ada penunjangnya yaitu konvensional, kalok yang wajib di negeri itu yang intrakurikuler itu wajib semua negeri pasti ada, disini pun juga tetap ada”<sup>71</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>70</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

<sup>71</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

STRUKTUR KURIKULUM							
SD AL BAITUL AMIEN (FULL DAY SCHOOL) JEMBER							
TAHUN PELAJARAN 2023/2024							
NO	MATA PELAJARAN	KELAS					
		1	2	3	4	5	6
<b>A</b>	<b>INTRA KURIKULER</b>						
	1. Pendidikan Agama Islam dan Budi pekerti	3	3	4	3	3	4
	2. Pendidikan Pancasila	4	4	8	4	4	4
	3. Bahasa Indonesia	6	6	6	6	6	4
	4. Matematika	5	5	4	5	5	6
	5. Ilmu Pengetahuan Alam						3
	6. Ilmu Pengetahuan Sosial				4	4	3
	7. Seni dan Budaya	3	3	4	3	3	4
	8. Pendidikan Jambori Olahraga dan Kesehatan	3	3	4	3	3	4
	9. Bahasa Inggris	2	2	2	2	2	2
<b>B</b>	<b>KURIKULUM KHAS</b>						
	1. Bahasa Arab	2	2	2	2	2	2
	2. Da'ia Harian	2	2	2			
	3. Al Qur'an & Jaz' Amma (BFA)	10	10	8	8	8	8
<b>C</b>	<b>MULOK / PENUNJANG</b>						
	1. Bahasa Jawa	2	2	2	2	2	2
<b>D</b>	<b>EKTRA KURIKULER</b>						
	1. Pramuka	3	3	3	3	3	3
	2. TIK	2	2	2	2	2	2
	3. Pembinaan Bakat (Pilihan)	2	2	2	2	2	2
<b>E</b>	<b>NO KURIKULER</b>						
	PS	4	4		4	4	
<b>TOTAL</b>	<b>A + B + C + D + E</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	<b>53</b>

**Gambar 4. 3**  
**Struktur Kurikulum SD Al-Baitul Amien 1 Jember**

b) Membangun Sekolah dengan Prestasi

Prestasi merupakan strategi yang dapat meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru terutama bagi orang tua, dimana prestasi menjadi hal yang penting karena semua orang tua pasti ingin anaknya menjadi anak yang berprestasi. Dengan banyaknya prestasi

siswa yang telah diraih di sekolah, maka hal itu akan menjadi daya tarik bagi masyarakat sehingga mereka tertarik untuk menyekolahkan anaknya di tempat tersebut. Mengenai prestasi, Bapak Muzakki

Hidayat, S.Ag., M.M selaku Kepala Sekolah menjelaskan :

“Yang kedua selain pelayanan, kita juga membangun sekolah ini dengan prestasi. Bisa dilihat semua prestasi dibelakang ini prestasi itu semua juara umum itu adalah hasil jerih payah guru dan telah berhasil, sehingga sekolah ini mampu menjadi pusat prestasi karena sekolah ini berada di tengah-tengah kota maka kita tidak boleh kalah dengan sekolah yang ada di pinggiran semua informasi awal itu kita harus tahu terlebih dahulu dan karenanya prestasi adalah merupakan tiang bagi



kami dalam rangka menegakkan sekolah ini dan juga bisa menjadi mercusuar terhadap wali murid dimana kalau mau menyekolahkan anaknya berprestasi di Baitul Amien. Di program unggulan itu ada tahfidz setiap hari itu jam 6 anak-anak itu yang sanggup aja dan ternyata banyak juga yang datangnya pagi sehingga bisa mengikuti program tahfidzul qur'an, itu jadi *branding* juga, program unggulan juga ada olimpiade matematika sama ipa, itu kapan saja ada lomba itu kami siap karena sudah disiapkan jam 6 juga masuknya, al-quran juga begitu setiap hari jadi kami punya persiapan untuk misalnya ada lomba kapan saja”<sup>72</sup>



**Gambar 4. 4**  
**Prestasi Siswa di SD Al-Baitul Amien 01 Jember**



**Gambar 4. 5**  
**Prestasi Siswa di SD Al-Baitul Amien 01 Jember**

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa prestasi adalah tiang bagi sekolah dalam rangka menegakkan

<sup>72</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

sekolah. Di SD Al-Baitul Amien 01 Jember juga terdapat program unggulan seperti tahfidz, olimpiade matematika dan IPA sehingga dengan adanya program unggulan maka kapanpun ada lomba sekolah siap karena siswa sudah ada persiapan melalui program unggulan yang ada di sekolah. Prestasi siswa juga tidak terlepas dari peran guru yang ikut serta dalam mendidik dan membimbingnya. Prestasi di SD Al-Baitul Amien dapat dibuktikan berdasarkan data berikut :

**Tabel 4.1**  
**Data Prestasi Siswa**  
**SD Al-Baitul Amien (Full Day School) Jember**

TINGKAT PRESTASI (JUARA 1,2,3)	JUMLAH PRESTASI
KECAMATAN	69
KABUPATEN	323
PROVINSI	100
NASIONAL	24
INTERNASIONAL	7

Banyaknya prestasi yang diraih itu telah sesuai dengan visi SD Al-Baitul Amien 01 Jember yaitu terwujudnya lulusan yang sholih dan cerdas. Keterangan tersebut diperkuat oleh pernyataan yang diungkapkan oleh Koordinator Kesiswaan yaitu Ibu Luluatul Azizah, S.Pd beliau mengatakan :

*“Branding kita adalah sesuai visi misi ya mencetak generasi yang sholeh dan cerdas maka kita pastikan jika anak-anak sudah mencapai visi itu, karena jika visi kita sudah tercapai secara tidak langsung ataupun secara langsung sesungguhnya*

itu adalah strategi kita untuk melakukan *school brandingnya*, jadi dengan mencapai visi dari sekolah begitu”<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi menunjukkan bahwa prestasi adalah strategi *school branding* yang dapat meningkatkan daya tarik masyarakat dalam memilih sekolah untuk anaknya.

c) Promosi

Promosi yang dilakukan di SD Al-Baitul Amien 01 Jember tidak terlampau gencar karena banyak dari masyarakat mengetahui sekolah karena komunikasi mulut ke mulut (*word of mouth*) baik itu dari saudara, teman dan juga tetangga. Selain itu masyarakat juga mengetahui karena telah melihat secara langsung bagaimana output yang dihasilkan oleh SD Al-Baitul Amien 01 Jember. Meskipun begitu sekolah tetap memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial sebagai media promosi yaitu seperti instagram dan juga website sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui visi misi

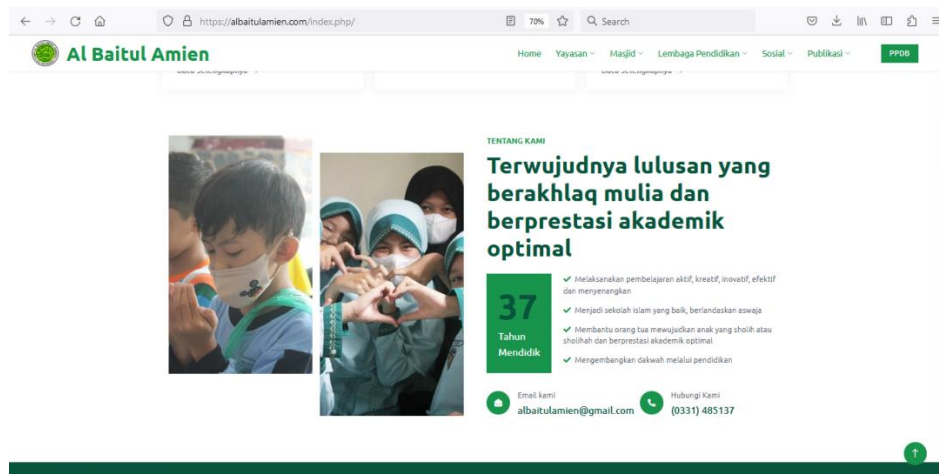
ataupun prestasi yang dimiliki sekolah. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Koordinator Kesiswaan yaitu Ibu Luluatul Azizah, S.Pd yang menyatakan bahwa:

“Kalau promosi kita medsos sudah pasti kemudian papan reklame itu juga, tetapi yang paling efektif dari kita adalah promosi personal artinya orang yang sekolah disini secara tidak langsung mereka akan mempromosikan gitu, jadi mereka puas mereka akan menceritakan oh Baitul Amien lo begini jadi itu, dan Alhamdulillah nya untuk promosi kita

---

<sup>73</sup> Luluatul Azizah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

tidak terlampau gencar tetapi karena kita sudah diketahui oleh masyarakat, dari wali murid saja itu sudah bisa memberikan promosi yang baik kepada tetangga dan saudaranya gitu”<sup>74</sup>



**Gambar 4. 6**  
**Website Al Baitul Amien**

Kepuasan wali murid berpengaruh terhadap daya tarik masyarakat karena selain media sosial, masyarakat akan mencari tahu sekolah itu bagaimana melalui saudara ataupun tetangga. Jika wali murid puas secara tidak langsung wali murid akan mempromosikan sekolah tersebut, begitu juga sebaliknya. Promosi

yang dilakukan SD Al-Baitul Amien juga melalui spanduk sebagaimana hasil wawancara dengan Ketua Yayasan yaitu Drs. H. Misrawie, MM menyampaikan bahwa:

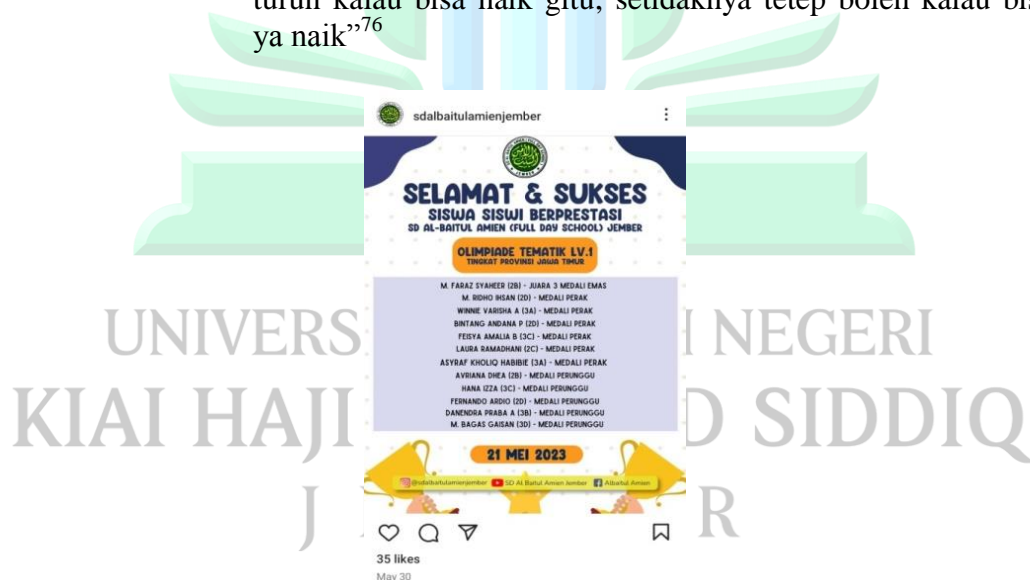
“Kalau promosi banyak brosur, spanduk, radio, koran tapi yang paling mandhi tetep kepuasan wali murid, jadi walaupun promosinya gencar tapi wali murid kecewa dia akan menyebarkan ke ibu-ibu di pengajian, di sekolahan,

<sup>74</sup> Luluatul Azizah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

dharma wanita, di kantor jadi kalau mereka di tanya dari temen kantor, dari saudara dari tetangga”<sup>75</sup>

Mengenai promosi juga disampaikan oleh Koordinator kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd yang menyampaikan:

“Kalau untuk promosi kita sudah banyak berpartner nih dengan pihak manapun baik itu kapolres, baik itu puskesmas patrang dari situ ikhtiar kita dalam promosi adalah satu, pemasangan stiker di setiap kendaraan wali murid, guru semuanya keluarga besar SD Baitul Amien itu memiliki stiker sekolah, yang kedua kita ada publikasi baik itu bekerja sama dengan radar, prosalina seperti itu kita memiliki publikasi, dan memiliki kegiatan apa, prestasi apa ya kita publikasikan melalui media-media itu semua baik media cetak seperti itu. Kita juga mempublikasikan prestasi kita prestasi anak-anak, karena itu yang dipandang oleh orang luar, oh saya mau menyekolahkan anak saya ke sini nih, pasti yang dilihat adalah satu, Bagaimana pembelajarannya? Bagaimana keagamaannya? Bagaimana prestasinya? Jadi itulah yang kita pegang bener bener dan kalau bisa prestasi jangan sampai turun kalau bisa naik gitu, setidaknya tetep boleh kalau bisa ya naik”<sup>76</sup>



**Gambar 4. 7**  
**Publikasi Prestasi Siswa SD Al-Baitul Amien 01 Jember Melalui Instagram**

<sup>75</sup> Misrawie, diwawancara oleh Penulis, Jember, 8 Juni 2023.

<sup>76</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan Orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya pasti akan melihat prestasi yang telah diraih oleh siswa yang bersekolah di sekolah tersebut, maka dari itu penting untuk mempublikasikan prestasi yang telah diraih di media sosial seperti instagram sehingga masyarakat bisa dengan mudah mengetahui prestasi yang ada di sekolah tersebut.

d) Memberikan Pelayanan Terbaik

Strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 Jember yaitu yang pertama adalah pelayanan, adapun salah satu pelayanan yang diberikan SD Al-Baitul Amien 01 Jember yaitu menerapkan sistem *full day school*, dimana waktu sekolah siswa dari hari Senin sampai hari Jumat mulai jam 07.30 hingga jam 15.30 wib. Berikut adalah wawancara dengan Kepala Sekolah yaitu Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M beliau mengatakan bahwa:

“Strategi yang pertama adalah pelayanan. Sekolah *full day* itu merupakan alternatif bagi wali murid yang memiliki kesibukan, yang keduanya suami istri yang notabennya adalah pekerja pegawai dan tidak memiliki pembantu, ada pembantu tapi hanya lulusan SD atau tidak sekolah sama sekali, karena tidak ada kan pembantu yang S1 itu tidak ada jarang, sehingga Al-Baitul Amien hadir dalam rangka untuk melayani itu semua. Makanya anak daripada dititipkan kepada pembantu atau ada di rumah tapi tidak ada yang jaga hanya ditemani hp maka ini akan membahayakan sehingga Al-Baitul Amien hadir dalam rangka untuk membantu itu semua supaya anak anak itu bisa bersedia di titipkan di sekolah lengkap dengan bacaan Al-Qur’annya, diberi makan istilahnya, sehingga orang tua tidak lagi khawatir kepada kondisi anaknya dirumah. Jadi pulang sekolah orang tuanya pulang kerja langsung sudah ambil anaknya disini kemudian bisa pulang

bersama-sama dan pulang kerumah dalam keadaan aman dan tanpa gangguan. Dan tidak ada PR di sekolah ini semua sudah diselesaikan disekolah kecuali yang tidak selesai di sekolah itu, kalau PR tidak ada.”<sup>77</sup>

Dari penjelasan Kepala Sekolah tersebut bahwa kebanyakan siswa yang sekolah di SD Al-Baitul Amien adalah orang tua mereka sibuk bekerja. Sehingga SD AL-Baitul Amien hadir memberikan pelayanan yaitu menerapkan sistem *full day school*, dengan begitu orang tua tidak perlu khawatir mengenai tugas di sekolah, sebagaimana dari hasil wawancara dengan kepala sekolah bahwa di SD Al-Baitul Amien tidak ada pekerjaan rumah (PR) karena semua telah diselesaikan di sekolah. Hal tersebut juga diperkuat oleh Koordinator Kesiswaan yaitu Ibu Luluatul Azizah, S.Pd beliau mengatakan :

“Kita tidak menganjurkan untuk memberikan PR karena kegiatan kita sudah *full day* jadi semua berusaha untuk diselesaikan di sekolah, jadi anjuran sekolah seperti itu, cuman terkadang memang ada siswa yang tidak selesai maka keesokan harinya akan kita dampingi lagi.”<sup>78</sup>

Mengenai penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik di SD Al-Baitul Amien, Ketua Yayasan yaitu Drs. H. Misrawie, MM juga menyampaikan hal yang senada dengan Kepala sekolah mengenai pelayanan, adapun pernyataan beliau yaitu :

“Kalau di sini secara alami brandnya memang sudah kuat, Baitul Amien siapa yang tidak kenal tapi masjidnya ini sekolahnya, kalau sekolahnya ya meningkatkan kepuasan, meningkatkan kepuasan wali murid, meningkatkan kepuasan

<sup>77</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

<sup>78</sup> Luluatul Azizah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

customer ya wali murid. Full day school salah satu ciri khas tapi meningkatkan kepuasan ya pelayanannya ditingkatkan, harapan wali murid itu apa jadi itu, kalau spanduk, banner kemudian di radio itu semua orang bisa melakukan tapi yang paling mandhi itu ya ceritanya wali murid yang puas, walaupun spanduknya besar di mana-mana bertebaran tapi wali muridnya bilang wah jangan saya kecewa di sana gak bisa, kan mereka banyak orang itu sambil melihat tanya sama wali murid gimana anakmu di sana, jadi murid ya di sini dilayani dengan baik, jadi itu aja intinya jadi meningkatkan kepuasan customer gitu, di samping yang sudah biasa ya spanduk-spanduk itu. Harapan wali murid itu kan di sini yang terutama masalah keagamaannya, masalah akhlaknya, tata krama siswa itu aja ya anak-anak dibuat kerasan di sini kemudian tata kramanya itu diperbaiki, sikapnya karakternya, sholatnya, ngajinya ya sudah, kalau akhlak, ngaji, sholat kemudian akademiknya mendukung itu saja yang dibuat itu masalah agama, akhlak, adab, sholat dhuha tiap hari, ngaji tiap hari itu programnya kan sudah sampeyan tahu jadi itu yang ditingkatkan sederhana sebetulnya, kalau *branding* nya siapa yang tidak kenal Baitul Amien. Strateginya yaitu meningkatkan kepuasan memberikan pelayanan terbaik, caranya guru-guru dilatih bagaimana keterampilannya bagaimana sikapnya kepada anak-anak kepada wali murid.”<sup>79</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik, pelayanan tersebut dapat dilakukan dengan cara melatih

keterampilan guru-guru dan juga melatih sikapnya kepada anak-anak dan juga kepada wali murid, sehingga dengan memberikan pelayanan terbaik tersebut maka hal itu dapat meningkatkan kepuasan wali murid. Guru yang bersikap baik dan ramah akan menjadi contoh bagi siswa karena guru itu digugu dan ditiru, selain itu juga hal tersebut juga berpengaruh dalam menjaga nama baik sekolah

e) Pembelajaran Ahlussunnah Wal Jamaah

---

<sup>79</sup> Misrawie, diwawancara oleh Penulis, Jember, 8 Juni 2023.



Strategi yang diterapkan oleh SD Baitul Amien yaitu mengajarkan Ahlussunnah wal Jama'ah, hal tersebut diungkapkan oleh Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M selaku Kepala Sekolah beliau menyatakan :

“Dan yang ketiga *branding* sekolah kita adalah sekolah yang mengajarkan ahlussunnah wal jamaah. Sekolah sudah banyak di daerah daerah itu yang tidak senafas dengan ahlussunnah wal jamaah dan sosialisasinya bagus juga, jangan dikira mereka tidak bersosialisasi kita bersaing dengan mereka kemarin di tingkat nasional kemarin kami dapat emas juara nasional se Indonesia yang lainnya itu juga dapat seperti itu juga sekolah sekolah yang bukan ahlussunnah wal jamaah, itu mereka juga pecah menjadikan siswanya itu memiliki prestasi yang luar biasa, namun yang membedakan adalah di sini mulai dari awal mulai dari sholat dhuha, dzuhur, ashar semuanya gerak geriknya nafasnya adalah nafas ahlussunnah wal jamaah dan generasi ke depan adalah generasi yang berlandaskan nahdlatul ulama, dzikir nya adalah dzikir NU pengajarannya juga diselipkan pengajaran ahlussunnah wal jamaah ada Alquran doa harian itu juga”<sup>80</sup>

Hal tersebut juga dikuatkan oleh penjelasan Koordinator Kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd :

“Sekolah kita memang benderanya adalah bendera ahlussunnah wal jamaah nahdlatul ulama, jadi di dalam pembelajaran tentang itu baik dalam bidang doa harian, entah dalam bidang PAI yang mapelnya berbau bau keagamaan kita sisipkan tentang ilmu-ilmu aswaja tersebut, kepada anak-anak itu kita terapkan ilmu-ilmu aswaja tersebut, doa harian saja dengan bacaan sholat itu ya sesuai dengan bacaannya NU nih gitu. Kita adakan aswaja itu, memang di dalam pembelajaran keseharian aswaja itu tidak ada, cuman kita tanamkan itu biasanya kita ada yang namanya padang bulan, padang bulan itu seperti sholawat untuk orang tua tapi biasanya ke masjid besar setiap bulan satu kali, itu kita sholawat bersama ya itu penanaman aswaja disitu juga, jadi

---

<sup>80</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

dari situ kita punya silaturahmi nih dengan wali murid satu bulan sekali, jadi bukan hanya SD saja mbak keluarga besar mulai dari penitipan anak, KB, TK. Kalau khusus untuk guru-gurunya ada setiap akhir, ini beda lagi jadi gak sama wali murid, itu ada lagi sekeluarga besar jadi guru-guru semua lembaga itu datang itu juga satu bulan satu kali sabtu pekan terakhir, itu untuk guru-guru jadi seperti kajian aswaja seperti sholawat itu disitu”<sup>81</sup>



**Gambar 4. 8**

### **Undangan Doa Bersama Orang Tua/Wali Murid Untuk Anak Didik**

Penerapan aswaja yang diterapkan yaitu berupa mata pelajaran yang berbau keagamaan seperti PAI maka itu akan

diselipkan kan ilmu aswaja itu, kemudian sholat dan bacaan harian itu sesuai dengan bacaan NU. Penanaman aswaja ini tidak hanya kepada siswa tetapi penanaman aswaja juga kepada orang tua melalui kegiatan yang namanya padang bulan itu seperti sholawat bersama. Selaras dengan pernyataan ibu Tanti, Koordinator Kesiswaan yaitu Ibu Luluatul Azizah, S.Pd juga menyatakan :

“Kalau itu kita lebih ke pembiasaan ya kalo anak-anak, jadi kalo ke materi aswaja sendiri itu kalau anak-anak tidak terlalu

<sup>81</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

atau belum signifikan untuk materinya tapi ke aplikasi keaswajaannya jadi kayak budaya sholat, budaya dzikir kemudian budaya membaca yasin itu yang langsung kita aplikasikan jadi kebiasaannya kalo ke materi secara teoritisnya itu masih tidak terlalu jadi lebih ke aplikasi dari keaswajaannya sendiri”<sup>82</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan aswaja lebih ke pembinaan karakter ahlussunnah wal jamaah melalui pembiasaan kepada siswa mulai dari sholat, dzikir itu berlandaskan nahdlatul ulama.

#### f) Pembelajaran Al-Qur’an

Strategi *school branding* yang diterapkan dan juga menjadi daya tarik yang utama adalah pembelajaran al-qur’an. Pembelajaran al-qur’an di SD Al-Baitul ini adalah dimana anak dibina supaya bisa lancar dalam membaca al-qur’an. Sebagaimana hasil wawancara yang dijelaskan oleh Kepala Sekolah yaitu Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M sebagai berikut:

“Dan yang selanjutnya yang menjadi daya tarik bahkan ini jadi nomer 1 adalah merupakan pembelajaran Al-Qur’an. Kemudian kita itu anak anak kelas 3 sudah harus bisa baca Al-Quran, kelas 1 2 pake tilawati, kelas satu tilawati 1,2, 3, kelas dua tilawati 4, kelas tiga harus sudah bisa baca al-qur’an dan itu yang terus kita tawarkan kepada wali murid karena dari sekian ratus wali murid menyekolahkan anaknya disini ketika masih awal itu kita suruh ditulis di lembaran pertanyaannya, apa yang melatarbelakangi bapak ibu menyekolahkan anaknya disini? satu ingin anaknya bisa baca Alquran dengan baik dan benar, mereka tidak ingin juara metematika, juara ipa, juara pencak silat, juara sepak bola, tidak, yang diinginkan pertama kali itu bisa baca Alquran dengan baik dan kalau ditanya kenapa harus bisa baca Alquran dengan baik dan benar yang menjadi nomer 1 apakah

<sup>82</sup> Luluatul Azizah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

dengan begitu kemudian menjamin bahwa bapak ibu akan bahagia jawabannya itu saya pengen nanti ketika sudah meninggal ada yang membacakan saya ada yang mendoakan saya ada yang membacakan Al-Qur'an ke saya. Dia tidak kepengen anaknya jadi apa, itu terbukti ketika di rumah setiap malam Jumat disini ada ngaji masal baca surat yasin dan setiap malam baca Alquran di rumah minimal setelah magrib dan setelah subuh kemudian itu kita survei apa perasaan ibu? Saya itu senang dunia ini seperti dalam genggamannya saya, jadi saya lebih baik kehilangan emas segunung daripada saya tidak memiliki anak yang tidak bisa baca Alquran, jadi itu kebahagiaan orangtua. Jadi Alquran menjadi daya tarik disini. Dan bahkan besok hari sabtu itu ada wisuda dan wisudanya adalah karena bisa baca Al Quran dan hafal juz amma tempatnya di aula dr. Soebandi hari sabtu besok tanggal 27, jadi bukan pelajaran yang lain yang di wisuda kenapa begitu karena itu bisa mewarnai seluruh hidupnya, bisa baca alquran itu ini hanya dasar selanjutnya akan dikembangkan, menterjemahkan dan yang terkahir bisa mengamalkan dan setiap hari dibaca dan kemarin ada juara 1 tilawah tahfid kaligrafi dan beberapa prestasi yang ada, namun demikian yang saya banggakan bukan karena prestasi bisa juara tapi karena kepuasan orang tua dirumah ketika anaknya bisa baca Alquran dengan baik dan benar itu dirumah serasa damai dan ada lagi kepuasan bukan dari wali murid bahkan dari ketua takmir masjid musholla menyampaikan bahwa jika bulan ramadhan yang paling aktif baca yang tadarus di masjid di mushola itu yang paling sering ternyata siswa Al-Baitul Amien dan yang adzan yang tadarus yang terawih dan kalau yang baca anak al Baitul Amien mereka semua sudah tau, siapa yang bacaannya yang baik kok enak di dengar, sekolah dimana sekolah di Baitul Amien, jadi kita tidak usah promosi kemana mana promosi kita adalah itu promosi berjalan jadi promosi yang mana, kalau orang mendengar mengetahuinya dengan bertanya itu sekolah dimana kok bacaan al-qur'annya baik maka sekolah nya di Baitul Amien kalok samean pengen anaknya seperti itu sekolah di Baitul Amien, bukan lewat gembar gembor lewat radio tidak, jadi kita anak anak itu adalah menjadi duta duta kita di tengah tengah masyarakat karena itu jika anaknya juga nakal bisa ditanya juga sekolahnya dimana di Baitul Amien bisa jadi gak sekolah disini karena itu anak itu harus dibina setiap hari supaya bisa jadi mahkota dimana dia tinggal dan karenanya nama baik kita dititipkan pada itu semua.”<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pembelajaran al-qur'an yang diterapkan di SD Al-Baitul Amien juga menjadi harapan bagi wali murid bahwa nantinya anaknya bisa mendapatkan ilmu agama, bisa mengaji dan juga bisa mendoakan orang tuanya dan itu juga menjadi kebanggaan tersendiri bagi sekolah bukan hanya karena prestasi yang diraih tetapi karena kepuasan wali murid ketika harapannya telah terpenuhi seperti anaknya sudah mulai bisa membaca al-qur'an.

Pembelajaran al-qur'an yang diterapkan ini secara tidak langsung juga menjadi promosi bagi sekolah karena ketika siswa mendapatkan prestasi baik dari bacaan maupun hafalannya atau sedang menunjukkan kemampuannya bacaan al-qur'annya di tengah masyarakat, maka masyarakat akan bertanya dan mencari tahu sekolah anak yang berprestasi itu dimana sehingga akan ada ketertarikan untuk menyekolahkan anaknya di tempat yang sama, karena siswa itu menjadi duta di tengah masyarakat, begitupun sebaliknya siswa yang tidak dibina dengan baik maka masyarakat juga akan bertanya dan enggan untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

Maka dari itu pembelajaran al-qur'an yang diterapkan di SD Al-Baitul Amien ini terdapat target dan untuk siswa kelas tiga itu sudah bisa membaca al-qur'an. Hal tersebut juga diperkuat oleh

pernyataan yang diungkapkan oleh Koordinator Kurikulum yaitu ibu

Tanti Dwi Rahayu, S.Pd :

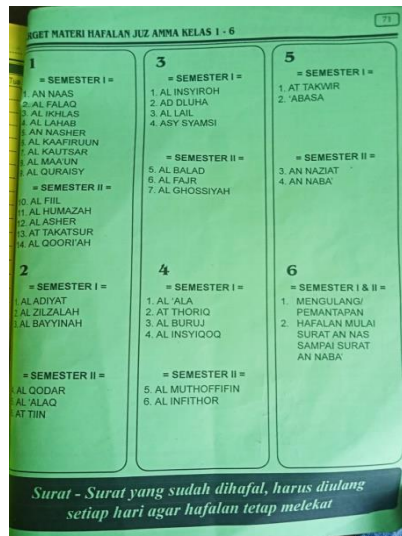
“Jadi kalau pembelajaran Al-Quran di Baitul Amien itu target mbak, kelas satu dan dua satu sampai tilawati enam, untuk nanti naik kelas tiga itu targetnya adalah sudah Al-Quran besar seperti itu, dan setiap pembelajaran kita Al-Quran ada dua yang satu adalah bacaan yang satu adalah hafalan namanya juz Amma seperti itu tahfidz lah intinya seperti hafalan, ada lagi kalau tentang Al-Quran itu tentang bacaan, makhraj, tajwid, itu ada di pembelajaran Al-Quran, tapi kalau hafalan itu ada di pembelajaran juz amma, porsinya lebih banyak Al-Quran daripada hafalannya seperti itu. Mulai kelas itu kita sudah ada target mbak jadi kelas satu target semester satu surat apa aja, semester dua surat apa aja, sampai kelas 5 juz 30 sudah harus tuntas semuanya, kelas 6 tinggal mengulang saja, walaupun ada bonus itu kita naikkan ke juz 29 seperti itu. Jadi kalau di Baitul Amien khusus satu memang lebih diminati entah itu dari lokasinya, lokasi kan memang kita di pusat kota, jadi banyak yang bekerja di sepanjang perkotaan ini jadi sekalian nitip nih di Baitul Amien seperti itu, kan kita sampai sore, jadi untuk brandingnya yang pertama adalah yang pasti sekolah Islam, karena sekolah Islam kita menjunjung tinggi tentang keagamaan, Al-Qur’an itu pasti. Yang kedua bahwasanya disini ini keutamaan yang dulu pernah kita lakukan adalah selalu sholat dhuha, sekarang sudah banyak diadopsi oleh sekolah-sekolah lain, kita memang dulu sudah sholat dhuha.”<sup>84</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pembelajaran al-qur’an itu ada dua yaitu bacaan dan hafalan. Bacaan meliputi makhraj dan tajwid sedangkan hafalan itu juz amma. Dan brandingnya yang pasti di SD Al- Baitul Amien ini adalah sekolah Islam, maka dari itu karena

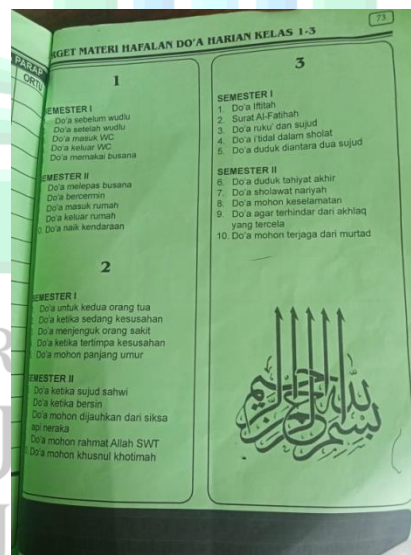
---

<sup>84</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

sekolah Islam maka sekolah menjunjung tinggi tentang keagamaan dan al-qur'an.



**Gambar 4. 9**  
**Target Materi Hafalan Juz Amma Kelas 1-6**



**Gambar 4. 10**  
**Target Materi Hafalan Doa Harian Kelas 1-3**

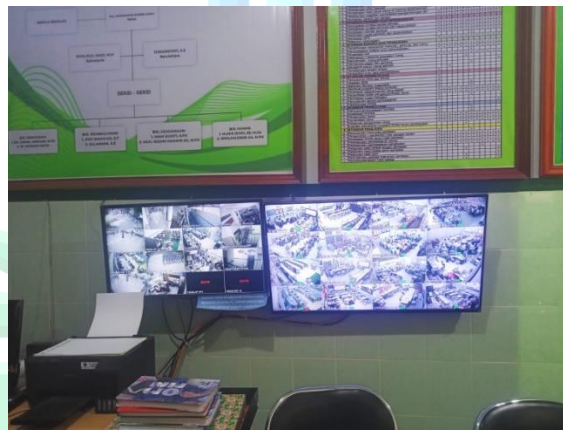
g) Sarana Prasarana yang Memadai

Sarana dan prasarana ini sangat penting karena dibutuhkan dalam dunia pendidikan serta juga berfungsi untuk menunjang dalam

proses belajar mengajar di sekolah. Berikut hasil wawancara dengan

Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M selaku kepala sekolah:

“Sarana dan prasarana alhamdulillah semua ruangan sudah ber ac sudah ada lcd sudah dilengkapi dengan wifi semua setiap kelas itu, bisa dilihat sudah ada lcdnya sudah ada WiFi nya gurunya mau lihat apa saja sudah disitu semuanya sudah kami siapkan, setiap kelas sudah ada CCTV nya, jadi ketika pembelajaran berkenaan dengan hal-hal yang berkaitan dengan pelajaran itu misalnya mau dilihat di google di youtube tinggal klik saja bisa dilihat bersama-sama sehingga sekarang penyatuan antara pembelajaran dikelas dengan dunia global itu sekarang sudah terjadi sebetulnya, sehingga anak-anak gurunya semuanya sudah dipersiapkan semua di kelas masing-masing”<sup>85</sup>



**Gambar 4. 11**  
**CCTV di Setiap Kelas**

Hal senada juga diungkapkan oleh guru yang juga sekaligus Koordinator Kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd menyampaikan :

“Yang pasti sarana untuk anak-anak adalah bangku yang nyaman itu pasti ya, yang kedua itu AC ada di setiap kelas, loker siswa itu ada. Kalau untuk guru-gurunya itu dalam menunjang pembelajaran itu ada LCD di setiap kelas, ada komputer beserta printer setiap kelasnya”<sup>86</sup>

<sup>85</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

<sup>86</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.





**Gambar 4. 12**  
**Sarpras Kelas Untuk Siswa**



**Gambar 4. 13**  
**Sarpras Kelas Untuk Guru**

Berdasarkan observasi peneliti bahwa sarana dan prasarana yang ada di SD Al-Baitul Amien 01 Jember bisa di bilang sudah lengkap mulai dari CCTV setiap kelas sehingga kegiatan siswa bisa dipantau, kemudian AC di setiap kelas, meja, kursi dan loker untuk siswa, dan juga dilengkapi dengan lcd serta wifi di setiap kelas, selain itu meja guru di kelas juga sudah dilengkapi dengan komputer

dan printer dan semua itu sudah memenuhi semua kebutuhan siswa dan guru dalam menunjang pembelajaran di kelas.<sup>87</sup>

Dari hasil wawancara dan dokumentasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember adalah a) memberikan pelayanan terbaik b) membangun sekolah dengan prestasi, c) pembelajaran ahlussunnah wal jamaah, d) menerapkan pembelajaran al-qur'an, dan e) sarana dan prasarana yang memadai.

## **2. Dampak Strategi *School Branding* dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember**

### **a) Kepuasan Wali Murid**

Dalam penerapan strategi *school branding* tentu akan ada dampak pada penerapannya. Dampak dari strategi tersebut dijelaskan

oleh Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M selaku kepala sekolah :

“Dampak dari itu semua satu adalah kepuasan orang tua. Wali murid menyatakan puas dan dibuktikan dengan hasil kelulusan siswa ketika akan meninggalkan tempat ini pasti semuanya bersedih dan menyatakan puas pada intinya”<sup>88</sup>

Pernyataan kepala sekolah mengenai dampak tersebut juga sangat sesuai dengan kepuasan yang diungkapkan oleh wali murid ketika menerima hasil kelulusan anaknya, peneliti melakukan

<sup>87</sup> Observasi di SD Al-Baitul Amien 01 Jember, 25 Mei 2023.

<sup>88</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.

wawancara pada hari kelulusan siswa di SD Al-Baitul Amien 01 Jember dan melakukan wawancara dengan ibu Dr. Hj. Luluk Mashluchah SHI,. M.Pd.I selaku wali murid kelas 6 yang berpendapat sebagai berikut :

“Saya Luluk Mashluchah orang tua dari Ananda Muhammad Albisny Kuroyyim Rojih kelas 6 b, tentu ini merupakan hari yang membahagiakan ya sekaligus juga menyedihkan tentunya baik bagi orang tua khususnya bagi anak-anak ya mungkin sudah 6 tahun berada disini kemudian apa harus berpisah dengan guru-gurunya dengan teman-temannya, sahabat-sahabatnya dan juga lingkungan ini ya yang tentu ini merupakan apa kenangan yang terindah yang mungkin sulit untuk dilupakan oleh anak-anak ya dan rasanya baru 6 tahun, 6 tahun itu baru kemarin saya mengantarkan anak ke sini dan menambatkan hati untuk mempercayakan anak saya untuk dididik, dibina di sini ya dengan harapan tentu ingin bagaimana anak saya tumbuh dan berkembang dengan baik gitu ya, tentu dengan tambahan ilmu pengetahuan kemudian juga akhlakul karimah, akhlak qurani yang diterapkan di SD Baitul Amien ini luar biasa ya, budaya-budaya santri budaya-budaya pesantren walaupun di sini tidak *boarding school* ya tapi *full day school* ya jadi dari jam setengah 8 sampai dengan jam 03.30 sore pembelajaran kepada anak-anak untuk melakukan budaya-budaya santri mulai dari diawali dari shalat dhuha kemudian membaca, baca tulis Al-Quran kemudian juga hafalan-hafalan Alquran dan juga ibadah-ibadah sholat rawatib sholat dhuha ya dan banyak lagi yang tentu tidak banyak ya lembaga di luar sana yang seperti yang ada di SD Baitul Amin”<sup>89</sup>

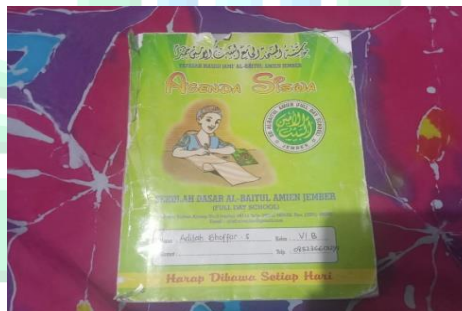
Dapat disimpulkan bahwa dampak dari penerapan strategi *school branding* dapat dilihat dari kepuasan orang tua, dan wali murid menyatakan puas dengan hasil dari kelulusan siswa. Berdasarkan kesimpulan dari hasil wawancara dengan wali murid,

---

<sup>89</sup> Luluk Mashluchah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 8 Juni 2023.

yang menyatakan bahwa harapannya telah sesuai dengan yang diinginkan, yaitu ingin anaknya tumbuh dan berkembang dengan baik dengan tambahan ilmu pengetahuan kemudian juga akhlakul karimah, akhlak qurani dan yang berlandaskan ahlussunnah wal jamaah dan anak-anak juga melakukan budaya santri seperti sholat dhuha, hafalan dan juga baca tulis al-qur'an sehingga sesuai dengan yang diajarkan di rumah.

Setiap siswa di SD Al-Baitul Amien 01 Jember mempunyai buku agenda siswa yang dibawa setiap hari ke sekolah dan diisi mengenai hasil belajar siswa sehingga orang tua siswa akan mengetahui hasil pembelajaran siswa selama di sekolah.



**Gambar 4. 14**  
**Buku Agenda Siswa**



**Gambar 4. 15**  
**Data Prestasi Harian Al-Quran Siswa**

b) Sekolah Mendapatkan Kepercayaan dari Masyarakat

Dampak lain dari strategi *school branding* adalah sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Ketika wali murid mendapatkan kepuasan terhadap hasil belajar dan hasil kelulusan anaknya di sekolah maka wali murid akan memberikan kepercayaan kepada sekolah tersebut. Berdasarkan wawancara dengan ibu Dr. Hj. Luluk Mashluchah SHL., M.Pd.I selaku wali murid kelas 6 yang berpendapat sebagai berikut :

“Di sini saya melihat dan mengetahui bahwa SD Baitul Amien ini dinaungi oleh masjid Jami’ Al Baitul Amin yang tentu tidak kita ragukan lagi bahwa yayasan ini berlandaskan ahlussunnah Wal jamaah an nahdliyah gitu ya jadi menggunakan berbintang sembilan lah begitu kira-kira, itu merupakan daya tarik tersendiri bagi saya dan keluarga yang memang dari basis Nahdlatul ulama gitu ya sehingga kami apa namanya memberikan kepercayaan dan tanggung jawab kepada lembaga ini supaya anak kami bisa melestarikan ajaran-ajaran Aswaja ya dengan apa namanya dengan kebiasaan-kebiasaan ya barangkali ada banyak hal ya yang membedakan dan kita menginginkan supaya ajaran-ajaran ini sesuai dengan apa yang kita ajarkan juga di rumah gitu”<sup>90</sup>

Senada dengan pendapat tersebut, kepercayaan yang diberikan wali murid pada sekolah juga diungkapkan oleh ibu Dewi Rahmawati yang berpendapat bahwa :

“Anak saya disekolahkan di sini karena cari sekolah yang Islam ya mbak ya jadi yang imbang lah antara yang formal dan yang agama gitu, saya anak 4 saya keempat-empatnya sekolah disini semua mbak jadi dari awal sudah, sekarang yang pertama sudah SMA juga alumni disini semua, sekarang yang terakhir yang keempat kelas satu disini juga. kalau saya

<sup>90</sup> Luluk Mashluchah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 8 Juni 2023.

karena ini sudah anak yang keempat saya masukkan ke sini semua ya, yang pertama kan sudah lulus, terus ini yang kedua juga kelas enam lulus tahun ini”<sup>91</sup>

Dapat disimpulkan bahwa wali murid yang menyekolahkan anaknya di SD Al-Baitul Amien tersebut merasa puas sehingga dari kepuasan yang dirasakan tersebut maka wali murid terus memberikan kepercayaan kepada sekolah untuk mendidik anak-anaknya.

#### c) Terbentuknya Karakter Siswa

Dampak dari strategi *school branding* ini yaitu terbentuknya karakter siswa. Suatu kepercayaan akan muncul ketika masyarakat telah melihat output dan karakter yang terbentuk dari siswa sehingga masyarakat akan tertarik dan memilih SD Al-Baitul Amien 01 Jember sebagai sekolah pilihan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Koordinator Kesiswaan yaitu Ibu Luluatul Azizah, S.Pd :

“Dampak dari strateginya apabila masyarakat umum sudah melihat output dari anak-anak kemudian karakter dari yang terbentuk dari anak-anak maka disitulah masyarakat akan merasa tertarik untuk kemudian memilih Baitul Amien sebagai sekolah pilihan. Jadi yang pertama adalah mewujudkan visi dulu, visi akan terbaca hasilnya oleh masyarakat, masyarakat kemudian akan tertarik untuk mendaftarkan ke kita. Kalau promosi kita medsos sudah pasti kemudian papan reklame itu juga, tetapi yang paling efektif dari kita adalah promosi personal artinya orang yang sekolah disini secara tidak langsung mereka akan mempromosikan gitu, jadi mereka puas mereka akan menceritakan oh Baitul Amien lo begini jadi itu, dan Alhamdulillah nya untuk promosi kita tidak terlampaui gencar tetapi karena kita sudah diketahui oleh masyarakat, dari wali murid saja itu sudah bisa

---

<sup>91</sup> Dewi Rahmawati, diwawancara oleh Penulis, Jember, 13 Juni 2023.

memberikan promosi yang baik kepada tetangga dan saudaranya gitu”<sup>92</sup>

Mengenai terbentuknya karakter siswa, diungkapkan oleh wali murid yaitu ibu Dewi Rahmawati yang berpendapat bahwa :

“Ini ya Alhamdulillah dari ngajinya, dari akhlaknya, tingkah lakunya setiap hari perilakunya itu sesuai dengan harapan kita gitu mbak jadi perilakunya itu yang islami gitu yang sopan gitu sama ngajinya juga Alhamdulillah bagus gitu. Anak ibu kalau yang sekarang kelas 6 lulus tahun ini, terus yang nomor tiga itu Muhammad Anggara Nurmansyah kelas 3, yang nomor empat Salman Al Farisi Nurmansyah kelas 1, jadi ada 3 disini semua yang pertama dulu alumni sini juga tapi sekarang sudah SMA di MAN 1”<sup>93</sup>

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa wali murid merasa puas dengan output, akhlak dan juga karakter yang terbentuk dari anak serta harapannya telah sesuai dengan yang diharapkan oleh orang tua. Selain itu, perkembangan anak juga dapat dilihat dari buku agenda siswa yang di dalamnya terdapat target dan juga data ibadah harian siswa yang ditandatangani oleh guru dan juga orang tua siswa.



**Gambar 4. 16**  
**Data Ibadah Harian Siswa**

<sup>92</sup> Luluatul Azizah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

<sup>93</sup> Dewi Rahmawati, diwawancara oleh Penulis, Jember, 13 Juni 2023.

d) Membludaknya Para Pendaftar

Dampak lain dari penerapan strategi *school branding* adalah membludaknya para pendaftar, sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M selaku kepala sekolah beliau menjelaskan :

“Yang kedua dampak dari itu semua membludaknya para pendaftar. Sehingga dapat menolak siswa dan bukti tolakannya itu harus berdiri SD 2 dan SD 3. Jadi setiap ada pendaftar ditolak itu rasanya kita itu berdosa, kami tolak itu bukan karena tidak mau tapi karena tempatnya tidak cukup, di dapodik itu hanya ada empat satu kelas anaknya 28, 28 dikali 4 itu 112, jadi didirikan Baitul Amien 2 jika masih tidak muat didirikan Baitul Amien 3. Jadi kepengen semua orang tua yang ingin menitipkan anaknya disini itu kalau bisa diterima tapi karena disini itu bukan pondok pesantren harus ada masuk di dapodik maka tidak pas, jadi kami membuka sekolah-sekolah baru dalam rangka untuk memenuhi keinginan wali murid yang berpendidikan tinggi dan itu semua adalah buah dari *branding* yang kami terapkan di sekolah ini. *Branding* yang diterapkan oleh Baitul Amien sederhana saja tapi kita dengan begitu sudah bisa banyak menolak siswa karena ruangnya tidak cukup kelasnya hanya empat dan sampai sekarang walau pendaftaran sudah ditutup 6 bulan yang lalu masih ada yang mendaftar kita buka pendaftaran itu hanya dua minggu atau satu minggu sudah selesai tidak usah banyak banyak jika sudah memenuhi kuota itu tutup atau selama pendaftaran 2 minggu masih dibuka misalnya yang diambil 112 yang daftar 150 maka harus diuji”<sup>94</sup>

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa membludaknya para pendaftar dapat dibuktikan dengan berdirinya SD Baitul Amien 2 dan SD Baitul Amien 3. Ketika pendaftaran di

---

<sup>94</sup> Muzakki Hidayat, diwawancara oleh Penulis, Jember, 25 Mei 2023.



buka dan sudah memenuhi kuota maka pendaftaran akan ditutup dan ketika peserta didik yang mendaftar itu melebihi kuota maka akan diuji dengan tes wawancara tanya jawab oleh tim observer apakah anak ini siap untuk masuk SD, jadi bukan berarti yang tidak siap ini ditolak tetapi untuk melihat kecakapan anak-anak. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Koordinator Kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd :

“Untuk penerimaan disini kita tidak mematok ujian masuk mboten, tidak ada ujian masuk di Baitul Amien karena memang ini sudah dicanangkan oleh pemerintah bahwasanya tidak boleh ada calistung nih dalam penerimaan peserta didik baru seperti itu jadi siapa yang sudah mendaftar duluan ya kita terima cuman disitu kita mengadakan suatu tes wawancara terhadap anak-anaknya, wawancara terus setelah itu tanya jawab, anak-anak ini siap gak sih untuk masuk ke SD seperti itu jadi bukan berarti ini nggak siap ini ditolak mboten hanya untuk melihat kecakapan anak-anak saja siap nggak ya jadi memang betul di SD Baitul Amien 01 ini memang banyak peminatnya karena banyak faktor dari tempat saja sudah strategis, yang kedua memang Baitul Amien ada plus tentang ngajinya, kita unggul memang ngajinya disini gitu jadi sekolah plus ngaji intinya. Jadi ketika melebihi kuota, nah dari situ kita bukan mengadakan seleksi tapi melihat kesiapan siswa siap gak siswa ini ke SD maka kita adakan suatu observasi, kita yayasan juga punya tim, tim observer khusus untuk melihat kesiapan siswa-siswi ini, kita lihat, kita saring oh ternyata anak ini yang bisa masuk”<sup>95</sup>

Banyaknya pendaftar di SD Al-Baitul Amien 01 Jember tidak terlepas dari strategi *school branding* yang dilakukan oleh sekolah sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadikan sekolah tersebut sebagai pilihan. Selain itu komunikasi mulut ke mulut (*word*

---

<sup>95</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

*of mouth*) juga menjadi faktor yang paling mempengaruhi masyarakat dalam memilih sekolah. Berdasarkan dengan pernyataan tersebut, berikut adalah hasil wawancara dengan wali yaitu ibu Dr. Hj. Luluk Mashluchah SHI,. M.Pd.I menyampaikan :

“Kebetulan abahnya si Qoyyim ini panggilan anak saya itu Oyim ya itu kebetulan ya salah satu pengurus ya di yayasan Baitul Amien begitu jadi pernah menjadi direktur LPPTKA BKPRMI 2 periode pada masanya, kemudian juga apa jadi ketua remas ya remaja masjid dulu juga masih pada masanya juga gitu dan juga banyak sekali sahabat teman seperjuangan ya yang ini juga ada apa namanya mahasiswa saya juga ada banyak guru-guru di sini ya di Universitas Islam Jember ya dan kita juga sangat-sangat familiar ya karena kegiatan-kegiatan sering ada di sini kayak pembinaan kebetulan kami juga punya yayasan pendidikan Riyadlul Qori’in di Ajung yang termasuk Madrasah Ibtidaiyahnya itu kita mengadopsi dari kurikulum yang ada di SD Baitul Amien *full day school* ya, kurikulum kita bawa kesana walaupun di sini ini memang fasilitas lebih apa lebih memadai, biaya juga ya lumayan gitu ya tapi di tempat kami Riyadlul Qori’in kurang lebih pembelajarannya seperti ini akan tetapi karena memang di daerah pinggiran ya sehingga sangat-sangat apa berbeda yang untuk sarana prasarana fasilitas dan tentu juga biaya masuk ya itu juga sangat berbeda gitu karena kita mengayomi masyarakat yang ada di pinggiran yang kami juga berharap punya mimpi yang sama begitu ya untuk bisa menebarkan mensyiarkan ahlussunnah wal jamaah di daerah kami sebagaimana yang diajarkan di kurikulum di SD Baitul Amien”<sup>96</sup>

Banyaknya peminat di SD Al-Baitul Amien 01 Jember juga dipengaruhi karena beberapa faktor yaitu seperti tempatnya yang strategis berada di jantung kota, selain itu yang diunggulkan di Baitul Amien ini adalah pembelajaran al-qur’an sehingga banyak

---

<sup>96</sup> Luluk Mashluchah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 8 Juni 2023.

wali murid yang tertarik karena ingin menjadikan anaknya tumbuh menjadi anak yang sholeh dan cerdas.

**Tabel 4.2**  
**Laporan Data Siswa SD Al Baitul Amien (Full Day School)**

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2014/2015	456
2	2015/2016	464
3	2016/2017	491
4	2017/2018	545
5	2018/2019	576
6	2019/2020	596
7	2020/2021	606
8	2021/2022	636
9	2022/2023	650
10	2023/2024	644

e) Kepuasan Siswa

Kepuasan siswa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas pembelajaran ataupun sarana dan prasarana yang mendukung proses belajar-mengajar. Siswa juga bisa menjadi *branding* bagi sekolah karena masyarakat akan melihat bagaimana karakter, prestasi dan kegiatan apa saja yang dilakukan siswa selama di sekolah dan apakah siswa merasa puas bersekolah di sekolah tersebut. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Koordinator

Kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd menyampaikan :

“Kita memang menjunjung tinggi sholeh sholehan dan cerdas itu visi misi kita, kita membentuk anak sholeh sholehah dan cerdas dengan cara *branding* kita untuk mempublikasi dengan sosial media sesuai dengan zamannya sekarang baik itu YouTube, instagram, facebook kita semuanya ada. Dampaknya apakah ada? Ada. Orang lain juga pasti melihat di instagram oh bisa dicari sekolah islam misalkan gitu akan muncul nanti SD Baitul Amien pasti dilihat, kita juga

publikasikan kegiatan-kegiatan kita yang memang khasnya Baitul Amien akan kita share di sana di sosial media itu”<sup>97</sup>

Adapun kepuasan yang dirasakan oleh siswa yaitu Adzki Ahmad Sakti kelas 6 menyampaikan:

“Kalau saya disini dari saudara terus kepengen kesini dan juga orang tua saya sibuk, orang tua dosen kerja di kampus sampai maghrib kalau ayah wirausaha. Dan di sini enak saya juga sering ikut lomba-lomba, saya ikut lomba matematika, bahasa inggris, sains dan di sini saya belajar disiplin, tata cara sholat dan berwudhu dengan benar dan baik. Di kelas juga nyaman ada AC terus pengharum ruangan, terus ada komputer juga di kelas, ada proyekturnya juga ya itu sih”<sup>98</sup>

Begitu juga hal yang senada disampaikan oleh siswa yaitu Faiq Zaidan menyampaikan :

“Saya sekolah dipilih orang tua soalnya kan katanya di sini SD favorit. Saya disini itu belajar sholat yang khusyu, belajar disiplin, tanggung jawab biar tambah pintar. Guru nya juga jadi contoh yang baik dan sarana di kelas itu nyaman jadi bisa di bilang ya puas sekolah di sini”<sup>99</sup>

Jika sekolah memberikan pelayanan yang terbaik tidak hanya wali murid saja yang merasakan kepuasan tetapi siswa juga ikut merasakan kepuasan tersebut seperti mulai dari sarana prasarana yang memadai sehingga membuat siswa merasa nyaman di sekolah. Kegiatan yang dilakukan siswa dan juga prestasi siswa di sekolah juga dibagikan melalui sosial media, dengan begitu maka masyarakat akan dapat melihat apa saja prestasi dan kegiatan yang dilakukan siswa selama di sekolah.

<sup>97</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 30 Mei 2023.

<sup>98</sup> Adzki Ahmad Sakti, diwawancara oleh Penulis, Jember, 22 September 2023.

<sup>99</sup> Faiq Zaidan, diwawancara oleh Penulis, Jember, 22 September 2023.

Dari hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember yaitu a) kepuasan wali murid, b) sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, c) terbentuknya karakter siswa, d) membludaknya para pendaftar, dan d) kepuasan yang dirasakan oleh siswa selama bersekolah di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember.

**Tabel 4.3**  
**Temuan Penelitian**

No	Fokus Penelitian	Temuan Penelitian
1.	Penerapan strategi <i>School Branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 <i>Full Day School</i> Jember	<p>a. Pelatihan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan; dengan memberikan pelatihan yang menunjang kinerja dan meningkatkan pengetahuan guru terutama mengenai keagamaan karena sekolah menggunakan kurikulum yang memadukan antara kurikulum diknas (intrakurikuler) dengan kurikulum khas yang terdiri dari bahasa arab, doa harian, al-qur'an dan juz amma (BTA).</p> <p>b. Membangun sekolah dengan prestasi; berupa siswa mengikuti berbagai macam kompetisi, dengan bentuk persiapan melalui program unggulan seperti tahfidz, olimpiade matematika, olimpiade IPA dan lain sebagainya, sehingga dengan adanya program unggulan tersebut maka kapan saja ada lomba sekolah siap untuk mengikuti lomba.</p> <p>c. Promosi; dengan memanfaatkan teknologi informasi yaitu media sosial seperti instagram, website dan juga melalui spanduk. Promosi yang paling berpengaruh adalah komunikasi mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>).</p>

		<p>d. Memberikan pelayanan terbaik; pelayanan yang diberikan berupa penerapan sistem <i>full day school</i>, serta melatih keterampilan dan sikap guru-guru.</p> <p>e. Pembelajaran ahlussunnah wal jamaah; berorientasi pada pembinaan karakter ahlussunnah wal jamaah melalui pembiasaan kepada siswa mulai dari sholat, dzikir yang berlandaskan nahdlatul ulama.</p> <p>f. Menerapkan pembelajaran al-qur'an; dalam bentuk bacaan dan hafalan. Bacaan meliputi makhraj dan tajwid sedangkan hafalan yaitu juz amma.</p> <p>g. Sarana dan prasarana yang memadai; berfungsi untuk menunjang kebutuhan siswa dan guru dalam menunjang pembelajaran di kelas.</p>
2.	<p>Dampak strategi <i>School Branding</i> dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 <i>Full Day School</i> Jember</p>	<p>a. Kepuasan wali murid; yang menyatakan puas terhadap hasil kelulusan siswa serta harapannya yang telah sesuai dengan yang diinginkan seperti anaknya tumbuh dan berkembang dengan baik dengan tambahan ilmu pengetahuan kemudian juga akhlakul karimah, akhlak qurani dan yang berlandaskan ahlussunnah wal jamaah.</p> <p>b. Sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat; dalam bentuk masyarakat merekomendasikan sekolah kepada orang lain dan terus memberikan kepercayaan kepada sekolah untuk mendidik anak-anaknya</p> <p>c. Terbentuknya karakter siswa; berupa orang tua siswa yang menyatakan puas dengan output, akhlak dan karakter yang terbentuk dari anaknya.</p> <p>d. Membludaknya para pendaftar; dapat dibuktikan dengan berdirinya SD Al-Baitul Amien 02 dan SD Al-Baitul Amien 03.</p> <p>e. Kepuasan siswa; siswa merasa nyaman berada di lingkungan sekolah dengan fasilitas yang memadai.</p>

### C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini akan membahas mengenai keterkaitan antara data-data yang telah diperoleh ketika di lapangan dengan teori yang relevan dengan penelitian ini. Pembahasan temuan akan disajikan sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan.

Berdasarkan perolehan data, maka pada pembahasan ini akan diungkapkan Strategi *School Branding* dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember.

#### 1. Penerapan Strategi *School Branding* dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember

Dari proses wawancara, observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan bahwa penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember terdapat lima strategi yang dilakukan yaitu memberikan pelayanan terbaik, membangun sekolah dengan prestasi, mengajarkan ahlussunnah wal jamaah, pembelajaran al-qur'an dan sarana dan prasarana yang memadai.

##### a. Pelatihan Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Dalam memberikan pelayanan terbaik dilakukan dengan cara melatih keterampilan guru-guru dan juga melatih sikapnya kepada anak-anak dan juga wali murid. Guru yang bersikap baik dan ramah akan menjadi contoh bagi siswa karena guru itu digugu dan ditiru,

selain itu hal tersebut juga berpengaruh dalam menjaga nama baik sekolah. Dalam meningkatkan pelayanan, sikap dan keterampilan guru juga harus ditingkatkan dengan pelatihan, dengan adanya pelatihan tersebut maka akan menunjang kinerja guru. Di SD Al-Baitul Amien juga terdapat pelatihan keagamaan bagi guru mengenai al-quran yang berguna untuk menunjang tentang keagamaan.

Adanya pelatihan keagamaan tentang al-qur'an bagi guru ini sangat penting dilakukan dalam meningkatkan pelayanan karena SD Al-Baitul Amien 01 Jember ini menggunakan kurikulum yang memadukan antara kurikulum diknas (intrakurikuler) dengan kurikulum khas, pada kurikulum khas ini terdiri dari bahasa arab, doa harian, al-qur'an dan juz amma (BTA).

Bernardin dan Russell percaya bahwa pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan di perusahaan tertentu yang menjadi tanggung jawab mereka. Sedangkan pelatihan menurut

Mondy adalah kegiatan yang dirancang untuk pengetahuan serta pembelajaran dan juga keterampilan yang dibutuhkan untuk pekerjaan saat ini.<sup>100</sup> Guru dituntut memiliki kemampuan menciptakan pembelajaran yang baik serta mampu mengelola sumber yang ada, menyusun rencana dan sekaligus meningkatkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang baik kepada siswa sehingga tercipta pembelajaran yang baik.

---

<sup>100</sup> Hendrita Sulila, *Pendidikan Dan Pelatihan Kompetensi Manajerial Guru* (Yogyakarta: Tanah Air Beta, 2023), 33.



Menurut Mustari, peserta didik adalah seseorang atau individu yang menerima layanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mendapatkan kepuasan dalam menerima pelajaran yang diajarkan oleh pendidik.<sup>101</sup>

b. Membangun Sekolah Dengan Prestasi

SD Al-Baitul Amien 01 Jember membangun sekolah dengan prestasi. Prestasi merupakan strategi yang dapat meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru terutama bagi orang tua, dimana prestasi menjadi hal yang penting karena semua orang tua pasti ingin anaknya menjadi anak yang berprestasi. Dengan banyaknya prestasi siswa yang telah diraih di sekolah, maka hal itu akan menjadi daya tarik bagi masyarakat sehingga mereka tertarik untuk menyekolahkan anaknya di tempat tersebut.

Tugas terpenting dalam membangun *brand* sekolah sebenarnya adalah memperkenalkan produk, jasa atau klaim nama yang di dalamnya mencakup keunggulan yang dimiliki atau yang akan dicapai. Kita bisa memperkenalkannya baik secara virtual, media cetak maupun media audio visual, brosur dan lainnya.<sup>102</sup>

Prestasi adalah tiang bagi sekolah dalam rangka menegakkan sekolah. Orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya pasti akan

<sup>101</sup> Muhammad Rifa'i, *Manajemen Peserta Didik (Pengelolaan Peserta Didik Untuk Efektivitas Pembelajaran)* (Medan: CV. Widya Puspita, 2018), 2.

<sup>102</sup> Barnawi and Mohammad Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), 155.

melihat prestasi yang telah diraih oleh siswa yang bersekolah di sekolah tersebut, maka dari itu penting untuk mempublikasikan prestasi yang telah diraih di media sosial seperti instagram sehingga masyarakat bisa dengan mudah mengetahui prestasi yang ada di sekolah tersebut. Prestasi siswa juga tidak terlepas dari peran guru yang ikut serta dalam mendidik dan membimbingnya. Banyaknya prestasi yang diraih itu telah sesuai dengan visi SD Al-Baitul Amien 01 Jember yaitu terwujudnya lulusan yang sholih dan cerdas.

Visi sekolah merupakan representasi dan refleksi masa depan yang diinginkan sekolah ataupun madrasah. Visi merupakan merupakan prinsip umum dan sumber bagi sekolah dalam merumuskan misinya. Dalam konteks persekolahan, output adalah kinerja sekolah atau prestasi sekolah yang dihasilkan dari proses sekolah. Dalam cakupan yang lebih luas dapat dikatakan bahwa output sekolah atau madrasah tercermin dalam bentuk visi dan misi serta tujuan sekolah.<sup>103</sup>

#### c. Promosi

Promosi yang dilakukan di SD Al-Baitul Amien 01 Jember tidak terlampau gencar karena banyak dari masyarakat mengetahui sekolah karena komunikasi mulut ke mulut (*word of mouth*) baik itu dari saudara, teman dan juga tetangga. Selain itu masyarakat juga mengetahui karena telah melihat secara langsung bagaimana output

---

<sup>103</sup> Suhadi Winoto, *Manajemen Berbasis Sekolah : Konsep Dan Aplikasi Dalam Aktivitas Manajerial Di Sekolah Atau Madrasah* (Yogyakarta: LKiS, 2020), 20–21.

yang dihasilkan oleh SD Al-Baitul Amien 01 Jember. Meskipun begitu sekolah tetap memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial sebagai media promosi yaitu seperti instagram dan juga website sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui visi misi ataupun prestasi yang dimiliki sekolah.

Promosi jasa pendidikan merupakan salah satu variabel bauran pemasaran jasa pendidikan yang harus dilakukan sekolah untuk memasarkan produk jasa pendidikan. Aktivitas promosi jasa pendidikan bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara sekolah dan pelanggan jasa pendidikan, tapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan di dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Alma pada hakikatnya promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran akan organisasi dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan setia pada produk yang ditawarkan organisasi yang bersangkutan.<sup>104</sup>

Menurut Lupiyoadi *word of mouth* merupakan salah satu bauran promosi. Informasi mulut ke mulut merupakan salah satu strategi promosi yang efektif karena yang akan menginformasikannya

---

<sup>104</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 134.

adalah pengguna atau konsumen secara sukarela tanpa disadari karena kepuasan akan pelayanan atau produk yang diberikan.<sup>105</sup>

d. Memberikan Pelayanan Terbaik

Pelayanan yang diberikan oleh SD Al-Baitul Amien 01 Jember adalah dengan menerapkan sistem *full day school*. Sekolah *full day school* merupakan alternatif bagi wali murid yang memiliki kesibukan. Kebanyakan siswa yang sekolah di SD Al-Baitul Amien adalah orang tua mereka sibuk bekerja. Lokasi SD Al-Baitul Amien 01 Jember sangat strategis yaitu terletak di jantung kota sehingga mudah di jangkau dari segala penjuru sehingga wali murid tidak terlalu jauh menjemput anaknya manakala waktu belajarnya sudah berakhir. Sekolah ini bukan hanya tempat belajar tapi juga menjadi tempat untuk bisa menitipkan putra putrinya sembari menunggu orang tuanya bekerja. Orang tua yang suami istri keduanya karir menjadikan sekolah ini sebagai pilihan karena di rumahnya tidak ada orang yang menjaga anaknya.

Selain itu di SD Al-Baitul Amien tidak ada pekerjaan rumah (PR) karena semua telah diselesaikan di sekolah. Sekolah tidak menganjurkan untuk memberikan PR karena kegiatannya sudah *full day* jadi semua berusaha untuk diselesaikan di sekolah, namun jika masih ada siswa yang tidak selesai maka keesokan harinya akan

---

<sup>105</sup> Haque-Fawzi et al., *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi*, 94.

didampingi lagi oleh guru. Sehingga orang tua tidak perlu khawatir karena SD Al-Baitul Amien hadir memberikan pelayanan itu semua.

Menurut ringkasan penelitian di dalam buku *Full Day School : Konsep, Manajemen, & Quality Control* karya Jamal Ma'mur Asmani, kebanyakan masyarakat AS tertarik dengan *full day school* dilatarbelakangi oleh beberapa hal sebagai berikut.

- 1) Meningkatnya jumlah orang tua, khususnya ibu bekerja yang mempunyai anak di bawah 6 tahun
- 2) Meningkatnya jumlah anak usia prasekolah yang ditampung di sekolah milik publik atau masyarakat umum
- 3) Adanya peningkatan mengenai pengaruh televisi dan juga kesibukan orangtua
- 4) Memiliki keinginan dalam memperbaiki nilai akademik supaya sukses dalam menghadapi jenjang yang lebih tinggi

Melalui *full day program*, semua permasalahan tersebut diharapkan dapat diselesaikan dengan baik.<sup>106</sup>

e. Pembelajaran Ahlussunnah Wal Jamaah

Strategi yang diterapkan oleh SD Baitul Amien yaitu mengajarkan Ahlussunnah wal Jama'ah. Penerapan aswaja yang diterapkan yaitu berupa mata pelajaran yang berbaur keagamaan seperti PAI maka itu akan diselipkan kan ilmu aswaja itu, kemudian sholat dan bacaan harian itu sesuai dengan bacaan NU. Penanaman

---

<sup>106</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Full Day School : Konsep, Manajemen, & Quality Control* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 17.

aswaja ini tidak hanya kepada siswa tetapi penanaman aswaja juga kepada orang tua melalui kegiatan yang namanya padang bulan itu seperti sholat bersama. Penerapan aswaja lebih ke pembinaan karakter ahlussunnah wal jamaah melalui pembiasaan kepada siswa mulai dari sholat, dzikir itu berlandaskan nahdlatul ulama. Internalisasi nilai-nilai agama yang mantap dan meyakinkan sangat dibutuhkan di kehidupan kota yang bebas sehingga anak didik mampu menyikapinya secara bijaksana dan sesuai dengan anjuran agama.

Menurut KH. Ahmad Shidiq bahwa ahlussunnah wal jama'ah pada hakikatnya merupakan ajaran Islam yang murni sebagaimana diajarkan serta diamalkan oleh Rasulullah SAW dan juga para sahabatnya. Sehingga dapat dipahami bahwa ahlussunnah wal jama'ah adalah sekelompok orang yang berpegang teguh pada akhlak Nabi dan juga akhlak para sahabatnya.<sup>107</sup>

#### f. Pembelajaran Al-Qur'an

Pembelajaran al-qur'an yang diterapkan di SD Al-Baitul Amien juga menjadi harapan bagi wali murid bahwa nantinya anaknya bisa mendapatkan ilmu agama, bisa mengaji dan juga bisa mendoakan orang tuanya dan itu juga menjadi kebanggaan tersendiri bagi sekolah bukan hanya karena prestasi yang diraih tetapi karena

---

<sup>107</sup> Subaidi, *Pendidikan Islam Risalah Ahlussunnah Wal Jama'ah An-Nahdliyah* (Jepara: UNISNU PRESS, 2019), 15.

kepuasan wali murid ketika harapannya telah terpenuhi seperti anaknya sudah mulai bisa membaca al-qur'an.

Menurut Wahidin, pendidikan merupakan penciptaan suasana belajar dan proses pembelajaran secara sadar dan terencana yang memungkinkan peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya dan membekali dirinya dengan kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan dan juga akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan juga masyarakat.<sup>108</sup>

Pembelajaran al-qur'an yang diterapkan ini secara tidak langsung juga menjadi promosi bagi sekolah karena ketika siswa mendapatkan prestasi baik dari bacaan maupun hafalannya atau sedang menunjukkan kemampuannya bacaan al-qur'annya di tengah masyarakat, maka masyarakat akan bertanya dan mencari tahu sekolah anak yang berprestasi itu dimana sehingga akan ada ketertarikan untuk menyekolahkan anaknya di tempat yang sama, karena siswa itu menjadi duta di tengah masyarakat, begitupun sebaliknya siswa yang tidak dibina dengan baik maka masyarakat juga akan bertanya dan enggan untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

Maka dari itu pembelajaran al-qur'an yang diterapkan di SD Al-Baitul Amien ini terdapat target dan untuk siswa kelas tiga itu

---

<sup>108</sup> Asmani, *Full Day School : Konsep, Manajemen, & Quality Control*, 15.

sudah bisa membaca al-qur'an. Pembelajaran al-qur'an itu ada dua yaitu bacaan dan hafalan. Bacaan meliputi makhraj dan tajwid sedangkan hafalan itu juz amma. Dan brandingnya yang pasti di SD Al- Baitul Amien ini adalah sekolah Islam, maka dari itu karena sekolah Islam maka sekolah menjunjung tinggi tentang keagamaan dan al-qur'an.

Kurikulum agama harus diprioritaskan oleh *full day school* sebagai pijakan dalam berpikir, melangkah dan mengambil keputusan dalam menghadapi masalah apapun baik yang berkaitan dengan pergaulan, teknologi baru maupun kebudayaan.<sup>109</sup>

g. Sarana Dan Prasarana Yang Memadai

Dalam bahasa Inggris, sarana dan prasarana disebut dengan *facility (facilities)*. Oleh karena itu sarana dan prasarana pendidikan akan disebut dengan *educational facilities* atau fasilitas pendidikan. Amirin mengemukakan bahwa fasilitas pendidikan merujuk pada

segala sesuatu seperti peralatan dan barang yang menunjang atau memberikan kemudahan bagi terselenggaranya kegiatan pendidikan.<sup>110</sup>

Sarana dan prasarana ini sangat penting karena dibutuhkan dalam dunia pendidikan serta juga berfungsi untuk menunjang dalam proses belajar mengajar di sekolah. sarana dan prasarana yang ada di SD Al-Baitul Amien 01 Jember bisa dibilang sudah lengkap mulai

<sup>109</sup> Asmani, 104.

<sup>110</sup> Barnawi and Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*, 45.



dari CCTV setiap kelas sehingga kegiatan siswa bisa dipantau, kemudian AC di setiap kelas, meja, kursi dan loker untuk siswa, dan juga dilengkapi dengan lcd serta wifi di setiap kelas, selain itu meja guru di kelas juga sudah dilengkapi dengan komputer dan printer dan semua itu sudah memenuhi semua kebutuhan siswa dan guru dalam menunjang pembelajaran di kelas.

Menurut peneliti ditinjau dari pendapat-pendapat di atas terdapat keselarasan dengan data yang peneliti temukan di lapangan mengenai penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru. Adapun strategi yang diterapkan di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik, membangun sekolah dengan prestasi, pembelajaran ahlussunnah wal jamaah, pembelajaran al-qur'an dan sarana dan prasarana yang memadai.

## **2. Dampak Strategi *School Branding* dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember**

Dalam penerapan strategi *school branding* tentu akan ada dampak dari penerapan strategi tersebut. Adapun berdasarkan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi maka dampak dari penerapan strategi *school branding* yaitu:

- a) Kepuasan Wali Murid

Dampak dari penerapan strategi *school branding* dapat dilihat dari kepuasan wali murid yang menyatakan puas pada hasil pembelajaran anaknya selama di sekolah. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan wali murid, menyatakan bahwa harapannya telah sesuai seperti yang diinginkan, yaitu menginginkan anaknya tumbuh dan berkembang dengan baik dengan tambahan ilmu pengetahuan dan juga akhlakul karimah, akhlak qurani serta yang berlandaskan ahlussunnah wal jamaah sehingga sesuai dengan yang diajarkan di rumah. Tidak hanya itu wali murid yang lain juga berpendapat bahwa keempat anaknya semua sekolah di SD Baitul Amien 01 Jember.

Menurut Kotler dan Amstrong, kepuasan pelanggan yaitu sejauh mana kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Jika kinerja suatu produk menurun, maka pengguna akan kecewa, begitu juga sebaliknya pengguna akan puas jika kinerja produk melampaui harapannya. Menurut Purwaningsih dan Soenhadji, kepuasan pelanggan mengacu pada tingkat terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi, yang dapat mengarah pada pembelian berulang atau kesetiaan yang berkelanjutan.<sup>111</sup>

b) Sekolah Mendapatkan Kepercayaan dari Masyarakat

Dampak dari strategi *school branding* yang telah diterapkan yaitu sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, kepercayaan akan muncul ketika masyarakat telah melihat output

---

<sup>111</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 14.

dan karakter yang terbentuk dari siswa sehingga masyarakat tertarik dan memilih SD Al-Baitul Amien 01 Jember sebagai sekolah pilihan. Ketika wali murid merasa puas dengan output, akhlak dan juga karakter yang terbentuk dari anak serta harapannya dan telah sesuai dengan yang diharapkan, maka orang tua akan merasa puas dan terus memberikan kepercayaan kepada sekolah untuk mendidik anak-anaknya. Perkembangan siswa juga dapat dilihat dari buku agenda siswa yang di dalamnya terdapat target mulai dari kelas satu hingga kelas enam kemudian juga terdapat data ibadah harian siswa yang ditandatangani oleh guru dan juga orang tua serta data prestasi harian al-qur'an siswa juga ada pada buku agenda siswa tersebut.

Output sekolah seringkali diukur berdasarkan tingkat kinerjanya. Kinerja sekolah merujuk pada pencapaian atau prestasi sekolah yang dihasilkan melalui proses persekolahan. Kinerja sekolah juga diukur dari efektivitas dan juga kualitasnya. Efektivitas adalah

ukuran yang menyatakan sejauh mana tujuan telah tercapai. Sekolah yang efektif biasanya menunjukkan kemiripan antara hasil nyata dengan hasil yang diharapkan. Kualitas di lingkungan sekolah adalah gambaran dan karakteristik secara menyeluruh dari lulusan yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan tertentu misalnya prestasi pentas seni.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Ondi Saondi and Sobarudin, *Konsep-Konsep Dasar Menjadi Sekolah Unggul* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), 4-5.

Masyarakat jika ingin mencari tahu tentang sekolah tidak hanya melalui media sosial, tetapi melalui saudara ataupun tetangga. Jika wali murid merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sekolah secara tidak langsung wali murid akan mempromosikan sekolah tersebut, begitu juga sebaliknya jika wali murid tidak puas dan merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh sekolah maka wali murid akan menyampaikan kepada masyarakat bahwa sekolah tersebut memiliki pelayanan yang buruk dan tentu hal tersebut akan mempengaruhi masyarakat dalam memilih sekolah.

c) Terbentuknya Karakter Siswa

Dampak lain dari strategi yang diterapkan oleh SD Al-Baitul Amien adalah terbentuknya karakter siswa. SD Al-Baitul Amien 01 Jember adalah sekolah islam yang imbang antara formal dan agamanya, selain itu sekolah ini juga menjunjung tinggi tentang keagamaan dan juga al-qur'an. Wali murid menyatakan bahwa mereka terus memberikan kepercayaan kepada sekolah untuk mendidik anaknya di SD Al-Baitul Amien 01 Jember karena mereka telah melihat bahwa anak mereka berperilaku islami seperti bersikap sopan dan memiliki akhlak yang baik.

Inti dari karakter adalah berbuat baik, meninggalkan perbuatan buruk, mengajak berbuat baik dan mencegah perbuatan buruk, serta membantu orang lain dalam melakukan perbuatan baik tersebut. Membimbing anak adalah mengarahkan potensinya ke arah

yang baik dan menjaga kebiasaan baik tersebut, dan harus terus menerus diterapkan di rumah oleh guru dan orang tua ketika anak masih sangat kecil. Ilmuwan terbesar abad ke-20 yaitu Albert Einstein menyatakan agama tanpa ilmu adalah pincang dan ilmu tanpa agama adalah buta. Kalimat ini menunjukkan betapa pentingnya saling terhubungnya antara ilmu dan agama.<sup>113</sup>

d) Membludaknya Para Pendaftar

Dampak lain dari penerapan strategi *school branding* adalah membludaknya para pendaftar. Membludaknya para pendaftar ini dapat dibuktikan dengan berdirinya SD Al-Baitul Amien 02 dan SD Al-Baitul Amien 03. Banyaknya peminat di SD Al-Baitul Amien 01 Jember juga dipengaruhi karena beberapa faktor yaitu seperti tempatnya yang strategis berada di jantung kota dan selain itu yang diunggulkan di Baitul Amien ini adalah pembelajaran al-qur'an sehingga banyak wali murid yang tertarik karena ingin menjadikan anaknya tumbuh menjadi anak yang sholih dan cerdas sebagaimana visi dari SD Al- Baitul Amien 01 Jember.

Masyarakat membutuhkan kondisi terbaik bagi anak-anaknya sehingga pelayanan prima merupakan langkah penting untuk mempertahankan diri terhadap peningkatan jumlah sekolah. Meskipun jumlah sekolah semakin bertambah, namun jika mampu menjaga pelayanan prima kepada masyarakat maka perhatian dan

---

<sup>113</sup> Sofyan Tsauri, *Pendidikan Karakter : Peluang Dalam Membangun Karakter Bangsa* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 84.

minat masyarakat akan tetap terjaga untuk sekolah. Sekolah tidak akan kehilangan peminat dari masyarakat, bahkan masyarakat akan datang walaupun sekolah tidak melakukan iklan atau promosi dalam menarik anak untuk bersekolah.<sup>114</sup>

e) Kepuasan Siswa

Ketika sekolah memberikan pelayanan yang terbaik tidak hanya wali murid saja yang merasakan kepuasan tetapi siswa juga ikut merasakan kepuasan tersebut seperti mulai dari sarana prasarana yang memadai sehingga membuat siswa nyaman ketika berada di lingkungan sekolah.

Menurut Mulyasa dalam bukunya *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, peserta didik merupakan pelanggan utama sekolah, pelanggan lain adalah orang tua, masyarakat, pemerintah, bisnis, dan pihak-pihak lain yang pada akhirnya ikut menikmati hasil pendidikan di sekolah. Oleh karena itu, sebagai

'bisnis' pelayanan jasa, kewajiban utama sekolah adalah memberikan pelayanan prima untuk menjamin kepuasan pelanggannya, yaitu peserta didik. Artinya, semua input dan proses yang dikerahkan sekolah tertuju untuk meningkatkan kepuasan peserta didik yang berfokus pada peningkatan mutu secara berkelanjutan.<sup>115</sup>

---

<sup>114</sup> Mohammad Saroni, *Analisis & Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 30.

<sup>115</sup> Mulyasa, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 109.

Menurut peneliti ditinjau dari pendapat-pendapat di atas terdapat keselarasan dengan data yang peneliti temukan di lapangan mengenai dampak strategi *school branding* yang telah diterapkan yaitu kepuasan wali murid, sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, terbentuknya karakter siswa, membludaknya para pendaftar dan juga kepuasan yang dirasakan oleh siswa.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Setelah dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dilapangan tentang strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember adalah a) pelatihan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan b) membangun sekolah dengan prestasi c) promosi d) memberikan pelayanan terbaik, e) pembelajaran ahlussunnah wal jamaah, f) menerapkan pembelajaran al-qur'an, dan g) sarana dan prasarana yang memadai.
2. Dampak strategi *school branding* dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember yaitu a) kepuasan wali murid, b) sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, c) terbentuknya karakter siswa, d) membludaknya para pendaftar, dan d) kepuasan yang dirasakan oleh siswa selama bersekolah di SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember.



## B. Saran-Saran

Setelah dilakukan penelitian dan dipaparkan, sebagai akhir dari penyusunan skripsi ini, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Sekolah SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember

Diharapkan rutin dalam melakukan survei kepuasan orang tua dan siswa karena dengan adanya survei tersebut dapat memberikan wawasan untuk membantu sekolah melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas fasilitas di lingkungan sekolah jika diperlukan.

2. Bagi Guru SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember

Diharapkan mampu memberikan contoh sikap yang baik yang mencerminkan nilai-nilai sekolah kepada peserta didik karena peserta didik cenderung akan meniru perilaku dan sikap guru.

3. Bagi Wali Murid

Diharapkan terlibat secara aktif dalam kegiatan dan acara sekolah karena kehadiran wali murid dalam berbagai kegiatan yang ada di sekolah dapat memberikan dukungan yang positif kepada sekolah.

4. Bagi Siswa SD Al-Baitul Amien 01 *full day school* Jember

Diharapkan siswa selalu menjaga sikap yang telah terbentuk seperti sikap disiplin sebagaimana yang telah di ajarkan di sekolah, selain itu siswa juga diharapkan dapat merawat fasilitas sekolah dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Zainiya, and Saparudin. "Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, Dan Tahfiz Al-Qur'an." *El-Hikmah: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam* 16, no. 1 (2022): 49–64.
- Asmani, Jamal Ma'mur. *Full Day School: Konsep, Manajemen, & Quality Control*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017.
- Barnawi, and Mohammad Arifin. *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013.
- Basitoh, Siti Azizah. "Strategi Brand Image Sekolah Berbasis Masyarakat (Studi Kasus Sekolah Tahfidz Plus SD Khoiru Ummah Cianjur Jawa Barat)." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021.
- Dewi, Dewa Ayu Diah Paramita, and I Made Jatra. "Peran Brand Awareness Dalam Memediasi Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Beli." Udayana University, 2018.
- Fadjarajani, Siti, Ely Satiyasih Rosali, Siti Patimah, Fahrina Yustiasari Liriwati, Ana Sriekaningsih Nasrullah, and Achmad Daengs. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2020.
- Firdaus, Rifqi. "Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi Di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang." Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021.
- Hardani, Hikmatul, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiwaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Hayati, Kinanti Resmi, Afita Dewi Prastiwi, Tranggono Tranggono, Laksmi Diana, and Zella Azzahra Achmadani. "Strategi Branding Dalam Peningkatan Daya Tarik Sekolah PAUD Di Era New Normal Dengan Aplikasi Comma." *ABIYASA* 2, no. 1 (2022): 7–12.
- Hikmah, Nur, Sunandar, and Yovitha Yuliajantiningsih. "Implementasi Total Quality Management Dalam Peningkatan Mutu Sekolah Di SMA Negeri 1 Slawi Kabupaten Tegal." *Jurnal Manajemen Pendidikan (JMP)* 8, no. 1 (2019): 78–98.
- Husni, Mochamad, Dyah Rachmawati Sugiyanto, and Frizki Nurnisya. *Reputasi Yang Berkarakter*. Jakarta: PT Media Piar Indonesia, 2017.

- Hutami, Meyda Setyana. "Implementasi Strategi Branding PAUD Dalam Meningkatkan Image Sekolah." *Jurnal Pelita PAUD* 4, no. 2 (2020): 242–46.
- Indonesia, Presiden Republik. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional." Departemen Pendidikan Nasional, 2003.
- Joko, Bambang Suwardi, Catur Dyah Fajarini, Rahmah Astuti, and Retno Fransisca. "Persepsi Masyarakat Terhadap Sekolah Yang Dianggap Favorit." Pusat Penelitian Kebijakan, Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan ..., 2020.
- Juhaidi, Ahmad. "Pemasaran Jasa Pendidikan: Teori Dan Praktik." CV. Aswaja Pressindo, 2022.
- Karsono, Purwanto, and Abdul Matin Bin Salman. "Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 869–80.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish, 2020.
- Miles Matthew, B, Huberman A Michael, and Saldaña Johnny. "Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook." Sage Publications, 2014.
- Mujib, Fathul, and Tutik Saptiningsih. *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*. Bumi Aksara, 2021.
- Mujtahidah, Nila. "Strategi Sekolah Dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing: Studi Kasus Di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo." Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.
- Mulyasa. *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Murdiyanto, Eko. *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN " Veteran", 2020.
- Murti, Tri Kresna. "Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi." *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Dan Sains* 7, no. 2 (2019): 102–7.
- Mustika. "Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK DR. Soetomo Surabaya." *Jurnal Manajerial Bisnis* 4, no. 1 (2020): 11–19.

- Naway, Fory A. "Strategi Pengelolaan Pembelajaran." *Gorontalo: Ideas Publishing*, 2016.
- Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.
- Prayogo, Muhammad Suwigno, Siti Aminah, and Abdullah. "Strategi Positioning Dalam Peningkatan Daya Saing Lembaga (Studi Kasus Di Raudlatul Athfal Ulul Albab Kaliwates Jember)." *Leaderia: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3 (2022): 57–57.
- Purwanggono, Cuk Jaka. *Konsep Dasar Manajemen Strategi*. Semarang: Universitas Wahid Hasyim, 2020.
- Rahim, H. Abd. Rahman, and Enny Radjab. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.
- Rifa'i, Muhammad. *Manajemen Peserta Didik (Pengelolaan Peserta Didik Untuk Efektivitas Pembelajaran)*. Medan: CV. Widya Puspita, 2018.
- Saondi, Ondi, and Sobarudin. *Konsep-Konsep Dasar Menjadi Sekolah Unggul*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Saroni, Mohammad. *Analisis & Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017.
- Setyaningsih, Desi Lestari. "Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah (SDMT) Ponorogo." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020.
- Sherly, Leni Nurmiyanti, Fifit Firmadani, Safrul, Nuramila, Nur Rahmi Sonia, Suharto Lasmono, Muhammad Firman Halip, Rudi Hartono, and Zaedun Na'im. "Manajemen Pendidikan (Tinjauan Teori Dan Praktis)," 2020.
- Sholihah, Tutut. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 3, no. 2 (2018): 72–84.
- Sidiq, Umar, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Sitorus, Sunday Ade, Nada Arina Romli, Chairul Pua Tingga, Ni Putu Sukanteri, S E Putri, and S A Sitorus. "Brand Marketing: The Art of Branding." *Bandung: Media Sains Indonesia*, 2022.
- Subaidi. *Pendidikan Islam Risalah Ahlussunnah Wal Jama'ah An-Nahdliyah*. Jepara: UNISNU PRESS, 2019.
- Sulila, Hendrita. *Pendidikan Dan Pelatihan Kompetensi Manajerial Guru*.

Yogyakarta: Tanah Air Beta, 2023.

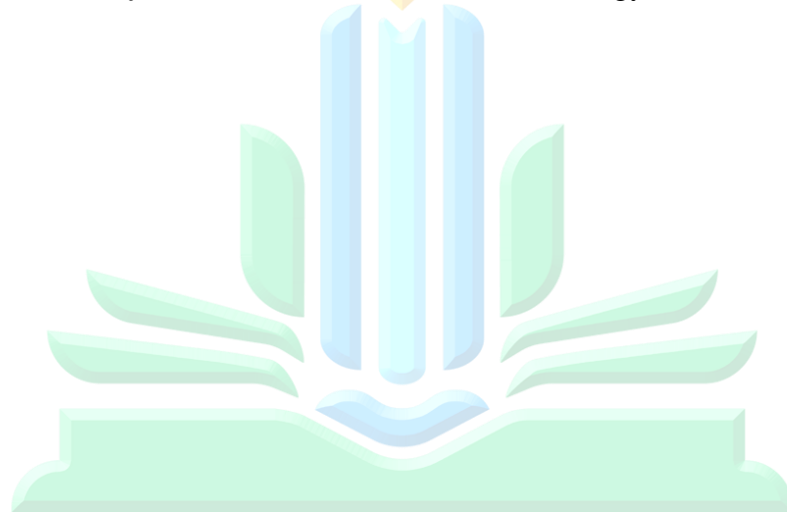
Tsauri, Sofyan. *Pendidikan Karakter: Peluang Dalam Membangun Karakter Bangsa*. Jember: IAIN Jember Press, 2015.

Wardani, Deklara Nanindya, Anselmus J E Toenlio, and Agus Wedi. "Daya Tarik Pembelajaran Di Era 21 Dengan Blended Learning." *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 1, no. 1 (2018): 13–18.

Wardani, Ema Kusuma. "Strategi Brand Image Dalam Rekrutment Peserta Didik Baru Di SMK Ma'arif NU 1 Ajibarang." Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2021.

Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.

Winoto, Suhadi. *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep Dan Aplikasi Dalam Aktivitas Manajerial Di Sekolah Atau Madrasah*. Yogyakarta: LKiS, 2020.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosida Damayanti  
NIM : 202101030070  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsurunsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsurunsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 01 Desember 2023

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Rosida Damayanti  
NIM. 202101030070

Lampiran 1

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi <i>School Branding</i> dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di SD Al-Baitul Amien 01 <i>Full Day School</i> Jember Tahun Pelajaran 2022/2023	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategi <i>School Branding</i></li> <li>2. Daya tarik calon peserta didik baru</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penerapan Strategi <i>school branding</i></li> <li>2. Dampak strategi <i>school branding</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan</li> <li>b. Prestasi</li> <li>c. Kurikulum</li> <li>d. Karakter siswa</li> <li>e. Sarana dan prasarana</li> <li>a. Bagi sekolah</li> <li>b. Bagi masyarakat</li> <li>c. Bagi siswa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kepala sekolah</li> <li>b. Ketua yayasan</li> <li>c. Koordinator kurikulum / guru</li> <li>d. Koordinator kesiswaan / guru</li> <li>e. Wali murid</li> <li>f. Siswa</li> </ol> </li> <li>2. Kepustakaan</li> <li>3. Dokumentasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan penelitian: Kualitatif deskriptif</li> <li>2. Jenis penelitian: Studi Kasus</li> <li>3. Lokasi penelitian: SD Al-Baitul Amien <i>Full Day School</i> 01 Jember</li> <li>4. Teknik pengumpulan data:               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi</li> <li>b. Wawancara</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>5. Teknik analisis data: Miles dan Huberman               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kondensasi data</li> <li>b. Penyajian data</li> <li>c. Penarikan Kesimpulan/ verifikasi</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana Penerapan Strategi <i>School Branding</i> dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di SD Al-Baitul Amien 01 <i>Full Day School</i> Jember Tahun Pelajaran 2022/2023?</li> <li>2. Bagaimana Dampak Strategi <i>School Branding</i> dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di SD Al-Baitul Amien 01 <i>Full Day School</i> Jember Tahun Pelajaran 2022/2023?</li> </ol>

## Lampiran 2

### PEDOMAN KEGIATAN PENELITIAN

#### A. Pedoman Observasi

1. Letak geografis SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember
2. Observasi penerapan strategi *school branding* di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember
3. Observasi dampak strategi *school branding* di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember

#### B. Pedoman Wawancara

1. Kepala Sekolah dan Ketua Yayasan
  - a. Penerapan strategi *school branding* di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember
  - b. Dampak strategi *school branding* di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember
2. Guru (Koord. Kesiswaan, Koord. Kurikulum)
  - a. Penerapan strategi *school branding* di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember
  - b. Dampak strategi *school branding* di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember
3. Wali Murid dan siswa
  - a. Dampak strategi *school branding* di SD Al-Baitul Amien 01 *Full Day School* Jember

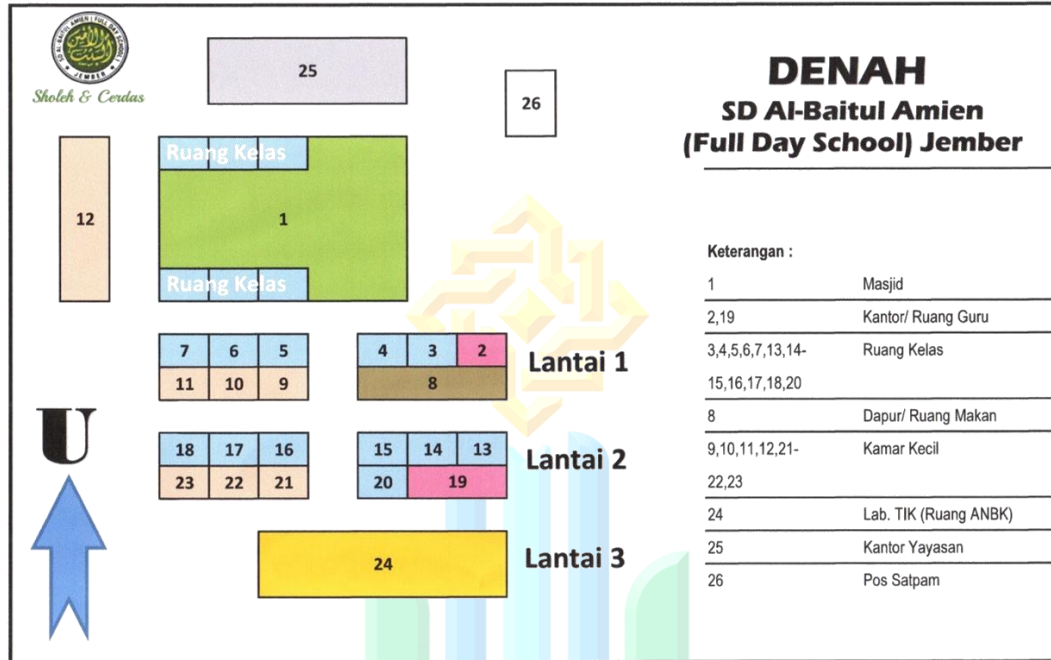
#### C. Pedoman Dokumentasi

1. Profil SD Al-Baitul Amien 01 Jember
2. Visi misi SD Al-Baitul Amien 01 Jember
3. Data Guru dan siswa SD Al-Baitul Amien 01 Jember
4. Data prestasi siswa SD Al-Baitul Amien 01 Jember
5. Sarana dan prasarana SD Al-Baitul Amien 01 Jember
6. Denah SD Al-Baitul Amien 01 Jember
7. Struktur organisasi SD Al-Baitul Amien 01 Jember
8. Denah sekolah SD Al-Baitul Amien 01 Jember



Lampiran 3

DENAH LOKASI

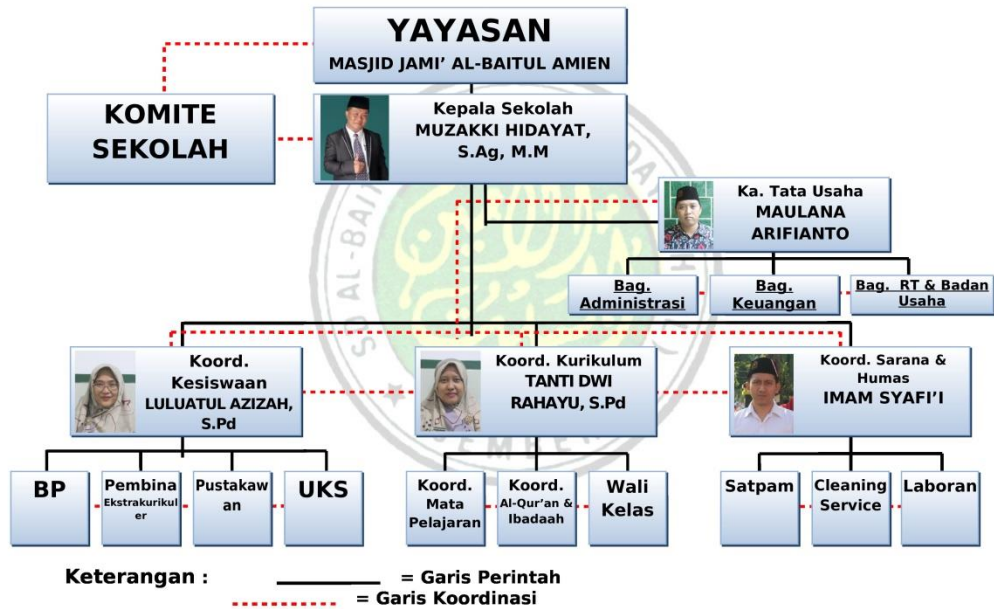


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Lampiran 4

STRUKTUR ORGANISASI

**STRUKTUR & PERSONALIA**  
**SD AL-BAITUL AMIEN (FULL DAY SCHOOL) JEMBER**  
**TAHUN 2022 - 2026**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 5

### SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136  
Website:www.http://ftik.uinkhas-jember.ac.id Email: tarbiyah.iainjember@gmail.com

Nomor : B-2197/ln.20/3.a/PP.009/05/2023

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala SD Al-Baitul Amien

Jl. R.A. Kartini, Kp. Using, Kepatihan, Kec. Patrang, Kab. Jember

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :

NIM : 202101030070  
Nama : ROSIDA DAMAYANTI  
Semester : Semester enam  
Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Strategi School Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember Tahun Pelajaran 2022/2023" selama 30 ( tiga puluh ) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu SD Al-Baitul Amien

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 15 Mei 2023

Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,



MASHUDI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 6

### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



YAYASAN MASJID JAMI' AL-BAITUL AMIEN JEMBER  
**SD AL - BAITUL AMIEN ( FULL DAY SCHOOL )  
JEMBER**

NSS : 102052418002

#### SURAT KETERANGAN

No : 236-B/SD.ABA.FDS/JBR/SKet/XI/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **H. MUZAKKI HIDAYAT, S.Ag., M.M.**  
Jabatan : Kepala Sekolah  
Unit Kerja : SD Al Baitul Amien (Full Day School) Jember  
Alamat : Jl. Sultan Agung No. 2 Jember

Menerangkan bahwa :

Nama : **ROSIDA DAMAYANTI**  
NIM : 202101030070  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Benar-benar telah mengadakan penelitian di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien (Full Day School) Jember dengan judul "*Strategi School Branding dalam Meningkatkan Daya tarik Calon Peserta Didik Baru di SD Al-Baitul Amien 01 Full Day School Jember Tahun Pelajaran 2022/2023*".

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Jember, 8 November 2023

Kepala Sekolah,







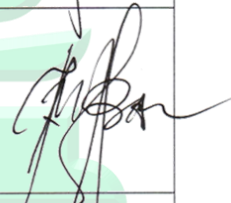



**H. MUZAKKI HIDAYAT, S.Ag., M.M.**


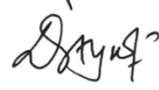
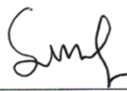



NIPK. 00.02.01.003

## Lampiran 7

### JURNAL KEGIATAN PENELITIAN


LOKASI: SD AL-BAITUL AMIEN 01 *FULL DAY SCHOOL* JEMBER

NO	TANGGAL	JENIS KEGIATAN	TANDA TANGAN
1	15 Mei 2023	Menyerahkan surat izin penelitian kepada Yayasan Al-Baitul Amien	
2	22 Mei 2023	Mengambil Acc surat izin penelitian dari Yayasan Al-Baitul Amien	
3	24 Mei 2023	Menyerahkan Acc surat izin penelitian dari Yayasan Al-Baitul Amien kepada Kepala Sekolah SD Al-Baitul Amien	
4	25 Mei 2023	Observasi dan meminta data sekolah kepada Ka. Tata Usaha yaitu Bapak Maulana Arifianto	
		Wawancara dengan Kepala Sekolah SD Al-Baitul Amien yaitu Bapak Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M	
5	30 Mei 2023	Observasi dan wawancara dengan Koordinator Kurikulum yaitu Ibu Tanti Dwi Rahayu, S.Pd	
		Wawancara dengan Koordinator Kesiswaan yaitu Ibu Luluatul Azizah, S.Pd	
6	8 Juni 2023	Observasi dan wawancara dengan Kepala Yayasan SD Al-Baitul Amien yaitu Bapak Drs. H. Misrawie, MM	

		Wawancara dengan wali murid yaitu Ibu Dr. Hj. Luluk Mashluchah SHI., M.Pd.I	
7	13 Juni 2023	Wawancara dengan wali murid yaitu Ibu Dewi Rahmawati	
8	22 September 2023	Observasi dan wawancara dengan siswa yaitu Adzki Ahmad Sakti	
		Wawancara dengan siswa yaitu Faiq Zaidan	
9	07 November 2023	Dokumentasi data pendukung	
10	08 November 2023	Pengambilan surat keterangan selesai penelitian	

Jember, 08 November 2023  
Kepala Sekolah



  
Muzakki Hidayat, S.Ag., M.M

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 8

### Data Guru Dan Karyawan SD Al-Baitul Amien (Full Day School) Jember Tahun Pelajaran 2023/2024

NO. URUT	NAMA	L/P	IJAZAH TERAKHIR	TUGAS
1	Muzakki Hidayat, S.Ag, M.M	L	S2	Kepala Sekolah
2	Faizatul Ummah, S.Ag	P	S1	Guru Kelas 3
3	Mei Murtiningrum, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 3
4	Imam Rifai, S.Ag	L	S1	Guru Al-Qur'an
5	Siti Masitoh, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 5
6	M. Ali Wafi, S.Pd.I	L	S1	Guru PAI
7	Saifullahudi, S.Pd.I, MM	L	S2	Guru Al-Qur'an
8	Nury Yasien Rachmatullah, S.Pd.I, MM	L	S2	Guru PAI
9	Luluatul Azizah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
39	Achmad Fauzi, S.Pd	L	S1	Guru Olah Raga
10	Tanti Dwi Rahayu, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 6
11	Rusni Heryani, A.Md	P	D3	Guru TIK
12	Akhmad Fauzi, S.Pd.I	L	S1	Guru Al-Qur'an
13	Hajjatul Karimah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 2
14	Ulfa Nalurita Fajrin, S.Pd	P	S1	Guru B. Inggris
15	Septiya Ahsani, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 2
16	Lailatul Mucharomah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 5
17	Husnul Chotimah	P	SMA	Guru B. Arab
18	Siti Aisyah	P	SMA	Guru Al-Qur'an
19	Slamet Haryono	L	Paket C	Guru Al-Qur'an
20	Dini Izzatul Millah, S.Pd	P	S1	Guru Al-Qur'an
21	Nur Rohmad, S.Pd.I	L	S1	Guru Al-Qur'an
22	St. Hilmiyatul Muflihati, S.Pd	P	S1	Guru Al-Qur'an
23	Sinta Hartini Dewi	P	SMA	Guru Kelas 2
24	Rizqa Nurul Aini, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 5
25	Dita Rahmiwati, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 2
26	Luluk Fuadah, S.S	P	S1	Guru B. Inggris
27	Rizki Amalfia Yuli Astutik, S.Pd	P	S1	Guru Al-Qur'an
28	Muhammad Luthfi, S.Pd	L	S1	Guru Al-Qur'an
29	Ana Maghfirah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
30	Desy Ayunda Puspitasari, S.Pd	P	S1	Guru B. Jawa

31	Lia Faridatul Khoiriyah, S.Pd.I	P	S1	Guru Kelas 1
32	Reny Lavenia, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
33	Sri Umi Rahayu, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 4
34	Maulidatul Hasanah	P	SMA	Guru Al-Qur'an
35	Moh. Ladi Syafroni	L	SMA	Guru Al-Qur'an
36	Hosnol Khotimah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
37	Umi Narisul M, S.Pd	P	S1	Guru PAI
38	Ana Fitriyana, S.Pd	P	S1	Guru B. Arab
40	Ilyatul Anisah	P	SMA	Guru Al-Qur'an
41	Haerul Roby	L	SMA	Guru Al-Qur'an
42	Dendie Bagus Windiar, S.Or	L	S1	Guru Olah Raga
43	Adilla Nuri Izza Afidati, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
44	Fildareta Faruk Auliyah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
45	Indah Purnamasari, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 5
46	Mayu Rusydiana, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 4
47	Rif'atul Imamiyah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 2
48	Umi Saadah, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 2
49	Jamaludin Hafid, S.Pd	L	S1	Guru Olah Raga
50	Helmi Holida Putri Puspita Ningrum, S.Tr.Kom	P	S1	Guru TIK
51	Rakhmat Fadilah, S.Tr.Kom	L	S1	Guru TIK
52	Rovi Atul Jannah, S.Pd	P	S1	Guru Al-Qur'an
53	Ach. Fais	L	SMA	Guru Al-Qur'an
54	Ahmad Nurrohim Ramadhan	L	SMA	Guru Al-Qur'an
55	Arfan Efendi, S.Pd	L	S1	Guru Kelas 1
56	Retno Milenia, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
57	Kholish Ustratil Firdaus, S.Pd	P	S1	Guru B. Jawa
58	Siti Masruroh, S.Pd	P	S1	Guru Kelas 1
59	Maulana Arifianto	L	SMA	Tata Usaha
60	Fauziah Nuringtyas	P	SMA	Tata Usaha
61	Siti Nurul Amaliah	P	SMA	Tata Usaha
62	Lenny Lyla Rachman, SE	P	S1	Tata Usaha
63	Alvin Nahdiah, S.E	P	S1	Tata Usaha
64	Fian Rahmana Putra	L	SMA	Tata Usaha
65	Sirrul Bari	L	SMA	Tata Usaha
66	Siti Syafi'iyah	P	SD	Rumah Tangga
67	Fitri Fatmawati	P	SMA	Rumah Tangga
68	Maharani Peggy Ismandiri	P	SMA	Rumah Tangga



69	Sutiani	P	SD	Rumah Tangga
70	Mulyadi	L	SMA	Kebersihan
77	Sholeh Hasan	L	SMA	Kebersihan
71	Joni Irawan	L	SMA	Kebersihan
72	Mohammad Solihin	L	SMA	Kebersihan
73	Nofan Harik Wardana	L	SMA	Kebersihan
74	Guntur Achmad Fauzi	L	SMA	Kebersihan
75	Imam Syafi'i	L	SMA	Kebersihan
76	Fendi Abdul Munir	L	SMA	Kebersihan
78	Moh. Sukarno	L	SMA	Kebersihan
79	Mohamad Iqbal Alifi	L	SMA	Kebersihan
80	Bambang Riadi	L	SMA	Penjaga Sekolah
81	Didik Wahyudi	L	SMA	Penjaga Sekolah
82	Kiki Firmana	L	SMA	Satpam
83	Ahmat Rizal Jaelani	L	SMA	Satpam
<b>JUMLAH LAKI-LAKI .....</b>		<b>35</b>		
<b>JUMLAH PEREMPUAN .....</b>		<b>48</b>		
<b>TOTAL ...</b>		<b>83</b>		

### Jumlah Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Jenis Pendidik - Tenaga Kependidikan	Jumlah	Keterangan
Tenaga Pendidik / Guru	58	Termasuk Kepala Sekolah
Tenaga Pustakawan	1	
Petugas UKS	1	
Staf Tata Usaha	5	
Kebersihan	10	
Keamanan	4	
Rumah Tangga	5	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 9

### Data Siswa dalam 2 (Dua) tahun terakhir

Tahun Ajaran	Kelas I		Kelas II		Kelas III		Kelas IV		Kelas V		Kelas VI		Jml Siswa Kls I - VI	
	Jml Siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel	Jml Siswa	Jml Rombel	Siswa	Rombel
Tahun 2021/2022	110	4	110	4	111	4	105	4	85	3	90	3	611	22
Tahun 2022/2023	111	4	112	4	110	4	112	4	101	4	84	3	630	23

### Data Jumlah Siswa SD Al-Baitul Amien (Full Day School) Jember Tahun Pelajaran 2023 / 2024

NO	KELAS	ROMBONGAN BELAJAR	JUMLAH SISWA		
			LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	I	3	45	41	86
2	II	4	60	51	111
3	III	4	67	45	112
4	IV	4	70	40	110
5	V	4	62	50	112
6	VI	4	46	55	101
JUMLAH ....		23	350	282	632

### Data Siswa Pendaftar 5 Tahun Terakhir SD Al-Baitul Amien (Full Day School) Jember Tahun 2019-2023

NO	TAHUN	ROMBONGAN BELAJAR	JUMLAH SISWA		
			LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	2019	4	64	48	112
2	2020	4	71	41	112
3	2021	4	65	47	112
4	2022	4	61	51	112
5	2023	4	45	41	86

**Laporan Data Siswa 10 Tahun Terakhir  
SD Al Baitul Amien (Full Day School)**

<b>NO</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH</b>
1	2014/2015	456
2	2015/2016	464
3	2016/2017	491
4	2017/2018	545
5	2018/2019	576
6	2019/2020	596
7	2020/2021	606
8	2021/2022	636
9	2022/2023	650
10	2023/2024	644



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Lampiran 10****Data Sarana dan Prasarana**

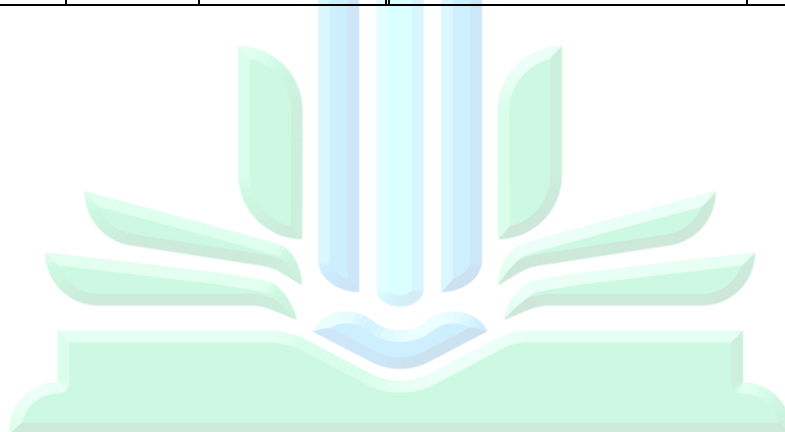
NO	NAMA RUANGAN	JUMLAH	KONDISI RUANG		
		RUANG	BAIK	KURANG BAIK	RUSAK
1	Ruang TU dan kepala sekolah	1	√		
2	Ruang Guru dan Koord. Bidang	1	√		
3	Ruang Kelas 1	4	√		
4	Ruang Kelas 2	4	√		
5	Ruang Kelas 3	4	√		
6	Ruang Kelas 4	4	√		
7	Ruang Kelas 5	4	√		
8	Ruang kelas 6	3	√		
9	Kamar Mandi	14	√		
10	Ruang UKS	1	√		
11	Ruang Perpustakaan	1	√		
12	Ruang Lab. IPA	1	√		
13	Ruang Lab. Komputer	1	√		
14	Ruang Makan / Dapur	1	√		
15	Ruang Guru Al Qur'an	1	√		
16	Ruang Ibadah	1	√		
17	Ruang Olah Raga (Halaman)	1	√		
18	Gudang	5	√		
19	Tempat Wudlu	4	√		

### Data Ruang Kelas

	Jumlah Ruang Kelas Asli (d)				Jumlah ruang lainnya yang digunakan untuk R. Kelas (e)	Jumlah Ruang yang digunakan untuk R. Kelas f=d+e
	Ukuran 7 x 9 m (a)	Ukuran > 63 m (b)	Ukuran < 63 m (c)	Jumlah d=a+b+c		
Ruang Kelas	0	0	23	23	0	23

### Data Ruang Lainnya

Jenis Ruang	Jumlah	Ukuran	Jenis Ruang	Jumlah	Ukuran
1. Perpustakaan	1	4 x 6 m	5. Ruang Ibadah	1	30 x 30 m
2. Lab. IPA	1	6 x 8 m	6. Ruang Guru	1	3 x 6 m
3. Kantor KS & TU	1	6 x 8 m	7. Kamar Mandi Kecil	8	1 x 1,5 m
4. Lab. Komputer	1	7 x 9 m	8. Kamar Mandi Besar	6	1,5 x 2 m



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 11

### BIODATA PENULIS



#### DATA PRIBADI

Nama : Rosida Damayanti  
NIM : 202101030070  
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 06 Januari 2002  
Alamat : Dusun Bulangan RT 001 RW 005 Desa Lengkong,  
Kec. Mumbulsari, Kab. Jember, Jawa Timur  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
No. Hp : 085806776002

#### RIWAYAT PENDIDIKAN

2006-2008 KB TP PKK Lengkong  
2008-2014 SDN Lengkong 04  
2014-2017 MTs. Salafiyah Syafi'iyah  
2017-2020 SMK Miftahul Ulum  
2020-2023 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember