

**STRATEGI *SCHOOL BRANDING*  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN *FULL DAY*  
*SCHOOL* JEMBER**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
Yunita Ingka Kristi  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
NIM : 212101030031  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
DESEMBER 2025**

**STRATEGI SCHOOL BRANDING  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN *FULL DAY*  
SCHOOL JEMBER**

**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  
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Oleh  
**Yunita Ingka Kristi**  
NIM : 212101030031

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
DESEMBER 2025**

**STRATEGI SCHOOL BRANDING  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN FULL DAY  
SCHOOL JEMBER**

**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

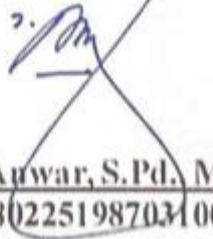
Oleh:

Yunita Ingka Kristi

NIM : 212101030031

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

Dosen Pengampu



Dr. H. Moh Anwar, S.Pd. M.Pd.  
NIP : 196802251987031002

**STRATEGI SCHOOL BRANDING  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
CALON PESERTA DIDIK BARU  
DI SEKOLAH DASAR AL-BAITUL AMIEN FULL DAY  
SCHOOL JEMBER**

**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 : Senin  
Tanggal : 08 Desember 2025

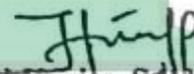
**Tim Penguji**

Ketua



Muhammad Ardy Zaini, M.Pd.I.  
NIP. 198612120320191010

Sekretaris



Abdul Karim, S.Pd.I., M.Pd.I.  
NIP. 198501142023211015

Anggota :

1. Dr. Mohammad Zaini, M.M.
2. Dr. H. Moh Anwar M.Pd.

**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

**JEMBER**

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

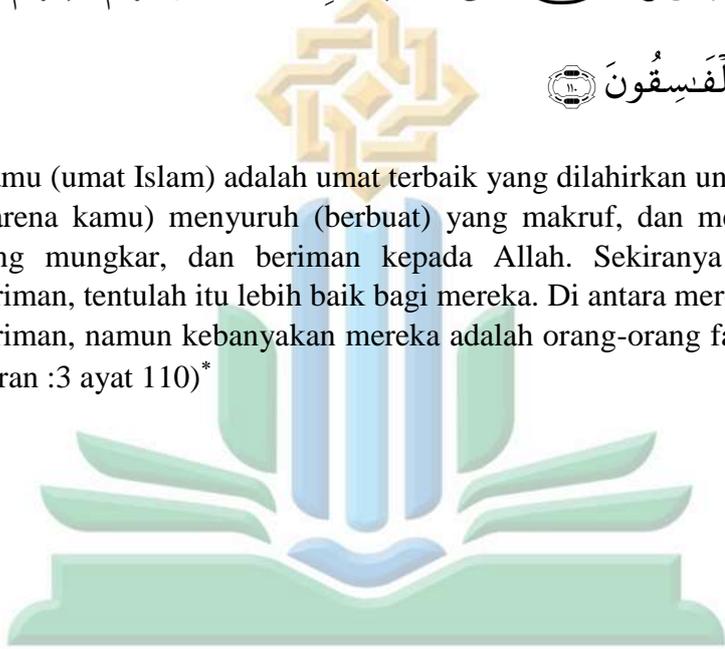


H. Abdul Mu'is, S.Ag., M.Si  
NIP. 197304242000031005

## MOTTO

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

**Artinya :** Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik. (QS Ali Imran :3 ayat 110)\*



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

---

\* Ijtihad Pentashihan Mushaf Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, (Jakarta : Kemendagri RI, 2019), 85.

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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. Bapak dan ibu 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, Yuliani & Rudi. 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.
4. Diri saya sendiri, Yunita Ingka Kristi. Terimakasih sudah berusaha, tetap semangat dan selalu bersyukur.

## 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. Bapak Dr. H. Moh Anwar, S.Pd., 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 Rofiq Hidayat, S.Pd.I., M.Pd. 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. Ibu Siti Masitoh, S.Pd. selaku kepala sekolah SD Al-Baitul Amien 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 Full Day School Jember yang telah memberikan informasi dan menjadi narasumber dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan, Novi, Alifah, Della, Malia dan Halimatus yang selalu memberi cerita didunia perkuliahan.
11. 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, 8 November 2025

Penulis

## ABSTRAK

**Yunita Ingka Kristi, 2025** : *Strategi School Branding dalam meningkatkan Jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Jember*

**Kata Kunci** : Strategi School Branding, Jumlah Calon Peserta didik, Sekolah Dasar

Sekolah-sekolah masa kini bersaing ketat satu sama lain untuk mendapatkan perhatian dan kepercayaan publik, serta untuk mendapatkan murid baru. Hal ini disebabkan oleh orang tua yang semakin cermat dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka. Branding sekolah merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan sekolah untuk mempertahankan bisnisnya. Strategi ini melibatkan upaya meningkatkan citra publik sekolah agar orang tua tertarik untuk mendaftarkan anak-anak mereka di sana. Oleh karena itu, taktik branding sekolah sangat penting untuk menarik calon siswa baru, membangun loyalitas konsumen, dan menciptakan peluang bagi sekolah untuk mengenakan biaya sekolah yang tinggi.

Pada penelitian ini memiliki fokus diantaranya : 1) Bagaimana perumusan strategi branding school dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember ? 2) Bagaimana implementasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember ? 3) Bagaimana evaluasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember? 4) Bagaimana dampak strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember?

Tujuan Penelitian dalam skripsi ini adalah : 1) Untuk mendeskripsikan perumusan strategi branding school dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember. 2) Untuk mendeskripsikan implementasi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember. 3) Untuk mendeskripsikan evaluasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember. 4) Untuk mendeskripsikan dampak strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember.

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 mengenai strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember adalah : Perumusan strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al Baitul Amien full day

school Jember adalah a) analisis lingkungan b) merumuskan visi misi c) peluang d) tantangan. Implementasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien full day school Jember adalah 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. Evaluasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien full day school Jember adalah a) Evaluasi berkala antar guru dan orang tua, evaluasi tenaga kependidikan berupa administrasi. 2) Evaluasi siswa yaitu berupa evaluasi ranah sholeh dan evaluasi ranah cerdas. Dampak strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien full day school Jember yaitu a) kepuasan wali murid, b) sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, c) terbentuknya karakter siswa, dan kepuasan yang dirasakan oleh siswa selama bersekolah di SD Al-Baitul Amien full day school Jember.

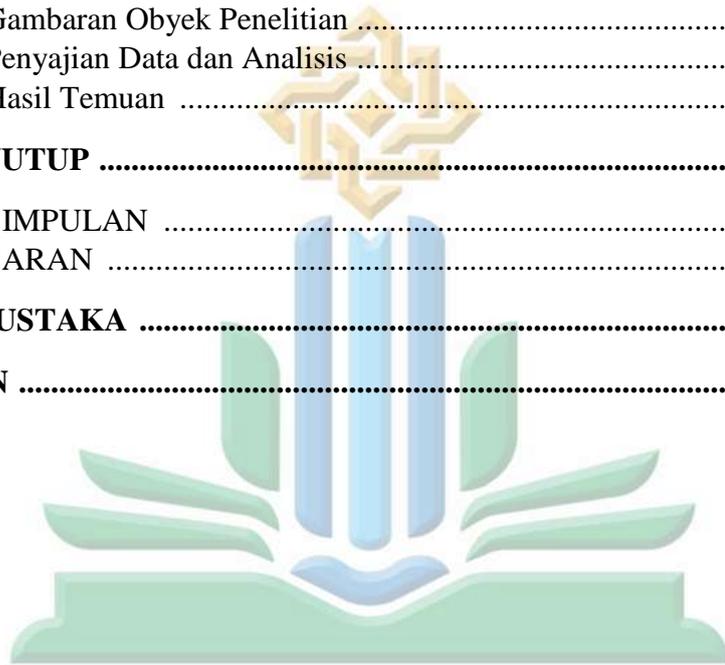


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Definisi Istilah .....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori .....	22
1. Strategi School Branding .....	22
a. Manajemen Strategi .....	22
b. Pengertian Strategi .....	25
c. Pengertian School Branding .....	27
d. Jenis-Jenis Branding .....	31
e. Strategi Branding .....	32
f. Fungsi, Tujuan dan Manfaat School Branding .....	35
g. Strategi School Branding .....	38
2. Peserta Didik .....	40
a. Pengertian Peserta Didik .....	40
b. Hakikat Peserta Didik .....	42
c. Langkah-Langkah Peningkatan Peserta Didik .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	47
B. Lokasi Penelitian .....	48

C. Subjek Penelitian .....	49
D. Teknik Pengumpulan Data .....	50
E. Analisis Data .....	52
F. Keabsahan Data .....	54
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	55
<b>BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	58
B. Penyajian Data dan Analisis .....	63
C. Hasil Temuan .....	101
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>125</b>
A. SIMPULAN .....	125
B. SARAN .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>132</b>



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

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini.....	19
Tabel 4. 1 Data Prestasi Siswa SD Al Baitul Amien Jember.....	73
Tabel 4. 2 Sarana.....	88
Tabel 4. 3 Prasarana.....	89
Tabel 4. 4 Hasil Temuan.....	100



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

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Pelatihan Guru Mulok SD Al Baitul Amien .....	70
Gambar 4. 2 Pelatihan Guru Al Qur'an .....	71
Gambar 4. 3 Prestasi Siswa.....	73
Gambar 4. 4 Website SD Al Baitul Amien .....	75
Gambar 4. 5 Publikasi Prestasi Siswa Melalui Instagram.....	77
Gambar 4. 6 Memperingati Isra' Mi'raj dan Peningkatan Kualitas Sholat.....	81
Gambar 4. 7 Target Juz Amma .....	83
Gambar 4. 8 Paket Doa Siswa.....	84
Gambar 4. 9 CCTV di Ruang Kelas.....	85
Gambar 4. 10 Sarpras Kelas untuk Siswa.....	86
Gambar 4. 11 Sarpras Kelas untuk Guru .....	87



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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Di dunia sekarang ini, gagasan tentang pendidikan bukan lagi hal asing. Pendidikan kini menjadi bagian penting dalam kehidupan. Negara tidak dapat tumbuh lebih modern tanpa pendidikan. Kemajuan suatu negara sekarang diukur dari tingkat pendidikannya. Tingkat pendidikan suatu negara cukup tinggi, maka dianggap maju; sedangkan jika tingkat pendidikannya relatif rendah, maka dianggap maju. rendah.<sup>1</sup>

Masyarakat atau orang tua kini memiliki kemampuan untuk memilih sekolah berkualitas tinggi. Pengetahuan ini muncul karena kekhawatiran mereka bahwa anak-anak mereka akan tertinggal di era sekarang. Karena itu, para stakeholder sekolah kini memahami pentingnya membangun sekolah berkualitas tinggi. Orang tua dan calon siswa selalu dihadapkan pada beragam pilihan ketika memilih sekolah.

Pendidikan karakter telah menjadi prioritas utama bagi orang tua di era yang terus berubah ini. Meningkatnya minat masyarakat terhadap pendidikan mencerminkan pemahaman mereka tentang betapa pentingnya bagi anak-anak untuk tumbuh dengan moral yang kuat di era yang penuh disrupsi ini. Orang tua mulai mencari lembaga yang menekankan pembentukan karakter yang memiliki akhlak mulia di samping kesuksesan akademis. Keinginan untuk memberi mereka landasan yang kokoh untuk

---

<sup>1</sup> Muhammad In'am Esha, "Pemikiran Mewujudkan Good University Government (GUG) Di Perguruan Tinggi Islam," Jurnal El-Hikmah Fakultas Tarbiyah UIN Malik Ibrahim Malang digilib.uinkhas.ac.id (2023), 93. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

masa depan inilah yang memotivasi berbagai orang tua. Akibatnya, terdapat peningkatan permintaan akan sekolah yang menawarkan pendidikan akademis dan karakter.<sup>2</sup>

Kesadaran masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan merupakan prasyarat utama dalam proses pengambilan keputusan memilih lembaga pendidikan tersebut. Nama sebuah lembaga pendidikan yang kuat dalam ingatan publik menjadi faktor penentu bagi calon siswa dan orang tua untuk mempertimbangkannya sebagai pilihan. Oleh karena itu *brand* sebuah lembaga berperan sangat penting bagi calon siswa dan orang tua untuk mengenal dan mempertimbangkan lembaga tersebut. Tanpa adanya *brand* yang kuat, sulit bagi sebuah lembaga atau sekolah untuk meningkatkan jumlah calon siswa baru.<sup>3</sup>

Meningkatkan jumlah calon siswa baru berarti cara meningkatkan jumlah siswa baru yang bersedia mendaftar di sekolah, universitas, atau lembaga kursus. Mengapa peningkatan jumlah calon siswa baru itu penting? Karena jumlah siswa yang banyak menjamin keberlangsungan operasional lembaga pendidikan. Pendapatan lembaga akan meningkat seiring dengan jumlah siswa. Kemampuan lembaga untuk menarik calon mahasiswa dapat ditunjukkan dengan tingginya jumlah calon siswa baru yang akan mendaftar.

Proses menciptakan citra yang kuat dan unik bagi sebuah sekolah dikenal sebagai *branding* sekolah. Citra ini menggambarkan keunikan

---

<sup>2</sup> Fathul Mujib and Tutik Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif* (Bumi Aksara, 2021), 61.

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

sekolah dalam hal prestasi, cita-cita, dan budaya. *Branding* mencakup semua aspek kehidupan sekolah dan melibatkan penampilan luar seperti seragam atau logo. Sekolah dapat menunjukkan kualitasnya, menarik minat siswa baru, dan mendapatkan dukungan dari semua stakeholder dengan cara memiliki *branding* yang kuat.<sup>4</sup>

Rencana branding sekolah sangat penting bagi keberhasilannya dalam menciptakan citra positif. Taktik ini penting untuk menciptakan citra publik yang positif terhadap sekolah. Membangun jaringan yang kuat dengan orang tua dan masyarakat, berpartisipasi aktif dalam berbagai kompetisi, meningkatkan kinerja kepala sekolah dan staf pengajar, serta secara konsisten meningkatkan mutu layanan akademik dan non-akademik adalah beberapa strategi branding sekolah yang dapat diterapkan. Selain itu, efektivitas branding sekolah juga ditentukan oleh perolehan peringkat akreditasi yang baik.<sup>5</sup>

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Bab XV Pasal 54 disebutkan bahwa (1) Pelibatan masyarakat dalam pendidikan berarti perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi, profesi, pelaku usaha, dan kelompok masyarakat yang berperan serta dalam menyelenggarakan dan mengelola mutu pendidikan. (2) Masyarakat dapat berperan sebagai penyelenggara, pelaksana pendidikan, dan pemanfaat hasil pendidikan. (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelibatan

---

<sup>4</sup> Mujib and Tutik, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 50.

<sup>5</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. DOI: [10.20414/elhikmah.v16i1.6191](https://doi.org/10.20414/elhikmah.v16i1.6191)

masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diatur dalam Peraturan Pemerintah<sup>6</sup>.

Keterampilan manajerial adalah kunci keberhasilan atau kegagalan sebuah lembaga pendidikan. Jumlah calon siswa akan terus meningkat jika sekolah dapat mempertahankan reputasinya di masyarakat. Sekolah akan semakin populer dan canggih. Sebuah lembaga pendidikan dapat berkembang dan bertahan jika dapat menciptakan dan memelihara kolaborasi positif dengan semua pemangku kepentingan. Reputasi sebuah lembaga akan meningkat seiring dengan hubungannya dengan berbagai pemangku kepentingan atau stakeholder.

Pencitraan sekolah yang sukses akan menciptakan reputasi positif di masyarakat, membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali, serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan. Dengan pencitraan sekolah yang efektif, sekolah tidak hanya menarik siswa baru dan guru yang berkualitas, tetapi juga mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk donatur, untuk mencapai visi dan misinya

Lembaga pendidikan dan masyarakat adalah dua sumber daya yang saling membutuhkan. Keberadaan sekolah tidak akan optimal tanpa dukungan masyarakat, begitu pula sebaliknya. Untuk mencapai kemajuan bersama, kedua pihak perlu membangun kerja sama yang erat dan saling menguntungkan. Dengan demikian, potensi yang dimiliki oleh masing-masing pihak dapat dimaksimalkan untuk mencapai tujuan bersama. Lembaga

---

<sup>6</sup> Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional" (Departemen Pendidikan Nasional, 2003) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

pendidikan dan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat dan saling mempengaruhi. Keduanya tidak bisa dipisahkan dan perlu bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama, yaitu kemajuan bersama.

Terdapat juga anjuran untuk melakukan hubungan antar manusia, yaitu terdapat dalam QS. Al-Hujurat ayat 13 :

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلٍ لِتَعَارَفُوْۤا  
 اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ حَبِيْرٌ

Artinya "Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti".<sup>7</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa Surat Al-Hujurat ayat 13 mengajarkan kita tentang kesetaraan manusia dan pentingnya saling menghormati perbedaan. Dalam konteks *school branding*, ayat ini dapat diartikan sebagai ajakan bagi semua pihak yang terlibat dalam pendidikan, baik lembaga maupun masyarakat, untuk bekerja sama secara setara dan saling menghormati. Begitupun dengan penerapan *school branding*, pihak sekolah harus melakukan kerja sama dengan masyarakat agar *branding* di sekolah bisa tercapai.

Skripsi yang ditulis oleh Anik Nurrachmawati yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Membangun *School Branding* dalam Membangun Daya

Saing Lembaga Pendidikan”. Jenis pendekatan studi kasus di MTsN 1 Ponorogo, dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis SWOT, yang mencakup penggunaan internet, POP, dan earned media, efektif dalam meningkatkan *school branding* madrasah. Strategi ini berhasil meningkatkan citra, kepercayaan masyarakat, jumlah pendaftar, dan kerja sama madrasah<sup>8</sup>

Tesis yang ditulis oleh Rifqi Firdaus berjudul "Strategi *Branding* untuk Pendidikan Inklusif di MI Amanah Turen, Kabupaten Malang." Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa MI Amanah Turen memilih strategi branding pendidikan inklusif. MI Amanah Turen menciptakan branding Madrasah Inklusif untuk mengidentifikasi dan membedakan keunggulan program madrasah tersebut dari lembaga pendidikan lainnya<sup>9</sup>.

Skripsi yang ditulis oleh Pilda Yanti dengan judul “Analisis Manajemen Humas Dalam Membangun *School Branding* di SMKN 5 Palopo”. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu Penelitian menunjukkan bahwa SMK Negeri 5 Palopo berhasil membangun citra sebagai sekolah unggulan dalam bidang pariwisata, perhotelan, dan teknik komputer jaringan. Strategi manajemen humas yang diterapkan meliputi keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatan sekolah,

---

<sup>8</sup> Anik Nurrachmawati, “Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTsN 1 Ponorogo” (Skripsi IAIN Ponorogo, 2023).

<sup>9</sup> Rifqi Firdaus, “Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi Di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang” (Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021).

sosialisasi melalui berbagai media, dan peningkatan kualitas lulusan. Respon positif masyarakat terhadap branding sekolah ini didorong oleh kualitas pendidikan yang baik dan relevansi dengan kebutuhan pasar kerja. Untuk meningkatkan citra lebih lanjut, sekolah perlu memperkuat upaya pemasaran dan terus meningkatkan kualitas pendidikan agar menghasilkan lulusan yang kompeten<sup>10</sup>.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bersama kepala sekolah SD Al-Baitul Amien Full Day School Jember yaitu Ibu Siti Masitoh, S.Pd., menjelaskan bahwa strategi branding sekolah dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru dengan melakukan pembelajaran keagamaan, pelayanan terbaik dan memiliki sarana prasarana yang memadai. Dengan branding ini jumlah calon peserta didik meningkat, terbukti dengan adanya SD Al Baitul Amien 2 dan SD Al Baitul Amien 3. Dampak dari strategi branding ini membuat siswa dan juga orang tua merasa puas.

Dari fenomena inilah peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam dan akan dipaparkan kedalam penelitian yang berjudul “Strategi School Branding dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian yang sudah di paparkan di atas, maka fokus penelitian dalam skripsi ini adalah :

---

<sup>10</sup> Pilda Yanti, "Analisis Manajemen Humas Dalam Membangun School Branding di SMKN 5 Palopo" (Skripsi IAIN Palopo 2022).

1. Bagaimana perumusan strategi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember ?
2. Bagaimana Implementasi School branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember?
3. Bagaimana evaluasi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember
4. Bagaimana dampak strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan penelitian skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan perumusan strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember
2. Untuk mendeskripsikan implementasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember
3. Untuk mendeskripsikan dampak strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul

Amien Full Day School Jember

4. Untuk mendeskripsikan perumusan strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien *Full Day School* Jember.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian menggambarkan kontribusi yang akan dibuat setelah penelitian selesai. Manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan juga wawasan bagi mahasiswa khususnya pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam mengenai strategi branding sekolah dalam meningkatkan jumlah 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

Hal ini dapat meningkatkan wawasan ilmiah bagi para peneliti tentang cara menerapkan strategi branding sekolah untuk meningkatkan jumlah calon siswa baru di suatu lembaga pendidikan

###### b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, inisiatif dan juga dapat menjadi masukan positif terkait strategi school

branding dalam meningkatkan jumlah calon siswa baru di Al Baitul Amien Full Day School Jember.

c. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan ilmiah yang baru dan positif sehingga dapat menambah literatur mengenai strategi branding sekolah dalam meningkatkan jumlah calon siswa baru.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah memuat makna istilah-istilah penting yang menjadi pusat pertimbangan peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya adalah untuk menghindari kesalahan makna istilah-istilah tersebut sebagaimana yang dimaksudkan oleh peneliti.

Beberapa istilah dalam penelitian ini memerlukan penjelasan untuk memperjelas maknanya. Oleh karena itu, peneliti akan menjelaskan secara singkat definisi istilah-istilah yang terdapat dalam judul "Strategi Branding Sekolah untuk Meningkatkan Jumlah Siswa Baru di Sekolah Al Baitul Amien Full Day School Jember" sebagai berikut.

### 1. Strategi *School Branding*

Strategi *branding* sekolah, sebuah rencana yang matang juga terukur, adalah serangkaian tindakan dan inisiatif yang dijalankan secara berkala untuk memberikan sekolah identitas yang khas, kualitas unik, dan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari sekolah lain. Melalui *branding*, sekolah tidak hanya meningkatkan visibilitasnya tetapi juga

membangun reputasi yang solid dan baik di mata masyarakat umum, terutama orang tua dan calon siswa. Dengan demikian, sekolah akan lebih mudah diingat dan dipilih sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan pendidikan.

Strategi *school branding* adalah suatu perencanaan yang matang dan terukur, melalui serangkaian kegiatan serta upaya yang dilakukan secara konsisten oleh sebuah sekolah untuk menciptakan identitas unik, karakteristik yang khas, dan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari sekolah lainnya. Melalui *branding*, sekolah tidak hanya sekadar mengenalkan eksistensinya, namun juga membangun citra positif yang kuat di benak masyarakat, khususnya calon siswa dan orang tua. Dengan begitu, sekolah akan lebih mudah diingat, dibedakan, dan dipilih sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan pendidikan.

Ada beberapa cara yang bisa dilakukan *school branding* diantaranya meningkatkan kerja kepala sekolah, pendidik dan juga tenaga kependidikan. Sekolah ikut serta dalam kegiatan lomba sekolah dan siswa. Membangun jaringan kerja (*network*) dengan wali murid dan masyarakat. Meningkatkan mutu layanan akademik dan non-akademik. Memiliki peringkat akreditasi sekolah yang baik.

## 2. Jumlah Peserta Didik

Jumlah dalam KBBI adalah banyaknya (tentang bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu). Jumlah peserta didik yaitu

mengacu pada banyaknya individu yang mengikuti proses pendidikan di suatu lembaga pendidikan, baik secara formal maupun non-formal.

Jumlah calon peserta didik baru yang mendaftar ke suatu sekolah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk seberapa menarik sekolah tersebut di mata calon siswa dan orang tua mereka. Kemampuan suatu sekolah dalam menarik minat calon siswa baru secara langsung berdampak pada jumlah pendaftar. Jumlah calon siswa baru yang mendaftar merupakan cerminan dari keberhasilan suatu sekolah dalam menarik perhatian calon siswa. Berbagai strategi digunakan untuk menarik minat calon siswa dan meyakinkan mereka untuk memilih suatu sekolah. Calon siswa dan orang tua memiliki harapan tertentu ketika memilih sekolah, yang kemudian akan memengaruhi keputusan mereka untuk mendaftar.

### 3. Strategi *School Branding* dalam Meningkatkan Jumlah Peserta didik Baru

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru adalah *school branding* merupakan upaya sekolah untuk menciptakan identitas unik dan citra positif di mata masyarakat. Melalui berbagai cara seperti meningkatkan kinerja tenaga pendidik, mengikuti lomba, membangun jaringan, serta meningkatkan mutu layanan, Keberhasilan branding sekolah akan berdampak langsung pada jumlah peserta didik baru yang mendaftar. Jumlah calon siswa baru merupakan indikator sejauh mana sekolah berhasil menarik minat calon siswa dan orang tua. Faktor-faktor seperti kualitas pendidikan, reputasi sekolah, serta berbagai program

unggulan yang ditawarkan menjadi pertimbangan utama dalam memilih sekolah. Dengan kata lain, *school branding* yang efektif akan berkontribusi pada peningkatan jumlah peserta didik.

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

Sistematika pembahasan mencakup tentang beberapa langkah mengenai alur pembahasan pada skripsi, dimulai dari bab pendahuluan sampai bab penutup. Maksud dari sistematika pembahasan diantaranya yaitu :

Bab satu pendahuluan, terdapat konteks penelitian yang membahas terkait dengan permasalahan yang akan diteliti, oleh karena itu dapat mengetahui beberapa hal yang melandasi dilakukannya penelitian. Untuk fokus penelitian mencakup semua aspek permasalahan yang akan dijawab dengan proses penelitian. 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 penelitian ini.

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

Bab tiga terdapat metode penelitian yang berisi pendekatan dan juga jenis penelitian, lokasi waktu penelitian dan juga subjek penelitian, teknik

pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, juga tahap-tahap penelitian. Bab tiga ini berfungsi sebagai panduan langkah-langkah yang harus diikuti untuk menjawab pertanyaan pada fokus penelitian.

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



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Dengan adanya penelitian terdahulu yang bertujuan untuk menjaga keaslian yang dilakukan oleh peneliti. Kemudian peneliti menyajikan hasil penelitian terdahulu yang hampir sama dengan penelitian yang diangkat oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut :

1. Skripsi karya Anik Nurrachmawati 2023 yang berjudul “*Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan*”. Jenis pendekatan studi kasus di MTsN 1 Ponorogo dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis SWOT, yang mencakup penggunaan internet, POP, dan earned media, efektif dalam meningkatkan *school branding* madrasah. Strategi ini berhasil meningkatkan citra, kepercayaan masyarakat, jumlah pendaftar, dan kerja sama madrasah<sup>11</sup>.

Persamaan yang ada pada penelitian ini yaitu sama-sama tentang *school branding* dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu berfokus pada strategi pemasaran sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi *school branding* itu sendiri.

---

<sup>11</sup> Anik Nurrachmawati, “Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTsN 1 Ponorogo” (Skripsi IAIN Ponorogo, 2023).

2. Tesis karya Rifqi Firdaus 2021 dengan judul “*Strategi Branding Pendidikan Inklusi di MI Amanah Turen Kabupaten Malang*”.

Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu Hasil dari penelitian ini menjelaskan 1) Untuk mendapatkan perbedaan dan juga keunggulan sekolah tersebut madrasah inklusi yang dalam penerapannya ada dua tahap, yang pertama adalah tahap perencanaan (penerimaan dan pengelolaan siswa) kedua yaitu tahap pelaksanaan (tersedianya sarpras dan guru inklusi, pengembangan kurikulum pendidikan inklusi, pembelajaran secara inklusi dan pendidikan inklusi yang juga melibatkan masyarakat).

2) Ditemukan faktor internal dan juga faktor eksternal 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>12</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 berfokus pada faktor internal dan eksternal dalam pelaksanaan pendidikan inklusi sebagai strategi branding sedangkan pada penelitian

---

<sup>12</sup> Rifqi Firdaus, “*Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi Di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang*” (Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021).  
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

ini berfokus pada strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru

3. Skripsi yang ditulis oleh Pilda Yanti 2022 dengan judul “*Analisis Manajemen Humas Dalam Membangun School Branding di SMKN 5 Palopo*”. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu Penelitian menunjukkan bahwa SMK Negeri 5 Palopo berhasil membangun citra sebagai sekolah unggulan dalam bidang pariwisata, perhotelan, dan teknik komputer jaringan. Strategi manajemen humas yang diterapkan meliputi keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatan sekolah, sosialisasi melalui berbagai media, dan peningkatan kualitas lulusan. Respon positif masyarakat terhadap branding sekolah ini didorong oleh kualitas pendidikan yang baik dan relevansi dengan kebutuhan pasar kerja. Untuk meningkatkan citra lebih lanjut, sekolah perlu memperkuat upaya pemasaran dan terus meningkatkan kualitas pendidikan agar menghasilkan lulusan yang kompeten<sup>13</sup>.

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan untuk perbedaan terletak pada penelitian terdahulu menggunakan analisis manajemen humas dalam membangun *school branding*, sedangkan penelitian ini menggunakan strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru.

---

<sup>13</sup> Pilda Yanti, "Analisis Manajemen Humas Dalam Membangun School Branding di SMKN 5 Palopo" (Skripsi IAIN Palopo 2022)

4. 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 tersebut diantaranya: 1. Sekolah membangun brand image yang terdiri dari 4 *brand image* yaitu religius, disiplin, mandiri serta intrepeneur. 2. Dalam meningkatkan daya saing strategi yang dilakukan sekolah yaitu seperti evaluasi dan promosi melalui 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>14</sup>.

Pada penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan untuk perbedaan 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.

5. Jurnal karya Muh Wahyunto, Dian Hidayati, Sukirman Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta 2024 yang berjudul “*Strategi Branding Sekolah di Era Digital dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing*”. Hasil dari penelitian ini diantaranya yaitu : 1) melakukan analisis SWOT sekolah. 2) sekolah harus membentuk tim humas yang profesional dalam menguasai media (sosial,

---

<sup>14</sup> Nila Mujtahidah, “Strategi Sekolah dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo” (Tesis UIN Malik Ibrahim Malang, 2021)

cetak maupun elektronik). 3) meningkatkan prestasi akademik dan non akademik. 4) sekolah perlu mengembangkan media sosial seperti website sekolah, Facebook, Instagram maupun Tiktok. 5) sekolah menerapkan strategi WOM (Word of Mouth) yang melibatkan guru, pegawai dan wali murid. 6) memaksimalkan nilai Akreditasi. 7) meningkatkan kualitas guru sesuai potensi yang dimiliki. 8) mewujudkan mutu karakter lulusan. 9) sekolah membuat kegiatan unggulan misalnya keagamaan dengan cara mengaji dll. 10) sekolah melakukan branding personality melalui tokoh terkenal<sup>15</sup>.

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan sama-sama membahas tentang promosi sekolah. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada peningkatan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi branding sekolah dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru

**Tabel 1. 1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini**

No	Pengarang, Judul dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Skripsi Anik Nurrachmawat, Strategi Pemasaran Untuk Membangun <i>School Branding</i> dalam	Sama-sama tentang school branding dan sama-sama menggunakan penelitian	Penelitian terdahulu berfokus pada strategi pemasaran sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi

<sup>15</sup> Muh Wahyunto, et.al, "Strategi Branding Sekolah di Era Digital dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing", *Academy of Education Journal* Vol. 15, No. 2, Juli 2024, 1260-1271 . <https://doi.org/10.47200/aoej.v15i2.2419>

No	Pengarang, Judul dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
	Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan, 2023.	kualitatif.	<i>school branding</i> itu sendiri.
2.	Tesis Rifqi Firdaus, Strategi Branding Pendidikan Inklusi di MI Amanah Turen Kabupaten Malang, 2021.	Sama-sama membahas tentang strategi branding di sekolah dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Penelitian terdahulu berfokus pada pendidikan inklusi yang menjadi branding sekolah dan berfokus pada faktor internal dan eksternal dalam pelaksanaan pendidikan inklusi sebagai strategi branding. Penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru
	Skripsi Pilda Yanti, Analisis Manajemen Humas Dalam Membangun School Branding di SMKN 5 Palopo, 2022.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif	Penelitian terdahulu menggunakan analisis manajemen humas dalam membangun <i>school branding</i> . Sedangkan penelitian ini menggunakan strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru.
No	Pengarang, Judul dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
4.	Tesis Nila Mujtahidah, Strategi Sekolah dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing (Studi Kasus di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo), 2021.	sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Penelitian terdahulu berfokus pada strategi sekolah dalam membangun brand image guna meningkatkan daya saing sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi <i>school branding</i> dalam meningkatkan jumlah

			calon peserta didik
5.	Jurnal karya Muh Wahyunto, dkk. Strategi Branding Sekolah di Era Digital dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, 2024.	Sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan sama-sama membahas tentang promosi sekolah.	Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada peningkatan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada strategi branding sekolah dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru

Berdasarkan 5 penelitian terdahulu diatas, ada beberapa hal yang diteliti berbeda dengan yang akan penulis teliti. Ada yang berfokus pada strategi pemasarannya untuk membangun branding sekolah. Ada yang berfokus pada pendidikan inklusi. Ada yang berfokus pada digital, sedangkan untuk peneliti membahas strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru.

Dari kesimpulan penelitian terdahulu, posisi penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu penelitian pengembangan dari penelitian terdahulu tentang strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru. Oleh karena itu peneliti ingin menemukan temuan tentang strategi *school branding* untuk meningkatkan jumlah calon peserta didik yang ada di lembaga pendidikan.

## B. Kajian Teori

### 1. Strategi *School Branding*

#### a. Manajemen Strategi

Menurut Fred R. David, Manajemen Strategi adalah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan dan evaluasi kepuasan-kepuasan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Menurut Husein Umar, Manajemen Strategi sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal formulasi (pembuatan) implementasi (penerapan) dan evaluasi.<sup>16</sup>

Manajemen strategi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ilmu manajemen. Hadir sebagai suatu solusi untuk memberdayakan keseluruhan organisasi (lembaga) agar secara komprehensif dan sistematis mampu mewujudkan visi dan misi organisasi tersebut. Selama bertahun-tahun beragam konsep dan teori yang menjelaskan strategi, terus dikembangkan. Mulai dari yang menekankan perhatian pada kemampuan organisasi untuk memaksimalkan

Tahapan dalam Manajemen strategi menurut Fred R. David, yaitu

#### 1) Perumusan Strategi

Meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan saat melaksanakan implementasi strategi.

---

<sup>16</sup> Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik* (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama. Cet Pertama 2016), 15.

Didalam pendidikan berkaitan dengan perencanaan visi misi sekolah, peluang yang ada disekolah baik input maupun output. tantangan yang ada di suatu sekolah.

## 2) Implementasi strategi

Mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi

Didalam pendidikan berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh stakeholder sekolah agar bisa mencapai tujuan salah satunya menjadi branding untuk sekolah tersebut

## 3) Evaluasi Strategi

Tahap ini merupakan tahap akhir dari manajemen strategi tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah : Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan korektif (tindakan untuk menghilangkan ketidaksesuaian. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan



Menurut Saleh manfaat dari menerapkan manajemen strategi yaitu:

- a) Memberikan arah dan tujuan jangka panjang organisasi atau lembaga secara jelas dan transparan.
- b) Membantu manajer dalam melakukan perubahan dan strategi dalam meningkatkan kemampuan organisasi atau lembaga guna mencegah masalah yang akan muncul dimasa depan.
- c) Membuat kegiatan organisasi atau lembaga menjadi lebih efektif dan efisien dalam menggunakan sumber daya.
- d) Mengidentifikasi berbagai keunggulan komparatif dalam lingkungan organisasi

#### **b. Pengertian Strategi**

Menurut Fred R. David strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun ke depan, dan karena berorientasi ke masa yang akan datang. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional serta perlu pertimbangan, baik faktor eksternal maupun internal yang dihadapi perusahaan.<sup>18</sup>

Dalam bahasa Yunani strategi yaitu “Strategos” yang artinya pemimpin militer atau sesuatu yang dilakukan para jenderal perang dalam merencanakan kemenangan pada pertempuran. Strategi

<sup>18</sup> David, F. R. *Manajemen Strategis Konsep* Edisi 12 (Jakarta: Salemba Empat, 2009),  
 digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

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>19</sup>.

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan proses, cara yang dilakukan suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Nama organisasi akan kuat ketika memiliki strategi yang kuat pula. Karena strategi adalah cara 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 ataukah tidak. Di bidang pendidikan, strategi perlu dikembangkan untuk mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan serta penyelenggaraan pendidikan yang belum terpenuhi kebutuhannya<sup>20</sup>.

Didalam pendidikan, Pemimpin di sekolah harus mempunyai strategi. Kepemimpinan strategis yang harus dimiliki kepala sekolah dalam mengembangkan sumber daya manusia dan lembaga

---

<sup>19</sup> Fory A Naway, "*Strategi Pengelolaan Pembelajaran*," (Gorontalo: Ideas Publishing, 2016), 5.

<sup>20</sup> Naway, 7

pendidikan merupakan seni dan ilmu yang memfokuskan perhatiannya pada kebijakan-kebijakan dan tujuan-tujuan dengan rencana-rencana jangka panjang yang berkaitan dengan perencanaan pengembangan sumber daya manusia, pelaksanaan kegiatan pengembangan dan evaluasi kegiatan pelaksanaan pengembangan sumber daya pendidik<sup>21</sup>.

### c. Pengertian *School Branding*

Branding berasal dari kata 'brand /merek'. Sederhananya, branding adalah upaya untuk memberikan identitas unik pada suatu produk atau jasa agar mudah dikenali dan dibedakan dari pesaing. Identitas ini bisa berupa nama, logo, atau desain khusus.

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 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>22</sup>.

<sup>21</sup> Moh. Anwar, "Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Peningkatan Kualitas Pembelajaran Guru", *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam* Volume 15, Nomor 2, Agustus 2022, 288. <https://doi.org/10.36835/tarbiyatuna.v14i2.2309>

<sup>22</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 1. <https://doi.org/10.30605/did.digilib.uinkhas.ac.id>

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>23</sup>.

Berdasarkan yang telah diuraikan di atas bisa disimpulkan bahwa branding merupakan proses mengkomunikasikan gabungan nama, istilah, logo serta segala sesuatu yang dimaksudkan untuk membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Branding dengan sendirinya akan menciptakan keaslian merek, dan keaslian ini 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 sering kali 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>24</sup>.

*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>25</sup>.

*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-

---

<sup>24</sup> Mujib and Saptiningsih, 50

<sup>25</sup> Mustika, "Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK DR. Soetomo Surabaya", *Jurnal Manajerial Bisnis* Vol 4 (1) (2020), 12.

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 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>26</sup>.

#### d. Jenis-Jenis *Branding*

Ada beberapa jenis-jenis branding, antara lain :<sup>27</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 di bandingkan 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.

---

<sup>26</sup> Mujib and Saptiningsih, *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*, 52.

<sup>27</sup> Marissa Grace Haque-Fawzi et al., *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 136. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

#### 4. *Cultural Branding*

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

#### 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.

#### e. **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>28</sup>.

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

a) *Brand Awareness*

*Brand awareness* adalah kemampuan calon pembeli untuk mengenali atau mengingat bahwa sebuah merek termasuk dalam kategori produk tertentu<sup>29</sup>. Membangun ini berkaitan dengan kekuatan kehadiran suatu brand di benak konsumen, sering kali diukur dengan kesadaran serta recall dalam keadaan berbeda.

b) *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.

c) *Perceived Quality*

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

---

<sup>29</sup> Sunday Ade Sitorus, *Brand Marketing: The Art of Branding* (Bandung: Media Sains digilib.uinkhas.ac.id, 2022), 111. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

kualitas tujuan dari produk, tetapi penilaian konsumen berdasarkan persepsi.

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

Branding mempunyai 4 fungsi, diantaranya yaitu :<sup>30</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.

Tujuan *branding*, diantaranya :

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

Manfaat *branding*, adalah sebagai berikut :

- 1) Mudah Dikenali

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 pelanggan 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.

Ada beberapa manfaat *branding* bagi sekolah, yaitu :<sup>31</sup>

- a) Magnet institusi pendidikan
- b) Mencegah adanya peniruan identitas
- c) Mempunyai kelompok lembaga pendidikan yang loyal
- d) Membedakan produk dengan produk pesaing
- e) Mengurangi perbandingan harga
- f) Lebih mudah menawarkan produk baru
- g) Daya tarik yang lebih besar
- h) Senjata kompetisi

Manfaat *branding* bagi *stakeholder*, diantaranya :

- a) Merek sebagai sinyal kualitas
- b) Mempermudah proses atau membimbing stakeholders
- c) Alat identifikasi produk
- d) Mengurangi risiko memberi nilai psikologis
- e) Bisa mewakili kepribadian

**g. Strategi *School Branding***

Menurut Triwiyanto ada beberapa upaya atau strategi yang bisa dilakukan untuk membangun *school branding* atau citra sekolah di masyarakat. Upaya atau strategi *school branding* diantaranya :<sup>32</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.

Dalam menghadapi persaingan, terdapat beberapa hal penting yang perlu dikuasai oleh sekolah yaitu<sup>33</sup>:

- 1) Mempunyai visi misi serta tujuan, program dan strategi yang jelas dan terorganisir

<sup>32</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. DOI: [10.18860/jmpi.v3i2.6455](https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455)

- 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, dan strategi bersaing.

Ada beberapa faktor yang menjadi alasan terbentuknya *school branding*, yaitu <sup>34</sup>:

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

---

<sup>34</sup> Anisa and Saparudin, "Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, Dan Tahfiz Al-Qur'an" *jurnal eL Hikmah Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam* Vol 16 (1) (2022), 56. DOI:[10.20414/elhikmah.v16i1.6191](https://doi.org/10.20414/elhikmah.v16i1.6191)  
 digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

- 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

## 2. Peserta Didik

### a. Pengertian Peserta Didik

Merujuk kepada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang SISDIKNAS yang terdapat dalam BAB I Pasal 1 poin keempat, dijelaskan bahwa peserta didik itu adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.<sup>35</sup>

Menurut pendapat Hasbullah bahwa siswa sebagai peserta didik merupakan salah satu input yang ikut menentukan keberhasilan proses pendidikan. Tanpa adanya peserta didik, sesungguhnya tidak akan terjadi proses pengajaran. Sebabnya ialah karena peserta didiklah

---

<sup>35</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), 323.

yang membutuhkan pengajaran dan bukan guru, guru hanya berusaha memenuhi kebutuhan yang ada pada peserta didik<sup>36</sup>.

Peserta didik menurut Ramayulis adalah makhluk individu yang mempunyai kepribadian dengan ciri-ciri yang khas sesuai dengan perkembangan dan pertumbuhannya. Perkembangan dan pertumbuhan peserta didik mempengaruhi sikap dan tingkah lakunya. Sementara perkembangan dan pertumbuhan peserta didik dipengaruhi lingkungan dimana ia berada.<sup>37</sup>

Maka dari keterangan di atas amat sangat jelas terlihat peserta didik itu maknanya tidaklah hanya dalam pendidikan formal saja, dan juga tidak memberi batasan usia, bahkan tidak melihat bentuk perbedaan karena mengacu kepada sebuah kesadaran akan keanekaragaman warga Indonesia itu sendiri. Namun yang paling terpenting dalam pengertian itu adalah proses pembelajaran yang terarah dan positif diharapkan dapat untuk mengoptimalkan potensi para peserta didik itu, baik dalam wilayah pendidikan formal, non formal, informal dan juga pada tataran jenis dan bentuk pendidikannya.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Rahmat Hidayat and Abdillah, *Ilmu Pendidikan : Konsep, Teori dan Aplikasinya*, (Medan :LPPPI 2019),91.

<sup>37</sup> Ramayulis, *Dasar-dasar Kependidikan, Suatu Pengantar Ilmu Pendidikan* (Jakarta: Kalam Mulia, 2015), 159.

<sup>38</sup> Musaddad Harahap, "Esensi Peserta Didik dalam Perspektif Pendidikan Islam", *Jurnal Al Thariqah* Vol. 1, No. 2 (2016), 141.

## b. Hakikat Peserta Didik

Peserta didik adalah salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar-mengajar, dalam proses belajar- mengajar, siswa sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal. Siswa akan menjadi faktor penentu, sehingga dapat mempengaruhi segala sesuatu yang diperlukan untuk mencapai tujuan belajarnya. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian siswa berarti orang, anak yang sedang berguru (belajar, bersekolah)<sup>39</sup>

Dalam paradigma pendidikan Islam, manusia sebagai peserta didik pada hakikatnya merupakan subjek dan objek pendidikan yang memerlukan bimbingan orang lain (pendidik) untuk membantu mengarahkannya mengembangkan potensi yang dimilikinya, serta membimbingnya menuju kedewasaan. Kesalahan dalam memahami hakikat peserta didik ini akan mengakibatkan kegagalan dalam proses pendidikan.

Samsul Nizar menyatakan beberapa hakikat peserta didik dan implikasinya terhadap pendidikan Islam, yaitu:<sup>40</sup>

- 1) Peserta didik bukan merupakan miniatur orang dewasa, akan tetapi memiliki dunia sendiri, sehingga metode mengajar tidak boleh disamakan dengan orang dewasa.

<sup>39</sup> Eka Prihatin, *Manajemen Peserta didik*, (Bandung: Alfabeta, 2011). 41.

<sup>40</sup> Samsul Nizar, *Filsafat Pendidikan Islam (Pendekatan Historis, Teoritis dan Praktis)* (Jakarta: Ciputat Pers. 2002), 131 .

- 2) Peserta didik adalah manusia yang memiliki diferensiasi periodisasi perkembangan dan pertumbuhan tertentu serta tempo dan iramanya. Implikasi dalam pendidikan adalah bagaimana proses pendidikan itu dapat disesuaikan dengan tempo dan irama perkembangannya. Kadar kemampuan peserta didik sangat ditentukan oleh usia atau periode perkembangannya, karena usia itu bisa menentukan tingkat pengetahuan, intelektual, emosi, bakat, dan minat peserta didik baik dilihat dari dimensi biologis, psikologis, maupun didaktis.
- 3) Peserta didik adalah manusia yang memiliki kebutuhan, baik yang menyangkut kebutuhan jasmani maupun rohani yang harus dipenuhi.

Maslow menyatakan bahwa kebutuhan psikologis akan timbul setelah kebutuhan-kebutuhan psikologis terpenuhi. Ia mengadakan klasifikasi kebutuhan dasar sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan-kebutuhan akan keselamatan (safety needs)
- 2) Kebutuhan-kebutuhan memiliki dan mencintai (belongingness and love needs)
- 3) Kebutuhan-kebutuhan akan penghargaan (esteem needs).<sup>41</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa kebutuhan siswa dapat dibedakan menjadi kebutuhan fisiologis, kebutuhan psikologis, kebutuhan sosial dan kebutuhan ego.

### c. Langkah-Langkah Peningkatan Peserta Didik

Dalam kegiatan promosi tidak secara langsung dilaksanakan, adapun tahap-tahap sebelum melakukan kegiatan promosi, seperti:

#### 1) Petakan target

Sebelum melakukan promosi hendaknya tahu siapa dan berapa calon siswa yang akan diterima. Pemetaan seperti ini pastinya memerlukan tenaga dan pikiran lebih banyak. Tapi ini hanya di awal. Jika sekarang kita mulai memperkirakan calon siswa baru pada 1 sampai 5 tahun mendatang, di tahun depan kita hanya akan menambah calon siswa pada 1 tahun ajaran berikutnya. Begitupun seterusnya.

#### 2) Kenalkan Sekolah

Tahap ini belum masuk pada tahap promosi sekolah. Kenalkan, jangan terburu menunjukkan kesan ingin mempromosikan diri. Beberapa sekolah mengalami kegagalan karena kerap menyelipkan kata-kata iklan layaknya sales. Alasan perlu mengenalkan sekolah dengan tepat adalah karena banyak orang tua yang hanya mengenal identitas, bangunan, prestasi atau program unggulan dari luar. Jadi sekolah harus mengenalkan kekuatan sekolah, seperti:

##### a) Buat event di sekolah target

Jika sekolah targetnya adalah TK atau SD, usahakan memilih event yang menghadirkan orang tua siswa.

Penentuan waktu merupakan hal penting dalam mengadakan event. Pilih waktu yang tidak mengganggu jalannya KBM, seperti jeda antara ulangan akhir dan libur semester.

b) Memaksimalkan blog/website sekolah dan sosial.

Permudah target dalam mengakses informasi tentang sekolah melalui internet, yakni lewat sosial media atau lewat blog/website. Tampilkan suasana sekolah apa adanya, yaitu foto-foto kegiatan sehari-hari. Hanya dengan 2 media ini, asalkan konsisten dan terawat dengan baik, akan menambah kesan positif bagi calon siswa dan orang tua.

3) Promosikan

Kalau tahap 1 dan 2 sudah dikerjakan, barulah melakukan promosi. Media atau metode promosi yang umum digunakan adalah sebagai berikut: 1) Brosur 2) Banner 3) Spanduk 4) Presentasi di sekolah-sekolah 5) Video 6) kegiatan beasiswa. Bisa juga menggunakan media-media di atas sebagaimana sekolah lain. Hanya bedanya, karena target sudah di petakan maka akan mempermudah menentukan skala prioritas. Yang terpenting, jangan lupa mencantumkan 6 hal penting ini pada setiap media promosi: 1) Fasilitas unggulan sekolah 2) Prestasi akademik dan non akademik 3) Profil guru dan tenaga kependidikan 4) Program

unggulan sekolah 5) Kultur / Lingkungan sekolah 6) Kreativitas dalam KBM.<sup>42</sup>



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

---

<sup>42</sup> E Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*, digilib.uinkhas.ac.id (Bandung: Rosdakarya, 2009), 43. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

## 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>43</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>44</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 *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 walaupun tidak

---

<sup>43</sup> Eko Murdiyanto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN " Veteran", 2020), 19.

<sup>44</sup> Umar Sidiq, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 4.

ada masalah, tetapi dijadikan kasus karena keunggulan ataupun keberhasilannya.

Pada penelitian ini berfokus pada 4 aspek yaitu perumusan, implementasi, evaluasi dan dampak dari strategi school branding yang diterapkan oleh SD Al Baitul Amien yang menjadi objek penelitian. Pada perumusan strategi school branding, peneliti mengamati bagaimana pihak sekolah merancang strategi school branding seperti penentuan visi misi, peluang dan juga tantangan yang ada di SD Al Baitul Amien. Pada implementasi strategi school branding, peneliti mengamati bagaimana pelaksanaan strategi school branding melalui berbagai program salah satunya pemanfaatan media sosial, keterlibatan guru, siswa dan orang tua dalam membangun branding sekolah. Tahap evaluasi difokuskan pada upaya sekolah dalam menilai keberhasilan strategi branding sekolah yang sudah dilaksanakan. Adapun dampak dari strategi branding sekolah dianalisis untuk melihat pengaruh terhadap minat calon peserta didik, kepercayaan orang tua, serta posisi sekolah di lingkungan masyarakat.

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

### **C. Subjek Penelitian**

Pada tahap ini peneliti menentukan beberapa informan, 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 Full Day School Jember.

Subjek yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepala Sekolah yaitu ibu Siti Masitoh S.Pd, karena kepala sekolah adalah salah satu orang yang memiliki hak dan juga wewenang dalam mengambil kebijakan aktivitas semua guru.

2. Koordinator Humas yaitu bapak Eko, karena koordinator humas paham dan bertanggung jawab mengenai strategi *school branding* yang dilakukan oleh sekolah.
3. Wali Murid yaitu bapak Maulana dan ibu Dewi, wali murid menjadi subjek penelitian karena mereka lebih mengetahui output atau hasil dari strategi *school branding* yang diterapkan di sekolah.
4. Peserta Didik yaitu Rafka dan Maheswari, 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>45</sup>

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi adalah proses melihat serta mengamati, mencermati dan juga merekam tingkah laku secara sistematis untuk tujuan tertentu. Tujuan

---

<sup>45</sup> Hikmatul Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 122.

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 bisa dilihat langsung oleh mata, bisa didengar dan dihitung serta juga bisa diukur.<sup>46</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

## 2. Wawancara

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.

### 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>47</sup> Dokumentasi dilakukan untuk mendukung kredibilitas data wawancara dan observasi. Dalam menggunakan metode ini, peneliti meneliti benda-benda tertulis seperti buku, peraturan, dokumen, visi misi yang tertulis, dan lainnya

#### 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>48</sup> Menurut Miles, Huberman dan Saldana terdapat tiga aktivitas yang terjadi secara bersamaan dalam analisis data kualitatif yaitu kondensasi data, penyajian data dan kesimpulan.<sup>49</sup>

##### 1. Kondensasi Data

Kondensasi data merujuk pada langkah-langkah pemilihan, fokus, penyederhanaan, abstrak, dan transformasi data yang muncul dalam teks

<sup>47</sup> Hikmatul Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 150.

<sup>48</sup> Siti Fadjarajani, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2020), 202.

<sup>49</sup> B Miles Matthew, Huberman A Michael, and Saldana Johnny, "*Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*" (Sage Publications, 2014), 31–33.

lengkap termasuk catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan juga materi empiris lainnya

## 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 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>50</sup>

Pada tahap ini, peneliti di upayakan mampu menemukan hubungan, persamaan, atau perbedaan yang berhubungan dengan fokus masalah penelitian.

## 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>51</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 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 jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien Jember, maka peneliti melakukan wawancara kepada kepala sekolah dan juga koordinator humas

---

<sup>51</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Deepublish, 2020), 76.

## 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>52</sup>

Contoh dalam menguji data tentang strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien 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

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 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 Jember.

d. 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

Tahap pelaporan merupakan penyusunan hasil penelitian dalam bentuk skripsi atau tugas akhir perkuliahan sesuai dengan pedoman yang berlaku pada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



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

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

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

###### Jember

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

Agar tujuan tersebut tercapai Yayasan melakukan beberapa usaha yaitu : dalam bidang pendidikan formal maupun non formal, diantaranya meliputi TPA, TK, SD Full Day School, dan SMP Full Day School.

Pada tahun 1986 seiring dengan berdirinya TK Al Amien yang sebelumnya bernama TK Islam Al Amien

##### 2. Perkembangan Sekolah Dasar 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. Sumpalsari, 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 (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](mailto:sd.abaj.jbr@gmail.com)

Nama Yayasan : Yayasan Masjid Jami" Al-Baitul Amien Jember

Alamat Yayasan & No. Telepon : 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 m2 / Hak Pakai

### 4. Letak Geografis Sekolah Dasar Al-Baitul Amien (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 (Full Day School) Jember

### a. Visi

“terwujudnya sekolah dasar unggul dan rujukan nasional dalam pembentukan lulusan yang sholeh 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 berkesempatan;
- 9) Menanamkan kecakapan hidup dan berwawasan global.

## 6. Keadaan Guru dan Karyawan Sekolah Dasar Al-Baitul Amien (*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 85 termasuk juga dengan Kepala Sekolah 1 orang, guru kelas 27 orang, guru PAI 4 orang, guru

PJOK 3 orang, guru mapel 24 orang petugas perpustakaan 1, petugas UKS 1 orang, operator sekolah 1 orang, staf tata usaha 3 orang, petugas sekolah 5 orang, kebersihan 10 orang, rumah tangga 10 orang.

#### **7. Keadaan Siswa Sekolah Dasar Al Baitul Amien (*Full Day School*)**

##### **Jember**

Keadaan siswa di SD Al-Baitul Amien 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 tanya jawab dengan peserta didik yang dilakukan oleh tim observer untuk melihat kecakapan dan kesiapan anak masuk ke sekolah dasar.

#### **8) Sarana dan Prasarana Sekolah Dasar Al Baitul Amien (*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 koor 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 alquran, ruang

ibadah, ruang olahraga atau halaman, 5 gudang dan 4 tempat wudhu, semuanya dalam kondisi baik.

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

Peneliti akan menawarkan tiga jenis pengumpulan data sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini: observasi, yang akan didukung oleh informasi dari wawancara dan dokumentasi. Data yang berkaitan dengan fokus penelitian yang ditentukan akan disajikan berdasarkan temuan penelitian, khususnya:

Sesuai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, maka

### **1. Perumusan Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Jember**

Berdasarkan hasil interview dan hasil pengamatan peneliti selama di lokasi, terdapat beberapa perumusan strategi school branding di sekolah dasar Al Baitul Amien, yang mana perumusan tersebut dapat meningkatkan jumlah calon peserta didik baru, masyarakat dan terutama bagi orang tua karena orang tua merupakan salah satu faktor penting dalam memilih sekolah

#### **a. Analisis Lingkungan**

Upaya observasi lingkungan Sekolah Dasar Baitul Amien didasarkan pada analisis lingkungan yang merupakan elemen strategi bagi suatu lembaga ataupun organisasi. Sekolah ini menggunakan analisis lingkungan sebagai bagian dari rencana branding sekolah.

Sebagaimana dengan pernyataan Ibu Masitoh sebagai Kepala Sekolah, yaitu :

“Kami melihat kebutuhan masyarakat dengan analisis lingkungan sekitar. Karena disini para orang tua itu bisa dibilang memiliki pengetahuan yang lebih misalnya pekerjaan orang tuanya dosen. Jika kita mengajarnya atau ilmu yang kita berikan kepada siswa itu “kurang” nanti orang tuanya kecewa atau tidak puas. Oleh karena itu kita selalu melakukan monitoring kepada para guru dan staf agar kita memiliki kemampuan mengajar dan melayani orang tua itu meningkat sehingga siswa dan orang tua bisa merasakan puas dengan apa yang diberikan disini. Dan untuk keagamaan kita selalu berusaha memberikan ilmu agama di sini mba seperti sholat duha, duhur, ngaji karena disini kan dalam naungan yayasan masjid Jami’ yang semua tau bepegang teguh pada Aswaja, jadi kita usahakan selalu untuk memberikan yang sesuai dengan Ahlussunnah Wal Jama’ah”<sup>53</sup>

Selain itu Koordinator kurikulum yaitu ibu Tanti juga menyatakan :

“analisis terhadap lingkungan sosial dan budaya di sekitar sekolah sangat penting, terutama dalam konteks pendidikan berbasis karakter. Sekarang zamannya kan sangat berkembang ya mbak dan pengaruhnya itu sangat kuat. Kita sering kali dihadapkan pada tantangan dalam menjaga nilai-nilai luhur yang sudah menjadi tradisi di masyarakat kita, seperti ajaran Aswaja dan prinsip-prinsip NU.”<sup>54</sup>

#### b. Visi Misi

Visi Misi sekolah menjadi landasan utama dalam membangun budaya religius. Misi yang dirumuskan oleh kepala SD Al Baitul Amien tidak hanya menitikberatkan pada pencapaian akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter Islami peserta didik melalui berbagai program religius yang sistematis dan berkelanjutan. Berdasarkan

<sup>53</sup> Siti Masitoh, diwawancarai oleh penulis, 4 September 2024.

<sup>54</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancarai oleh penulis, 4 September 2024.

wawancara dengan beberapa informan, misi madrasah telah dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai keagamaan yang kuat.

Selaras dengan pernyataan Kepala Sekolah dimana pernyataannya ialah :

“visi sekolah ini kan terwujudnya lulusan yang sholeh dan cerdas, Sebagai sekolah dasar, kami berkomitmen untuk mewujudkan visi menghasilkan lulusan yang sholeh dan cerdas. Untuk itu, kami telah menyiapkan beberapa rencana untuk branding sekolah ini. Pertama, kami memperkuat pendidikan karakter dan pembiasaan akhlak mulia melalui kegiatan rutin seperti pembiasaan sholat, doa, literasi Al-Qur’an, dan program keteladanan dari seluruh guru dan tenaga kependidikan. ingin memastikan bahwa nilai-nilai keislaman tidak hanya diajarkan, tetapi benar-benar dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari<sup>55</sup>.

Selain itu Ibu Masitoh juga menambahkan :

“Kedua, kami juga ingin meningkatkan kualitas pembelajaran dengan cara pendekatan yang aktif, kreatif, dan berpusat pada siswa. Kurikulum disini tidak cuma mengejar capaian akademik, tetapi juga mengembangkan keterampilan kreativitas, dan kemampuan siswa memecahkan masalah. Didukung dengan teknologi pendidikan, pelatihan guru, dan evaluasi berkelanjutan juga kami perkuat agar proses belajar lebih efektif mbak.”<sup>56</sup>

Koordinator kesiswaan yaitu ibu Luluatul Azizah S.Pd. juga

berpendapat bahwa:

“Tentang misi utama madrasah dalam menciptakan lulusan yg sholeh dan cerdas, itu pasti berkaitan dengan akhlaqul karimah. Karena kalau peserta didik akhlaknya bagus, otomatis tingkat religiusitasnya juga akan bagus. Kemudian, untuk merumuskan misi tersebut, biasanya dari sekolah di awal tahun pembelajaran akan mengadakan rapat awal tahun untuk membahas keberlanjutan dari misi budaya religius tersebut.

<sup>55</sup> Siti Masitoh, diwawancarai oleh Penulis, 4 September 2024.

<sup>56</sup> Siti Masitoh, diwawancarai oleh Penulis, 4 September 2024.

Nah, sejauh ini, misi ini sudah dipahami oleh seluruh warga sekolah, baik dari guru maupun siswa."<sup>57</sup>

c. Peluang

Di SD Al Baitul Amien Ini memanfaatkan beberapa peluang untuk mencapai visinya yaitu menjadikan siswa sholih dan cerdas, ada beberapa peluang disini seperti adanya full day school yang membuat karakter Islami peserta didik semakin kuat. Seperti pernyataan kepala sekolah yaitu ibu Siti Masitoh S.Pd bahwa :

“Peluangnya sangat besar karena disini full day ya mbak jadi anak-anak disini bersama kami dari pagi sampai sore jadi kita lebih gampang memberi pelajaran islami untuk anak-anak, dirumah juga bisa dipantau karena juga ada komunikasi sama orang tua untuk tetap mengawal program-program yang ada disekolah untuk tetap dilaksanakan dirumah. Seperti adanya kita pengontrolan kegiatan ibadah, seperti sholat, ngaji juga belajar dan juga program-program yang lain yang berkaitan dengan kegiatan dirumah ini terus kita kawal”<sup>58</sup>

Selaras dengan itu bu Tanti selaku Koordinator Kurikulum juga menyatakan :

“kalau peluang itu ada peluang masuk dan peluang keluar mbak. Untuk peluang masuk itu yang pertama pastinya kita ada suatu observasi dulu, untuk inputnya kita observasi dulu tapi observasi disini bukan berarti syarat untuk menjadi masuk di Baitul Amien mboten tapi kita observasi dulu. Untuk peluang keluar (output) alhamdulillah lulusan dari Baitul Amien diterima di sekolah-sekolah yang bonafit baik itu di dalam kota maupun di luar kota. Kalau di dalam kota biasanya di SMP 2, SMP 3, MTSN 1, MTSN 2. Dan untuk luar kota anak-anak ini diteriman di Ar Rahmah Malang, Al Izzah, Nurul Jadid itu banyak sekali lulusan dari sini. Memang lebih ke pondok dan boarding school untuk yang keluar kota. Jadi Alhamdulillah lulusan Kami berpeluang banyak nih di sekolah-sekolah bonafit.”<sup>59</sup>

<sup>57</sup> Luluatul Azizah, diwawancarai oleh Penulis, 4 September 2024.

<sup>58</sup> Siti Masitoh, diwawancarai oleh Penulis, 4 September 2024.

<sup>59</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancarai oleh Penulis, 4 September 2024.

Dapat disimpulkan bahwa peluang yang ada di Sekolah Dasar Al Baitul Amien ini ialah peluang di Baitul Amien memiliki peluang besar dalam pembinaan karakter dan perkembangan peserta didik, baik selama mereka bersekolah maupun setelah lulus. Dan Baitul Amien memiliki peluang besar dalam membina, mengawal, dan menghasilkan lulusan yang berkompeten dan diterima di sekolah-sekolah bonafit.

d. Tantangan

Tantangan yang ada di sekolah adalah berbagai hambatan, masalah, atau kesulitan yang dihadapi oleh siswa, guru, maupun pihak sekolah dalam proses belajar-mengajar. Tantangan ini bisa mempengaruhi kualitas pembelajaran, kenyamanan, serta perkembangan akademik dan karakter. Tantangan yang ada di SD Al

Baitul Amien seperti digitalisasi dan kebiasaan siswa yang tidak bisa di pantau oleh guru. Seperti pernyataan ibu Siti Masitoh :

“untuk tantangannya ini kita di era digital tentunya anak-anak tidak lepas dari yang namanya memegang gadget nggeh, ketika tidak dikawal dengan betul anak-anak dirumah atau tidak ada pengawasan dirumah, itu yang membuat peluang tidak tercapainya sebagian dari visi misi kita. Ketika anak-anak dibebaskan dalam memegang gadget disitu ada peluang anak-anak untuk menggunakan gadget tidak pada semestinya. Kadang kebiasaan itu bisa di bawa kesekolah Disitulah tantangan kita bagaimana kita bisa bekerja sama dengan tua untuk bisa terus bisa mengawal itu mbak”<sup>60</sup>

Selain itu Koordinator Kurikulum yaitu Ibu Tanti Dwi Rahayu S.Pd juga menyatakan bahwa :

“tantangan yang pertama memang bukan Baitul Amien saja mungkin dari sekolah-sekolah lain juga sama. Tantangan sekarang lebih ke adab gen Z sekarang ya yang dikenal seperti strawberry keras diluar tapi lembek di dalam pasti itu. Karena sudah banyak modernisasi yang sudah masuk ke ranah anak-anak yang mengurangi adab dan akhlak. Jadi ini tantangan yang paling utama bagi kami sebagai guru Baitul Amien ini benar-benar PR untuk memperbaiki akhlak anak-anak dalam persaingan di modernisasi sekarang ini. Yang kedua yaitu perihal tentang gadget pastinya mbak. Gadget bertantangan banget karena sekarang anak SD sudah dipegangi gadget, sudah keutuhan lain dengan jaman yang old ya jaman dulu kita tanpa gadget bisa berselancar kemana-mana tapi sekarang gadget seperti kebutuhan anak-anak seperti itu. Itu adalah tantangan terbesar kami mbak adab anak-anak beserta dengan gadget. Kalau masalah akademik insya Allah anak-anak bukan hanya mencari ilmunya di sekolah aja tapi mereka juga biasanya keluar dari sekolah mereka les.<sup>61</sup>

Dari wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa tantangan utama dalam mencapai visi-misi sekolah di era digital saat ini adalah terkait adab anak-anak serta penggunaan gadget yang tidak terkontrol. Anak-anak yang sejak kecil sudah terbiasa memegang gadget tanpa pengawasan orang tua berpotensi membawa kebiasaan tersebut ke lingkungan sekolah, sehingga memengaruhi perilaku, fokus belajar, dan kedisiplinan. Selain itu, masuknya modernisasi dan budaya digital juga menyebabkan penurunan adab dan akhlak generasi sekarang, yang menjadi tugas besar bagi guru untuk membimbing dan memperbaikinya. Dengan demikian, tantangan terbesar bagi sekolah adalah menjaga dan membina akhlak siswa sekaligus mengontrol penggunaan gadget melalui kerja sama yang kuat antara guru dan orang tua.

## 2. Implementasi strategi *school branding* dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien *Full Day School Jember*

### a. Pelatihan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan

Guru menciptakan citra sekolah, sehingga pelatihan guru dan tenaga kependidikan penting karena memungkinkan mereka meningkatkan keterampilan profesional mereka. Sebagaimana pernyataan Ibu Siti Masitoh.

“Guru menciptakan citra sekolah, sehingga guru juga merupakan citra bagi kita semua. Guru dapat mengenakan pakaian yang bagus dan berperilaku sopan di rumah itu juga merupakan citra. Misalnya, di jalan raya terdapat stiker Baitul Amien di bagian belakang mobil. Kita ini kan muslim dan juga bekerja sebagai guru, segala perilaku yang melanggar hukum dan akhlak Islam itu dilarang atau pantang bagi kami. Guru itu kan digugu dan ditiru di mana pun mereka mengajar seperti di Baitul Amien Jika kita berbuat baik, orang lain akan melihat bahwa kita bersekolah di sana. Tapi kalau kita berbuat buruk orang-orang akan bertanya, Di mana sekolah? Oh di Baitul Amien, jangan sekolah disana gurunya aja bersikap kayak gitu. Jadi kami seperti pameran yang dapat dilihat orang di mana-mana. Pelatihan diberikan setiap hari untuk guru dan pelatihan daring juga diberikan untuk guru. Selain guru disini juga memberikan pelatihan bagi karyawan misalnya cs dan juru masak di dapur, seperti mendatangkan pelatih masak dari hotel untuk melatih mereka tentang hal-hal seperti cara membersihkan dan gimana cara berpenampilan seperti di hotel itu.”<sup>62</sup>



**Gambar 4. 1**

**Pelatihan Guru Mulok SD Al Baitul Amien**

Gambar tersebut menunjukkan kegiatan pelatihan guru mulok di SD Al Baitul Amien Jember. Kegiatan berlangsung di ruang kelas yang telah disiapkan sebagai tempat pelatihan.

Untuk meningkatkan layanan, sikap dan keterampilan guru perlu ditingkatkan melalui pelatihan. Pelatihan semacam itu membantu guru meningkatkan kinerja dan memperluas pengetahuan mereka, sebagaimana yang telah disampaikan oleh Kepala Sekolah. Juga diperkuat oleh Koordinator Kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu S.Pd yaitu :

“Pelatihan kita bukan cuma latihan performa. Kami juga punya latihan keagamaan. Untuk guru, ada latihan mengaji. Untuk membaca Al-Qur'an, kami rutin melakukannya setiap Sabtu. Namun ini bukan Latihan tapi untuk mengaji bersama, jadi kita bisa berkelompok dengan siapa saja. Sebagai latihan, kami melakukannya setahun sekali untuk mengajarkan Al-Qur'an, misalnya untuk mengoreksi bacaan tersebut. Semua guru berpartisipasi dalam latihan keagamaan”<sup>63</sup>



**Gambar 4. 2**  
**Pelatihan Guru Al Qur'an**

Adanya pelatihan keagamaan tentang al-qur'an bagi guru ini sangat penting dilakukan dalam meningkatkan pelayanan terbaik karena SD Al Baitul Amien menganut program yang memadukan kurikulum nasional (tatap muka) dengan program khas, maka keberadaan pembinaan keagamaan guru-guru Al-Qur'an menjadi sangat penting, karena pembinaan tersebut meliputi Bahasa Arab, Shalat, Al-Qur'an dan Juz Amma (BTA).

Sebagaimana pernyataan Kepala Sekolah, yakni :

“Keunikan utama dari sekolah ini adalah kombinasi program nasional dan program khas yayasan, yang menjadikannya tempat tujuan bagi semua orang tua, sebagaimana dibuktikan oleh meningkatnya jumlah siswa yang berminat setiap tahun”<sup>64</sup>.

Begitu juga yang di sampaikan oleh Koordinator Kurikulum

yakni :

“Jadi kurikulum dari diknas itu adalah intrakurikuler terus kita tambah sendiri dengan kurikulum khas dari Yayasan, ini kekhasan kita, itu ada doa harian ada Alqur’an, bahasa arab itu kekhasan kita, ada penunjangnya yaitu konvensional, kalok yang wajib ya intrakurikuler”

b. Membangun Sekolah dengan Prestasi

Nilai merupakan strategi yang dapat meningkatkan jumlah calon siswa baru, terutama bagi orang tua, karena nilai sangat penting karena setiap orang tua pasti ingin anak mereka menjadi siswa berprestasi. Mengingat banyaknya prestasi siswa di sekolah ini, hal ini akan menarik minat masyarakat setempat dan mereka akan tertarik untuk menyekolahkan anak-anak mereka di sekolah ini.

Mengenai prestasi kepala sekolah menjelaskan :

“Kedua, selain pelayanan, kami juga membangun sekolah ini yang dengan prestasi. Hasil juara umum ini sepenuhnya berkat kerja keras para guru dan menunjukkan keberhasilannya, sehingga sekolah ini dapat menjadi pusat kesuksesan karena sekolah ini terletak di tengah kota, sehingga kami tidak boleh kalah dari sekolah-sekolah di pinggiran kota. Semua informasi awal kami perlu diketahui terlebih dahulu, karena rekam jejak menjadi dasar bagi kami untuk mendukung sekolah ini dan juga dapat menjadi panutan bagi orang tua yang ingin menyekolahkan anak-anak mereka di sekolah Baitul Amien untuk meraih kesuksesan. Pada program unggulan ada tahfidz setiap hari jam 6 sehingga dapat mengikuti program tahfidz qur’an”<sup>65</sup>



**Gambar 4. 3**  
**Prestasi Siswa**

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa prestasi merupakan dasar untuk menjaga branding sekolah. Sekolah juga menawarkan program unggulan seperti Tafiz Al-Qur'an, Olimpiade Matematika, dan Sains. Program unggulan ini memungkinkan sekolah untuk siap menghadapi kompetisi apa pun karena siswa dipersiapkan melalui program unggulan sekolah. Keberhasilan siswa juga berkaitan erat dengan peran guru dalam pembelajaran dan pengajaran siswa.

**Tabel 4. 1**  
**Data prestasi siswa**  
**SD Al Baitul Amien Jember**

<b>TINGKAT PRESTASI (JUARA 1, 2, 3)</b>	<b>JUMLAH PRESTASI</b>
KECAMATAN	69
KABUPATEN	368
PROVINSI	129
NASIONAL	32
INTERNASIONAL	7

Data tersebut menunjukkan jumlah prestasi yang diraih pada berbagai tingkat kejuaraan. Pada tingkat kecamatan diperoleh sebanyak 69 prestasi. Pada tingkat kabupaten merupakan yang paling banyak dengan total 368 prestasi. Pada tingkat provinsi tercatat 129 prestasi. Pada tingkat nasional jumlah prestasi mencapai 32, dan pada tingkat internasional terdapat 7 prestasi.

Banyaknya prestasi yang diraih telah sesuai dengan visi SD Al Baitul Amien yaitu “terwujudnya Sekolah Dasar unggul dan rujukan Nasional dalam pembentukan lulusan yang sholeh dan cerdas”. Sebagaimana diterangkan oleh Koordinator Kesiswaan, yaitu ibu Luluatul Azizah S.Pd sebagai berikut :

“Sesuai dengan visi dan misi kami untuk mencetak generasi yang sholeh dan cerdas, kami memastikan siswa-siswi kami mencapai visi dan misi tersebut. Karena baik secara langsung maupun tidak langsung, visi kami tercapai melalui strategi kami, yaitu mewujudkan branding sekolah.”<sup>66</sup>

Dapat disimpulkan bahwa prestasi adalah salah satu perumusan atau perencanaan school branding yang bisa meningkatkan jumlah calon peserta didik dan meningkatkan minat masyarakat untuk memilih sekolah untuk anaknya..

#### c. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh sekolah tidak terlalu intensif, dan banyak orang mendengar tentang SD Al Baitul Amien ini dari mulut ke mulut (word of mouth), dari orang tua, teman dan juga

tetangga. Selain itu masyarakat dapat mengetahui kinerja sekolah dengan mengamati langsung. Meskipun demikian sekolah tetap memanfaatkan teknologi informasi sebagai promosi seperti media sosial misalnya Instagram dan situs web. Sehingga masyarakat lebih mudah mengetahui visi misi, dan prestasi sekolah. Sebagaimana yang disampaikan oleh Koordinator kesiswaan yaitu ibu Luluatul Azizah S.Pd yaitu :

“Ketika kami berpromosi melalui media sosial, sudah pasti kami juga berpromosi di papan reklame, tetapi yang paling efektif bagi kami adalah mempromosikan diri sendiri. Artinya, orang-orang yang bersekolah akan mempromosikannya secara tidak langsung, sehingga mereka akan puas dan senang sambil cerita Baitul Amien loh gini Promosi kami tidak terlalu gencar, tetapi kami sudah dikenal di masyarakat dan hanya orang tua yang tahu, sehingga para orang tua dapat memberikan promosi yang baik kepada tetangga dan orang-orang terdekat yang mereka kenal, seperti itu.”<sup>67</sup>



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

Tampilan website ini mencerminkan identitas SD Al Baitul Amien yang profesional dan informatif, serta berfungsi sebagai media publikasi resmi untuk menyampaikan profil, visi dan informasi pendidikan kepada masyarakat.

Karena orang-orang belajar tentang sekolah melalui kerabat dan tetangga, selain dari jaringan sosial mereka, kepuasan orang tua memengaruhi daya tarik sebuah sekolah. Jika orang tua merasa puas, mereka secara tidak langsung akan berkontribusi pada perkembangan sekolah, dan begitu pula sebaliknya. Promosi yang dilakukan oleh sekolah ini juga melalui spanduk, Ka. Tata Usaha yaitu bapak Maulana berpendapat bahwa :

“Promosi yang paling mandhi itu kepuasan orang tua, meskipun promosinya gencar tapi parang orang tua kecewa mereka pasti akan menyebarkan ke ibu-ibu kayak di pengajian, di seklah, di kantor jadi kalau Ketika mereka ditanya dari temen kantor, dari saudara , dari tetangga. Tapi meskipun begitu kita tetap melakukan promosi seperti spanduk, brosur, radio dan koran, gitu.”<sup>68</sup>

Koordinator Kurikulum juga menyampaikan tentang promosi yaitu :

“Kami sudah bekerja sama dengan sejumlah mitra dalam promosi, termasuk Kapolres dan Puskesmas Patrang. Upaya kami telah mewajibkan orang tua, guru, dan seluruh anggota keluarga di SD Baitul Amien untuk memasang stiker sekolah di setiap kendaraan mereka. Kedua, kami bekerja sama dengan Radar dan Prosalina dan ingin menampilkan publikasi yang berisi kegiatan dan prestasi kami di media cetak. Kami juga mempublikasikan hasil belajar siswa. Hal ini karena masyarakat umum dapat melihat, misalnya, "Saya ingin menyekolahkan anak saya di sekolah ini." Mereka tentu akan menilai prestasi, pelatihan, dan praktik keagamaan mereka. Inilah yang kami yakini sepenuh hati dan, jika memungkinkan, jangan sampai prestasi menurun. Setidaknya, harus ditingkatkan naik<sup>69</sup>

<sup>68</sup> Maulana Arifianto, diwawancarai oleh Peneliti, 16 September 2024.

<sup>69</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancarai oleh Peneliti, 16 September 2024.



**Gambar 4.5**  
**Publikasi Prestasi Siswa Melalui Instagram**

Gambar publikasi prestasi siswa menunjukkan upaya sekolah dalam mengapresiasi prestasi siswa, membangun motivasi belajar, serta menyebarkan capaian akademik sekolah kepada masyarakat luas melalui sosial media, khususnya Instagram sebagai media informasi dan promosi sekolah.

Dapat disimpulkan bahwa orang tua dan wali yang ingin menyekolahkan anaknya di suatu sekolah pasti dapat melihat prestasi siswa di sekolah tersebut. Oleh karena itu, penting untuk mengunggah prestasi sekolah di media sosial seperti Instagram agar masyarakat umum lebih mudah mengetahui prestasi sekolah tersebut.

d) Memberikan Pelayanan Terbaik

Implementasi branding sekolah untuk meningkatkan jumlah siswa baru bergabung di Sekolah Dasar Al Baitul Amien berfokus pada layanan. Salah satu layanan yang diberikan adalah pembentukan sistem sekolah full day dengan waktu jam sekolah pukul 07.30 hingga 15.30 WIB, Senin hingga Jumat. Berdasarkan keterangan dari Kepala Sekolah, sebagai berikut:

“implementasi Strategi pertama adalah pelayanan. Sekolah sehari penuh menjadi alternatif bagi para orang tua yang sibuk, baik suami istri yang berprofesi sebagai karyawan dan tidak memiliki pembantu, ada pembantu tetapi hanya lulusan SD atau tidak sekolah sama sekali, karena tidak ada pembantu yang bergelar sarjana, maka Al-Baitul Amien hadir untuk melayani semua itu. Oleh karena itu, daripada menitipkan anak-anak dengan pembantu atau berada di rumah tanpa ada yang menjaga, hanya ditemani ponsel, yang tentu akan membahayakan, Al-Baitul Amien hadir untuk membantu semua itu agar anak-anak rela dititipkan di sekolah lengkap dengan mengaji, diberi makan, begitulah, sehingga para orang tua tidak khawatir lagi dengan kondisi anak-anaknya di rumah. Jadi sepulang sekolah, para orang tua pulang kerja langsung menjemput anak-anaknya di sini dan selanjutnya bisa pulang. Dan tidak ada PR di sekolah ini, semua diselesaikan di sekolah.<sup>70</sup>

Kepala sekolah menjelaskan bahwa sebagian besar siswa di sekolah ini memiliki orang tua yang sangat sibuk. Itulah sebabnya SD Baitul Amien menawarkan bimbingan belajar penuh waktu agar orang tua tidak perlu khawatir dengan pekerjaan sekolah. Wawancara dengan kepala sekolah mengungkapkan bahwa tidak ada pekerjaan rumah (PR) di SD Baitul Amien karena semuanya

dikerjakan di sekolah. Hal ini diperkuat oleh pernyataan

Koordinator kesiswaan, yaitu :

“Di sekolah ini kita tidak nganjurin untuk diberikan PR karena kegiatan kita sudah full day jadi kita semua berusaha bagaimana semuanya diselesaikan di sekolah, Cuma kadang ada siswa yang tidak selesai sehingga keesokan harinya didampingi lagi oleh kita.”<sup>71</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan adalah memberikan layanan sebaik mungkin. Layanan ini dapat diberikan dengan meningkatkan keterampilan guru serta melatih sikap mereka terhadap anak dan orang tua, yang dapat meningkatkan kepuasan orang tua dengan memberikan layanan yang lebih baik. Guru dihormati dan ditiru, sehingga guru yang baik dan ramah akan menjadi panutan bagi siswa. Selain itu, hal ini juga berdampak pada nama baik reputasi sekolah.

#### e) Pembelajaran Ahlussunnah Wal Jama'ah

Selanjutnya strategi yang diterapkan oleh sekolah ini yaitu mengajarkan Aswaja, hal ini disampaikan oleh kepala sekolah, sebagai berikut

“Kedua, pengenalan Latihan aswaja. Banyak sekolah yang tidak sejalan dengan aswaja dan keramahan mereka bagus. Kemarin kita bertanding melawan mereka di tingkat nasional dan kemarin kita meraih medali emas dan menjadi juara. Sekolah lain juga mendapatkan penghargaan yang sama. Sekolah yang bukan aswaja juga memiliki prestasi yang luar biasa dari para siswanya. Namun inilah perbedaannya disini mulai awal sekolah dimulai dengan melaksanakan sholat

dhuha, dhuhur dan ashar, setiap gerakannya adalah nafas Al sunnah wal jama'ah, generasi selanjutnya adalah generasi yang berlandaskan NU alias Nahdlatul Ulama, zikir mereka adalah NU-zikir, ajaran mereka juga disisipkan kedalam ajaran al-Sunnah wal Jama'ah, ada Alqur'an, doa dan shalat yang dilakukan sehari-hari".<sup>72</sup>

Selaras dengan penjelasan Koordinator Kurikulum, yaitu :

“Bendera sekolah kita memang benderanya alsunnah wal jam'ah NU, oleh karena itu mempelajari tentang ini, baik itu didalam bidang PAI yang mata pelajarannya berkaitan dengan keagamaan, kita menyisipkan ilmu aswaja dan menerapkannya kepada para murid, baik dalam sholat yang sesuai dengan bacaan NU, doa sehari-hari. Kita tanamkan aswaja itu dalam pembelajaran sehari-hari, selain itu juga ada yang namanya padang bulan yaitu seperti sholawat untuk orang tua kita. Biasanya kita ke masjid besar sebulan sekali, dan sholat berjamaah, jadi dari situ kita ada silaturahmi kepada para orang tua, dan ini dilakukan oleh keluarga besar tidak hanya SD tetapi juga dari TK, KB. Khusus untuk guru itu di akhir setiap bulan kalau ini tanpa wali murid mbak, acara ini juga diadakan pada hari Sabtu setiap minggunya, ini untuk para guru jadi seperti kajian mempelajari aswaja contohnya sholawat”.<sup>73</sup>

Koordinator Kesiswaan yaitu ibu Luluatul Azizah S.Pd juga menyatakan yang selaras dengan pendapat diatas, yaitu :

“Kalau dalam hal ini ya mbak kita lebih fokus pada kebiasaan yang kami ajarkan ke anak-anak, jadi materi aswaja sendiri bagi anak-anak itu tidak terlalu penting tetapi yang penting itu penerapan aswajanya. Seperti budaya sholat, budaya zikir, dan budaya membaca yasin, itu adalah sesuatu yang akan kami terapkan langsung kepada para siswa agar jadi kebiasaan mereka, kalau untuk materi teoritis masih belum banyak, jadi kita lebih ke penerapan aswajanya dan itu secara detail.”<sup>74</sup>

<sup>72</sup> Siti Masitoh, diwawancarai oleh Penulis. 16 September 2024.

<sup>73</sup> Tanti Dwi Rahayu, diwawancarai oleh Penulis, 16 September 2024.

<sup>74</sup> Luluatul Azizah, diwawancarai oleh Penulis, 16 September 2024.



**Gambar 4. 6**  
**Memperingati Isra' Mi'raj dan peningkatan kualitas sholat**

Memperingati isra' mi'raj yang dirangkaikan dengan program peningkatan kualitas sholat. Kegiatan ini dilaksanakan dengan berbagai agenda edukatif dan religius. Acara meliputi sholat berjama'ah, lomba adzan dan iqomah, lomba hafalan doa, kisah Isra' Mi'raj serta pembiasaan sholat tepat waktu untuk membentuk karakter islami siswa sejak dini secara konsisten dan berkelanjutan bagi siswa SD Al Baitul Amien.

Karena penerapan Aswaja di Sekolah Dasar Baitul Amien berupa mata pelajaran agama seperti Pendidikan Agama Islam (PAI), ilmu Aswaja, praktik salat, dan bacaan sehari-hari diperkenalkan sesuai dengan bacaan NU. Aswaja tidak hanya ditanamkan kepada siswa tetapi juga kepada orang tua mereka melalui kegiatan yang disebut padang bulan, seperti salat berjamaah.

Dari wawancara dengan narasumber yang disebutkan di atas, peneliti sampai menyimpulkan bahwa penerapan Aswaja lebih

berkaitan dengan pengembangan kepribadian al-Sunnah wal-Jamaah melalui pembinaan siswa mulai dari salat dan dzikir berbasis NU.

f) Mempelajari Alquran

Strategi school branding yang diimplementasikan di SD Baitul Amien dan menjadi faktor utama dalam meningkatkan jumlah calon siswa baru adalah adanya pembelajaran Alquran di sekolah ini. Siswa-siswi diajarkan agar dapat membaca Alquran dengan lancar. Seperti pernyataan yang dijelaskan oleh Kepala Sekolah yaitu ibu Siti Masitoh, S.Pd. sebagai berikut :

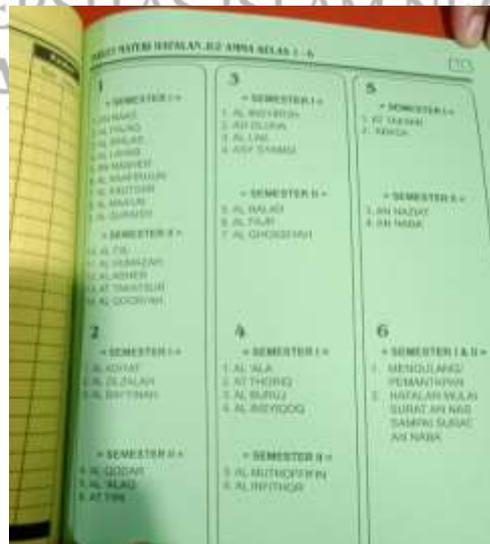
“Yang menjadi daya tarik dalam meningkatkan siswa baru bahkan jadi nomor satu adalah dengan mempelajari Alquran. Kita mengajarkan siswa kelas 1 dan 2 pakai tilawah, kelas 3 itu sudah bisa membaca Alqur'an. Kelas I menggunakan tilawah I II III, kelas 2 tilawah IV. Itu terus kita anjurkan pada orang tua, bahkan pada awal mau sekolah disini, kita itu meminta kepada banyaknya orang tua untuk mengisi beberapa pertanyaan salah satunya yaitu alasan kenapa mereka mau menyekolahkan anaknya disini?, kebanyakan para orang tua ingin anaknya itu bisa lancar baca Alquran. Mereka tidak ingin juara mtk, ipa, dan yang lainnya, tidak. Terbukti kalau malam jum'at kita melakukan ngaji bareng-bareng, baca yasin dan tiap malam itu membaca Alquran dirumah sesudah maghrib. Anaknya pintar ngaji itu jadi salah satu kebanggaan tersendiri buat orang tua. Jadi Alquran disini menjadi faktor meningkatnya siswa baru”<sup>75</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pembelajaran Al-Qur'an yang dilaksanakan di sekolah juga merupakan keinginan orang tua agar anak-anaknya kelak dapat menuntut ilmu agama, dapat membaca Al-Qur'an, dan dapat mendoakan orang tua, dan sekolah bangga bukan hanya pada hasilnya saja tetapi juga pada kepuasan orang tua ketika

keinginan mereka terwujud, seperti ketika anak-anaknya dapat membaca Al-Qur'an.

Penerapan pembelajaran Al-Qur'an secara tidak langsung juga memberikan insentif bagi sekolah. Hal ini karena ketika siswa berprestasi dalam membaca dan menghafal, atau menunjukkan kemampuan mereka membaca Al-Qur'an di masyarakat, masyarakat akan bertanya dan mencari tahu ke mana anak berprestasi tersebut akan bersekolah. Dengan demikian, masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah yang sama karena ia akan menjadi contoh bagi masyarakat, dan sebaliknya, jika siswa tersebut tidak memiliki contoh yang baik, masyarakat juga akan bertanya, tetapi mereka tidak akan menginginkan anak-anak mereka bersekolah di sekolah itu.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HADJI M. HIDAYATULLAH  
RANIRI  
CENDRADIQ



**Gambar 4. 7**  
**Target Hafalan Juz Amma Siswa**



**Gambar 4. 8**  
**Paket Do'a Siswa**

Pada target hafalan Juz Amma siswa terdapat hafalan dimulai dari surat pendek lalu meningkat ke surat yang lebih panjang. Siswa kelas 1 – 6 yang dibagi per semester, kelas 1 memulai dari surat terpendek seperti An-Nas, Al-Falaq, hingga Al-Qari'ah. Kelas 2 dan 3 melanjutkan ke surat menengah seperti Al-adiyat, Az-Zalzalah, Asy-Syams, dan Al-Ghasiyah. Kelas 4 menghafal surat yang lebih panjang seperti Al-Insyiqaq, dan Al-Mutaffifin. Kelas 5 menyelesaikan At-Takwir hingga An-Naba'. Kelas 6 difokuskan pada pengulangan dan penyempurnaan seluruh hafalan Juz Amma. Susunan ini bisa membantu guru dan juga orang tua memantau perkembangan hafalan setiap semester dengan tujuan membentuk kecintaannya terhadap Alqur'an.

Sedangkan untuk paket doa siswa menunjukkan paket doa sholat fardhu untuk siswa kelas 3-6. Isinya kumpulan doa yang dibaca dalam sholat, seperti doa iftitah, doa rukuk, sujud, dan doa setelah tasyahud. Paket ini membantu siswa memahami bacaan sholat dengan benar dan tertib.

g) Sarana dan Prasarana yang Memadai

Sarana dan prasarana tersebut sangat penting bagi dunia pendidikan dan berperan dalam menunjang proses belajar mengajar di sekolah. Kepala Sekolah menjelaskan :

“sarpras disini alhamdulillah disemua kelas ada acnya, lcd ada dan sudah ada wifi. Kalau gurunya mau lihat apa saja udah bisa di akses di situ semuanya dan sudah sekolah siapkan. Setiap kelas sudah ada cctvnya. Sehingga kita bisa memantau kelasnya.”<sup>76</sup>



**Gambar 4. 9**  
**CCTV di Ruang Kelas**

Pemantauan CCTV diruang kepala sekolah. Beberapa kamera menampilkan kondisi langsung didalam kelas. Pemantauan ini bertujuan menjaga keamanan, ketertiban, dan kedisiplinan siswa

serta membantu kepala sekolah melakukan pengawasan dan pengambilan keputusan dengan cepat dan tepat.

Pernyataan juga disampaikan oleh Koordinator kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi Rahayu S.Pd sebagai berikut :

“Yang jelas fasilitas buat siswa-siswi itu tentu saja meliputi kursi yang nyaman, yang selanjutnya itu ada AC di dalam kelas, ada juga loker siswa. Dan gurunya agar bisa menunjang pembelajaran itu kita sediakan komputer beserta printernya, ada juga LCD di kelas masing-masing”.<sup>77</sup>



**Gambar 4. 10**  
**Sarpras Kelas untuk siswa**

Sarana yang ada di kelas untuk siswa diantaranya ada kursi, meja, AC, CCTV, loker siswa yang membuat para siswa belajar dengan nyaman. Selain itu tersedia papan tulis dan kebersihan kelas yang terjaga.



**Gambar 4. 11**  
**Sarpras Untuk Guru**

Selain sarana prasarana untuk siswa, sarana prasarana untuk guru juga tersedia seperti LCD, komputer, printer. Fasilitas ini mendukung guru dalam menyiapkan pembelajaran, Menyusun materi, serta menyampaikan pembelajaran secara lebih efektif, menarik dan terorganisir dengan baik di dalam kelas.

Dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana yang ada di sekolah ini yaitu SD Baitul Amien sudah sangat lengkap, selain kursi dan meja, ada juga CCTV yang ada di ruang kelas sehingga bisa dipantau melalui CCTV tersebut, lalu ada AC yang membuat para siswa-siswi merasa nyaman untuk belajar, loker untuk menyimpan barang-barang siswa, selain itu ada penunjang lain seperti LCD, komputer dan printer sehingga siswa dan guru pun sama-sama nyaman dan terpenuhinya kebutuhan dalam proses pembelajaran.

Dan dapat disimpulkan juga bahwa implementasi strategi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru adalah memberikan sebuah pelayanan terbaik, membangun lembaga dengan prestasi, pembelajaran aswaja dan juga menerapkan pembelajaran Alquran dan sarpas yg memadai.

**Tabel 4.2**  
**Sarana**

No.	Nama Sarana	Jumlah	Kondisi
1	Papan Tulis	23	Baik
2	Meja Guru	59	Baik
3	Kursi Guru	59	Baik
4	Meja Murid (isi satu)	640	Baik
5	Kursi Murid (isi satu)	640	Baik
6	Meja Karyawan	7	Baik
7	Kursi Karyawan	7	Baik
8	Papan Pajangan	23	Baik
9	Papan Mading	2	Baik
10	Almari Kelas	23	Baik
11	Loker siswa	10	Baik
12	Rak sepatu siswa	5	Baik
13	Meja Kepala Sekolah	1	Baik
14	Kursi Kepala Sekolah	1	Baik
15	Sofa Tamu	1	Baik
16	Meja Rapat	1	Baik
17	Kursi Rapat	4	Baik
18	LCD Projector	27	Baik
19	PC	81	Baik
20	Laptop	9	Baik

No.	Nama Sarana	Jumlah	Kondisi
21	Printer	32	Baik
22	Pengeras Suara	8	Baik
23	Almari Arsip	13	Baik
24	Papan Nama Sekolah	1	Baik
25	Tong Sampah	34	Baik
26	Gen Set/Diesel	1	Baik
27	Pompa Air Listrik	3	Baik
28	Trolley	1	Baik
29	Kamera	1	Baik
30	CCTV	40	Baik
31	Mobil	1	Baik
32	AC	30	Baik
33	Kipas Angin	15	Baik

**Tabel 4.3**  
**Prasarana**

No.	Jenis Gedung	Jumlah	Ukuran/unit	Kondisi
1	Ruang Guru Al Qur'an	1	3,5 x 8 m	Baik
2	Ruang Guru Mulok	1	4 x 6 m	Baik
3	Ruang Guru Gd.Utara	1	6 x 8 m	Baik
4	Ruang Kepala Sekolah	1	3,5 x 6,5 m	Baik
5	Perpustakaan	1	3 x 6 m	Baik
6	Laboratorium TIK/ANBK	2	4 x 8 m	Baik
7	UKS	2	3 x 3 m	Baik
8	Kamar Mandi/Toilet Pa	9	1,5 x 2 m	Baik

9	Kamar Mandi/Toilet Pi	7	2 x 2 m	Baik
10	Kamar Mandi/Toilet Guru	4	2 x 2 m	Baik
11	Masjid	1	19 x 21 m	Baik
12	Tempat Wudlu	6	1 x 7 m	Baik
13	Tempat Parkir	1	20 x 20 m	Baik
14	Halaman Bermain/Upacara	1	13 x 25 m	Baik
15	Gudang	5	3 x 3 m	Baik
16	Kantin	2	7 x 10 m	Baik
17	Dapur	1	4 x 6 m	Baik
18	Ruang makan	1	6 x 14 m	Baik

### 3. Evaluasi Strategi school Branding dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru di Sekolah dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember

Evaluasi adalah proses menilai, mengukur dan juga meninjau misalnya mengetahui tingkat pemahaman siswa, menilai keberhasilan metode atau proses pembelajaran. Evaluasi yang dilakukan SD Al Baitul Amien ini yaitu melalui evaluasi berkala antara guru dan wali murid.

Seperti pernyataan Kepala sekolah ibu Siti Masitoh S.Pd yaitu :

“Untuk evaluasi kita disini ada evaluasi berkala nggeh baik antar guru, maupun orang tua itu juga ada. Kemudian dari evaluasi-evaluasi itu mungkin ada yang perlu kita perbaiki, kita perbaiki lalu kita ambil langkah selanjutnya apa”<sup>78</sup>.

Evaluasi disini melakukan penyesuaian visi sekolah yaitu sholeh dan cerdas, sebagaimana dengan pernyataan Koordinator Kurikulum Ibu Tanti Dwi Rahayu S.Pd yaitu :

“Evaluasi yang pasti diranah sholeh itu adalah hafalan anak-anak karena ini brand kita anak Baitul Amien lulus ya harus hafal, maka dari itu ini evaluasi hafalan anak-anak dan ini mulai sudah ada perkembangan sih mbak, ada perkembangan dari beberapa generasi, dari beberapa tahun jadi hafalan ini sudah evaluasinya kita cetak Kembali agar anak-anak kelas 6 ini hafal semua di juz 30. Selanjutnya gerakan sholat yang pastinya sholat dan Gerakan wudhu ini adalah evaluasi kami yang harus kami perbaiki. Pengennya kami lulusan disini anak-anak udah sempurna baik gerakan maupun dari bacaan juga. Selanjutnya pemahaman diri anak-anak tentang ibadah tanpa harus disuruh Kembali. karena itu memang target. Untuk diranah cerdas yang pasti gadget yang evaluasi banget karena anak-anak sekarang memang sudah sama gadget, selancar di tiktok wes goyang-goyang, velocity wes banyak sekali yang harus diperbaiki. Selanjutnya kita lebih evaluasi baiknya sih yaitu kita mengembangkan sayap kita, kita kerjasama dengan beberapa lembaga untuk mengadakan beberapa lomba seperti di MTSN 1, MTSN 2, dan kakak kita yaitu SMP Al Baitul Amien , dan untuk luar kota kita mitra banget sama daerah Bandung, Malang, Sidoarjo. Untuk evaluasi guru yang pertama yaitu kedisiplinan mbak baik itu kedisiplinan di bidang administrasi atau kepribadian nya, jadi ini wajib kalau memang gurunya sudah disiplin insyaallah anak-anak kita pasti ngikuti kita sebagai orang tua.”<sup>79</sup>

Dapat disimpulkan Dari kedua pernyataan dapat disimpulkan bahwa proses evaluasi dilakukan secara berkala dan melibatkan guru maupun orang tua. Evaluasi ini mencakup berbagai aspek perkembangan siswa, baik di ranah sholeh (keagamaan) maupun cerdas (akademik dan perilaku).

Selain evaluasi terhadap siswa, sekolah juga melakukan evaluasi terhadap guru, terutama terkait: Kedisiplinan dalam administrasi maupun

kepribadian, yang dianggap penting karena guru menjadi teladan bagi siswa.

Kedua pernyataan menunjukkan bahwa SD Al Baitul Amien berupaya terus melakukan perbaikan dan penyesuaian berdasarkan hasil evaluasi, untuk meningkatkan kualitas peserta didik maupun profesionalisme guru.

#### **4. Dampak Strategi School Branding dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al Batul Amien Full Day School Jember**

##### **a. Kepuasan Orang Tua**

Dalam menerapkan strategi school branding pasti ada dampak dari penerapannya. Dijelaskan oleh Kepala Sekolah yaitu Ibu Siti Masitoh, S.Pd.

“Dampaknya yang pertama pasti kepuasan wali murid. Orang tua merasa puas dan buktinya adalah ketika siswa itu sudah lulus pasti semuanya itu sedih dan para orang tua rata-rata menyatakan puas dengan hasilnya karena sesuai harapan, yaitu ingin anaknya lebih baik entah dari pengetahuannya, akhlak qurani yang sesuai dengan aswaja, rajin sholat duha, dhuhur, dan bisa hafal alquran”<sup>80</sup>.

Selain itu ada pula pernyataan dari wali murid bapak

Maulana yaitu ayahanda dari saudari Amira kelas 6b, yaitu :

“Anak saya Khanza kelas 6a, anak saya disini sudah 6 tahun ya yang kemudian akan berpisah sama kawan-kawannya. Kayak baru kemarin saya ngantar anak saya kesini saya percayakan anak saya sekolah di SD Baitul Amien ini agar anak saya nantinya bisa tumbuh berkembang dengan bak ya. Dengan ilmunya yang bertambah juga memiliki akhlak yang

bagus yaitu akhlak qurani yang diterapkan disini sangat hebat sekali termasuk budaya santrinya meskipun di Sekolah Baitul Amien ini full day sampai jam setengah 4 sore. Masih banyak ya lembaga luar yang tidak seperti disini”<sup>81</sup>.

Berdasarkan dari pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa keinginannya sejalan dengan apa yang diinginkannya, yaitu agar anak-anaknya tumbuh dan berkembang dengan baik, dengan bekal ilmu, akhlak mulia, akhlak yang berlandaskan Al-Qur'an, dan akhlak yang berlandaskan Sunnah wal Jama'ah. Anak-anak juga mengikuti budaya santri pesantren, seperti salat zuhur, hafalan, serta membaca dan menulis Al-Qur'an, sesuai dengan yang diajarkan di rumah.

Setiap siswa di SD Al Baitul Amien 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 4.12**  
**Buku Agenda dan Data Prestasi Harian Siswa**

Seriap siswa di SD Al Baitul Amien memiliki buku agenda yang dibawa siswa setiap hari ke sekolah, dan diisi mengenai hasil belajar siswa sehingga orang tua siswa akan mengetahui hasil pembelajaran siswa selama di sekolah.

b) Kepercayaan Masyarakat

Dampak lainnya dari strategi school branding yaitu lembaga mendapat kepercayaan dari masyarakat. Disaat orang tua mendapat kepuasan mengenai hasil apa yang dipelajari selama sekolah, alhasil orang tua akan percaya kepada sekolah tersebut. Selaras dengan pendapat orang tua dari Amira Nafisah Salsabila kelas 6 yaitu bapak Maulana:

“Saya sebagai orang tua dari Amira percaya pada sekolah ini dan memberikan tanggung jawab ke sekolah ini karena SD Baitul Amien berlandaskan Aswaja ya dan dinaungi oleh yayasan masjid Jami’ dimana sudah tidak ada keraguan lagi bagi saya untuk menyekolahkan anak disini. Saya berharap anak kami dapat melestarikan ajaran aswaja dengan itu ya sesuai sama apa yang kami ajarkan di rumah.”<sup>82</sup>

Ibu Dewi juga berpendapat terkait kepercayaan orang tua pada lembaga

“Alasan saya menyekolahkan anak disini karena berbasis Islami ya harus imbang ya antara formal dan agama ya. Saya punya 4 anak dan semuanya saya sekolahkan di SD sini. Alhamdulillah anak yang nomer 1 sudah SMA dan yang nomor 2 sudah kelas 6 dan yang bungsu disini juga masih kelas 2”<sup>83</sup>

<sup>82</sup> Maulana Arifianto, diwawancarai oleh Penulis, 11 Oktober 2024.

<sup>83</sup> Dewi, diwawancarai oleh Penulis, 11 Oktober 2024.

Dapat disimpulkan bahwa orangtua yang anaknya sekolah disini merasakan kepuasan dan orangtua akan memberikan sebuah kepercayaan kepada lembaga agar mengajarkan putra-putrinya.

c) Membangun karakter siswa

Dampak dari strategi branding sekolah ini adalah membangun karakter siswa. Ketika masyarakat melihat kinerja dan perkembangan karakter siswa, maka kepercayaan pun terbangun sehingga berminat dan tertarik memilis SD Baitul Amien sebagai sekolah favorit. Selaras dengan ungkapan Koordinator Kesiswaan, yaitu ibu Luluatul Azizah S.Pd sebagai berikut :

“Dampak dari strategi ini ialah ketika masyarakat melihat prestasi anak-anak dan karakter yang terbentuk dalam diri mereka, mereka pun termotivasi untuk memilih Baitul Amien sebagai sekolah pilihannya. Jadi, hal pertama yang harus dilakukan adalah mewujudkan visi misi. Visi tersebut akan dibaca oleh masyarakat, dan kemudian masyarakat akan tertarik untuk mendaftar di sekolah ini. Saat mempromosikan di media sosial, tentu saja kami juga mempromosikan papan reklame, tetapi yang paling efektif bagi kami adalah mempromosikan diri sendiri. Artinya, orang-orang yang bersekolah secara tidak langsung mempromosikan. Untuk promosi. Meskipun kami tidak terlalu antusias, kami dapat memberikan publisitas yang baik kepada tetangga dan orang-orang terkasih karena kami sudah dikenal di masyarakat dan hanya orang tua yang tahu.”<sup>84</sup>

Mengenai terbentuknya karakter siswa yang diungkapkan oleh orang tua murid yaitu ibu Dewi yang berpendapat

“kalau anak saya sudah sesuai ya mbak sama apa yang orang tua harapkan, kayak ngajinya sudah alhamdlillah, akhlaknya bagus, perilaku dan tingkah lakunya sopan islami dan itu diterapkan dalam kesehariannya gitu. Jadi saya senang sekali”

Dapat disimpulkan bahwa orang tua merasa puas dengan kemampuan akademik, karakter moral, dan akhlak anak mereka, yang sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, perkembangan anak dapat diamati melalui buku harian siswa. Buku harian tersebut berisi detail tujuan dan doa harian yang ditandatangani oleh guru dan orang tua siswa.

d) Kepuasan siswa

Kepuasan siswa bisa dipengaruhi oleh adanya beberapa faktor seperti sarana dan prasarana yang dapat mendukung proses belajar mengajar, kualitas pendidikan. Siswa juga bisa menjadi branding bagi sekolah. Hal ini karena masyarakat bisa melihat dan menilai kepribadian siswa, prestasi akademik, kegiatan yang ada di sekolah, dan kepuasan mereka terhadap sekolah tersebut. Koordinator Kurikulum menjelaskan bahwa :

“Disini sangat menjunjung tinggi visi misi sekolah yaitu sholeh dan cerdas. Dan kita berusaha membentuk karakter mereka menjadi anak yang Soleh Solehah dan cerdas. Branding sekolah kita publikasikan di sosmed seperti Instagram, youtube, facebook dan kita mempunyai semua sosmed. kan zamannya orang semua sudah memiliki sosmed. Dan ini memiliki dampak karena orang lain pasti melihat Instagram contohnya seperti orang mencari sekolah favorit islami, nanti kan pasti muncul SD Baitul Amien. Dari situlah pasti orang melihat-lihat apa yang kita posting dan apa kegiatan kita di sekolah, dan kegiatan khas Baitul Amien. Dan semua kegiatan pasti ada disitu karena kita selalu mempostingnya.”<sup>85</sup>

Siswa kelas 6 menyampaikan rasa puas terhadap sekolah ini, yaitu Rafka Aditya sebagai berikut :

“Saya tau sekolah ini dari pakde terus kepengen disini sekolahnya. Disini enak ada ac nya di kelas jadi nyaman belajarnya, ada komputer juga, gurunya juga baik semua. Saya puas sekolah disini.”<sup>86</sup>

Kepuasan juga dirasakan oleh murid yang Bernama Maheswari berpendapat bahwa :

“Yang milih sekolah disini awalnya orang tua, katanya disini sekolah favorit. Sekolah disini saya belajar sholat yang benar, disiplin, ngaji dan saya terapkan di rumah. Saya puas karena disini di ruang kelas ada sarana lengkap kayak computer dan lain-lain”.<sup>87</sup>

Ketika sekolah menawarkan layanan terbaik, baik orang tua maupun siswa akan merasa senang. Kebahagiaan ini berawal dari tersedianya infrastruktur dan fasilitas yang memadai agar siswa merasa nyaman di dalam kelas. masyarakat dapat melihat prestasi dan kegiatan siswa selama di sekolah berkat kegiatan dan prestasi siswa yang dibagikan di media sosial.

e) Banyaknya Para Pendaftar

Dampak lain dari implementasi strategi school branding adalah banyaknya para pendaftar, sebagaimana pernyataan ibu Siti Masitoh S.Pd sebagai berikut :

“dampak dari itu semua banyaknya 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

<sup>86</sup> Rafka Aditya, diwawancarai oleh Penulis, 5 November 2024.

<sup>87</sup> Maheswari Qanita, diwawancarai oleh Penulis, 5 November 2024.

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 jika sudah memenuhi kuota itu tutup atau selama pendaftaran 2 minggu masih dibuka misalnya yang diambil 112 yang daftar 150 maka harus diuji<sup>88</sup>

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa banyaknya para pendaftar dapat dibuktikan dengan berdirinya SD Baitul Amien 2 dan SD Baitul Amien 3. Ketika pendaftaran di buka dan sudah memenuhi kuota maka pendaftaran akan ditutup dan ketika peserta didik yang mendaftar itu melebihi kuota maka akan tes wawancara tanya jawab oleh tim observasi apakah anak ini siap untuk masuk SD, jadi bukan berarti yang tidak siap ini ditolak tetapi untuk melihat kecakapan anak-anak

Selaras dengan itu Koordinator Kurikulum yaitu ibu Tanti Dwi

Rahayu S.Pd mengungkapkan bahwa :

“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 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>89</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 orang tua yang tertarik karena ingin menjadikan anaknya tumbuh menjadi anak yang sholeh dan cerdas

Dapat disimpulkan bahwa dampak dari strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah dasar Al Baitul Amien ialah 1) kepuasan wali murid, 2) sekolah mendapat kepercayaan, 3) terbentuknya karakter siswa , 4)kepuasan murid, dan 5)banyaknya para pendaftar.

**Tabel 4. 4**  
**Temuan Penelitian**

No	Fokus Penelitian	Temuan Penelitian
1	Perumusan strategi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Analisis lingkungan, yaitu berupa mengamati kebutuhan orang tua dan juga masyarakat sekitar</li> <li>b. Visi misi, yaitu berupa mewujudkan output yang sholeh dan cerdas karena SD Al Baitul Amien di bawah naungan Yayasan masjid Jami' sehingga sekolah ini merumuskan visi misinya yang berpegang pada aswaja dan NU</li> <li>c. Peluang, adanya pembinaan karakter dan perkembangan peserta didik, output yang berhasil sehingga berpeluang sangat besar dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru.</li> <li>d. Tantangan, berupa tantangan utama yaitu digitalisasi dan modernisasi</li> </ul>
2	Implementasi strategi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelatihan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan</li> <li>b. Membangun sekolah dengan prestasi</li> <li>c. Melakukan promosi baik dari online (medsos) ataupun offline</li> <li>d. Memberikan pelayanan terbaik</li> <li>e. Pembelajaran Ahlussunnah Wal jama'ah</li> <li>f. Mempelajari Al qur'an</li> <li>g. Sarana dan prasarana yang memadai</li> </ul>
3.	Evaluasi strategi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Evaluasi berkala antar guru dan orang tua, evaluasi tenaga kependidikan berupa administrasi</li> </ul>

	Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember	b. Evaluasi siswa yaitu berupa evaluasi ranah sholeh dan evaluasi ranah cerdas
4	Dampak strategi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember	<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. Kepuasan siswa; siswa merasa nyaman berada di lingkungan sekolah dengan fasilitas yang memadai.</p> <p>e. banyaknya para pendaftar; dapat dibuktikan dengan berdirinya SD Al Baitul Amien 02 dan SD Al-Baitul Amien 03</p>

### C. Hasil 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 teori manajemen strategi yang dikemukakan oleh Freed R. David yang memiliki tahapan yaitu perumusan, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Teori ini digunakan sebagai landasan untuk analisis dan mengkaji strategi school branding yang diterapkan di SD Al Baitul Amien Jember.

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

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

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 jumlah calon peserta didik baru di Sekolah dasar Al Baitul Amien *Full Day School* Jember

- a. Perumusan strategi *School Branding* dalam Meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah dasar Al Baitul Amien *Full Day School* Jember

Dari proses wawancara observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan bahwa Perumusan strategi *School Branding* dalam

Meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di Sekolah dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember terdapat 3 yaitu perumusan analisis lingkungan, visi misi, peluang, dan tantangan yang ada di sekolah.

#### 1) Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan adalah teknik strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi semua faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu Lembaga sekolah sangat memperhatikan analisis lingkungan sosial, budaya, dan agama di sekitar sebagai dasar dalam memberikan layanan pendidikan.

Sekolah memahami bahwa orang tua memiliki latar belakang pengetahuan yang tinggi sehingga kualitas pengajaran harus selalu ditingkatkan melalui monitoring terhadap guru dan staf.

Selain itu, sekolah menekankan pentingnya penanaman nilai-nilai keagamaan sesuai ajaran Ahlussunnah wal Jama'ah (Aswaja) untuk menjaga karakter siswa di tengah perkembangan zaman dan kuatnya pengaruh lingkungan luar. Dengan demikian, sekolah berupaya menyediakan pendidikan yang berkualitas, relevan dengan kebutuhan masyarakat, dan tetap berpegang pada nilai-nilai tradisi serta agama yang dianut.

#### 2) Visi misi

Untuk mewujudkan visinya sekolah Baitul Amien melakukan kegiatan religius melalui sholat dhuha, sholat Dhuhur,

kegiatan mengaji, dan juga hafalan Alqur'an. Untuk pendidik dan tenaga kependidikan sekolah mendisiplinkan para guru dan administrasi

Menurut Fred R. David visi dan misi merupakan satu konsep dasar dalam memulai manajemen strategi yang akan selalu berkaitan antara satu sama lain. Dalam perspektif pendidikan Islam visi dan misi juga diartikan sama dengan hal tersebut, karena dalam visi mengandung cita-cita atau goal kemenangan yang dibutuhkan lembaga pendidikan Islam untuk bisa terus berkembang dan meningkat, sedangkan misi mengandung kegiatan yang direncanakan untuk mewujudkan cita-cita atau goal dari lembaga pendidikan Islam.

Visi merupakan bentuk statement yang mengandung jawaban dan penggambaran tentang suatu kondisi maupun citra perusahaan atau lembaga yang ingin diwujudkan pada masa yang akan datang, atau singkatnya statement visi dengan kata lain harus dapat menjawab kalimat, "Kita ingin menjadi apa?". Statement visi harus dibuat dengan menggunakan kalimat yang singkat tetapi juga harus jelas dalam menyatakan statement dari visi tersebut dan juga berjangka waktu panjang tetapi terdapat batasan waktu di dalamnya. Visi dalam tanggung jawab penyusunannya diberikan pada pimpinan atau manajer puncak dalam mengambil keputusan terakhir, tetapi tetap diutamakan keterlibatan seluruh

anggota dalam memberikan pandangan serta masukan, sehingga statement yang ingin dijadikan visi perusahaan atau lembaga dapat disepakati, diterima, dipahami dan dilaksanakan oleh seluruh anggota perusahaan atau lembaga tersebut.<sup>90</sup>

### 3) Peluang

Peluang ialah situasi penting yang memberikan keuntungan organisasi maupun suatu lembaga.<sup>91</sup>

Peluang yang ada di Sekolah Dasar Al Baitul Amien ini ialah peluang di Baitul Amien memiliki peluang besar dalam pembinaan karakter dan perkembangan peserta didik, baik selama mereka bersekolah maupun setelah lulus. Dan Baitul Amien memiliki peluang besar dalam membina, mengawal, dan menghasilkan lulusan yang berkompeten dan diterima di sekolah-sekolah bonafit.

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia kata “peluang” diartikan dengan kesempatan, kesempatan yang baik-baik jangan disia-siakan.<sup>92</sup>

Faktor ini biasanya berasal dari lingkungan eksternal contohnya yaitu Kerja sama dengan pihak luar atau sekolah-sekolah luar. Lingkungan sekolah yang bersistem *full day* sangat berpeluang membentuk karakter siswa karena dari pagi sampai

<sup>90</sup> Fred R. David, *Strategic Management Concepts And Cases*, (Ed. XIII; New Jersey: Prentice Hall, 2011), 43.

<sup>91</sup> Fajar, *Teknik Analisis SWOT* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020),

sore guru bisa memantau, dirumah selain orang tua, guru juga bisa memantau dengan cara bekerja sama melalui komunikasi. Sehingga dengan melakukan kerja sama bisa membuat tercapainya visi misi sekolah. Output dari sekolah juga menjadi peluang untuk input sekolah karena lulusan dari mereka banyak yang meneruskan di sekolah-sekolah yang bonafit.

Selain itu program-program yang ada disekolah juga menjadi peluang karena dapat membantu siswa mengembangkan minat dan bakat mereka

#### 4) Tantangan

Sekolah Dasar Al Baitul Amien menghadapi berbagai tantangan baru seiring berkembangnya era digital. Penggunaan gadget juga menjadi persoalan utama. Meskipun bermanfaat, penggunaan tanpa batas dapat mengurangi fokus belajar, menurunkan interaksi sosial, dan berdampak pada kesehatan. SD Al Baitul Amien perlu strategi untuk mengelola tantangan ini agar pembentukan karakter dan kualitas belajar tetap optimal.

Gadget merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang merujuk kepada perangkat elektronik kecil dengan berbagai fungsi khusus. Gadget (dalam bahasa Indonesia: acang) adalah istilah yang berasal dari bahasa Inggris untuk merujuk pada alat atau peranti yang memiliki tujuan dan fungsi praktis tertentu yang bermanfaat, biasanya ditujukan untuk sesuatu yang baru.

Perangkat elektronik yang biasanya dikenal sebagai gadget adalah alat yang memiliki tujuan tertentu untuk setiap fungsinya, misalnya: komputer, laptop, tablet, ponsel, permainan video, dan berbagai perangkat lainnya.<sup>93</sup>

Selain itu, muncul kebiasaan siswa yang sulit dipantau di luar kelas. Akses internet yang luas membuat anak-anak rentan pada distraksi, hiburan berlebihan, dan pola belajar yang tidak konsisten. Guru tidak selalu bisa mengontrol perilaku tersebut, sehingga perlu kolaborasi yang kuat antara sekolah dan orang tua.

Generasi sekarang yang sering disebut Gen Z memiliki karakter unik: kritis, cepat bosan, dan lebih suka hal yang visual serta instan. Tantangan bagi sekolah adalah menanamkan adab, sopan santun, dan etika mereka tetap berperilaku sesuai nilai-nilai yang diajarkan.

Menurut Akhmad Sudrajat, Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang berbeda apabila dipandang dari dua generasi sebelumnya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa karakteristik umum Generasi Z diantaranya adalah 1. Fasih teknologi, Orang-orang yang termasuk pada Generasi Z adalah mereka yang disebut dengan Generasi Digital, dimana mereka merupakan orang yang mahir dan terbiasa dengan penggunaan

---

<sup>93</sup> Puji Asmaul Chusna, "Pengaruh Media Gadget pada Perkembangan Karakter Anak" *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan* Vol 17 No 2(2017), 318 <https://scholar.google.com/citations?user=9zmGBEUAAAAJ&hl=id>

teknologi informasi termasuk berbagai fasilitas dan aplikasi komputer atau laptop. Segala informasi yang dibutuhkan dapat dengan mudah dan cepat diakses demi kepentingan hidup sehari-hari maupun kepentingan pendidikan.

2. Sosial, Orang Generasi Z merupakan orang-orang yang memiliki kecenderungan waktu yang lebih lama untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang di berbagai kalangan, tidak hanya teman sebaya namun juga orang lain yang lebih muda atau bahkan lebih tua melalui berbagai situs jejaring sosial seperti: Facebook, Twitter, SMS, BBM, dan lain sebagainya. Bahkan tidak cukup hanya bersosialisasi dengan orang-orang atau teman satu daerah atau negara, tetapi juga lintas daerah dan lintas negara. Generasi Z ini juga lebih cenderung memiliki rasa toleransi yang tinggi terhadap perbedaan budaya dan lingkungan.

3. Multitasking Orang Generasi Z terbiasa untuk melakukan pelbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka lebih menginginkan segala sesuatu dapat dilakukan dengan cepat, dan sangat menghindari hal-hal yang terlalu lambat atau terbelit-belit.<sup>94</sup>

## 2. Implementasi Strategi School Branding dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta didik Baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember

### 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-Quran dan juz Amma.

Bernadin 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>95</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.

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>96</sup>

b. Membangun Sekolah Dengan Prestasi

SD Al Baitul Amien Jember membangun sekolah dengan prestasi. Prestasi merupakan strategi yang dapat meningkatkan jumlah 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 anaknya di tempat tersebut. siswa yang telah diraih di sekolah, maka hal itu akan menjadi daya tarik bagi masyarakat sehingga mereka tertarik untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

---

<sup>95</sup> Hendrita Sulila, *Pendidikan Dan Pelatihan Kompetensi Manajerial Guru* (Yogyakarta: Tanah Air Beta, 2023), 33.

<sup>96</sup> Muhammad Rifa'i, *Manajemen Peserta Didik (Pengelolaan Peserta Didik Untuk Efektivitas Pembelajaran)* (Medan: CV. Widya Puspita, 2018), 2.

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>97</sup>

Prestasi adalah tiang bagi sekolah dalam rangka menegakkan sekolah. 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. 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 Jember yaitu terwujudnya lulusan yang sholih dan cerdas.

Visi sekolah merupakan representasi dan refleksi masa depan yang diinginkan sekolah ataupun madrasah. Visi 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

---

<sup>97</sup> Barnawi and Mohammad Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), 155.

tercermin dalam bentuk visi dan misi serta tujuan sekolah.<sup>98</sup>

c. Promosi

Promosi yang dilakukan di SD Baitul Amien 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.

Menurut Alma pada hakikatnya promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk membagi 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>99</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

<sup>98</sup> Suhadi Winoto, *Manajemen Berbasis Sekolah : Konsep Dan Aplikasi Dalam Aktivitas Manajerial Di Sekolah Atau Madrasah* (Yogyakarta: LKiS, 2020), 20–21.

<sup>99</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 134.

kesibukan. Kebanyakan siswa yang sekolah di SD Al-Baitul Amien adalah orang tua mereka sibuk bekerja. Lokasi SD Al-Baitul Amien 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 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 orang tua.
- 4) Memiliki keinginan dalam memperbaiki nilai akademik supaya sukses dalam menghadapi jenjang yang lebih tinggi.<sup>100</sup>

e. Pembelajaran ASWAJA

Strategi yang diterapkan oleh SD Baitul Amien yaitu mengajarkan Ahlussunnah wal Jama'ah. 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 sholatat 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.

<sup>100</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Full Day School : Konsep, Manajemen, & Quality Control* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 17.

Menurut KH. Ahmad Shidiq bahwa ahlussunnah wal jama'ah pada hakikatnya merupakan ajaran Islam yang murni sebagaimana f. 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>101</sup>

f. Pembelajaran Al Quran

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-quran.

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>102</sup>

Pembelajaran al-qur'an yang diterapkan ini secara tidak

<sup>101</sup> Subaidi, *Pendidikan Islam Risalah Ahlussunnah Wal Jama'ah An-Nahdliyah* (Jepara: UNISNU PRESS, 2019), 15.

<sup>102</sup> Asmani, *Full Day School: Konsep, Manajemen, & Quality Control*, 15.

langsung juga menjadi promosi bagi sekolah karena ketika siswa mendapatkan prestasi baik dari bacaan maupun hafalannya atau sedang menunjukkan kemampuannya bacaan al-Qurannya 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, begitu pun sebaliknya siswa yang tidak dibina dengan baik maka masyarakat juga akan bertanya dan enggan untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

g. Sarana dan Prasarana

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 pendidikan<sup>103</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 Jember bisa dibilang 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.

### **3. Evaluasi Strategi School Branding dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember**

Evaluasi yang dilakukan oleh SD Al-Baitul Amien bersifat komprehensif, melibatkan berbagai pihak, dan fokus pada dua ranah utama, yaitu sholeh dan cerdas. Dalam ranah sholeh, evaluasi meliputi hafalan siswa, yang mencakup hafalan Al-Qur'an atau doa-doa penting, gerakan sholat yang benar, untuk memastikan siswa memahami tata cara ibadah dengan benar, serta pemahaman diri siswa, yang mencakup pengamalan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Evaluasi ini bertujuan untuk membentuk karakter siswa yang kuat, baik dalam aspek spiritual maupun moral.

Sedangkan dalam ranah cerdas, evaluasi meliputi pemanfaatan gadget, di mana siswa diharapkan dapat menggunakan teknologi untuk mendukung pembelajaran, serta kerja sama dengan sekolah-sekolah dalam kota (seperti MTS 1, MTS 2, SMP Baitul Amien) yang memungkinkan siswa beradaptasi dengan lingkungan akademis yang lebih besar. Selain itu, ada juga kerja sama dengan sekolah-sekolah

luar kota, seperti di Malang, Bandung, dan Sidoarjo, yang memberi kesempatan untuk pertukaran pengetahuan dan pengalaman antar daerah.

Evaluasi guru juga dilakukan, khususnya dalam aspek kedisiplinan administrasi dan pedagogik, untuk memastikan kualitas pengajaran yang baik. Dengan evaluasi yang menyeluruh ini, SD Al-Baitul Amien berusaha mencetak siswa yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga unggul dalam moral dan spiritual.

Evaluasi juga di paparkan oleh Sudjana yaitu evaluasi adalah proses untuk menentukan sejauh mana tujuan pendidikan telah tercapai, yang mencakup pengumpulan data dan informasi tentang efektivitas kegiatan pembelajaran yang dilakukan oleh pendidik.<sup>104</sup>

#### 4. **Dampak Strategi School Branding dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al-Baitul Amien 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:

<sup>104</sup> Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2006), 226.

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 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>105</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 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>106</sup>

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

<sup>106</sup> Ondi Saondi and Sobarudin, *Konsep-Konsep Dasar Menjadi Sekolah Unggul* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), 4-5.

kepada sekolah untuk mendidik anaknya di SD Al-Baitul Amien 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 terhubungannya antara ilmu dan agama.<sup>107</sup>

#### d) Banyaknya 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 Jember juga dipengaruhi karena beberapa faktor yaitu seperti tempatnya yang strategis berada di jantung kota dan

<sup>107</sup> Sofyan Tsauri, *Pendidikan Karakter : Peluang Dalam Membangun Karakter Bangsa* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 84.

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 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 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>108</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

<sup>108</sup> Mohammad Saroni, *Analisis & Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 30.

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>109</sup>

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

---

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

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

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

1. Perumusan strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien full day school Jember adalah a) menganalisis lingkungan, b) merumuskan visi misi, c) peluang d) ancaman
2. Implementasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien full day school Jember adalah 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.
3. Evaluasi strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien full day school Jember adalah a) Evaluasi berkala antar guru dan orang tua, evaluasi tenaga kependidikan berupa administrasi. 2) Evaluasi siswa yaitu berupa evaluasi ranah sholeh dan evaluasi ranah cerdas
4. Dampak strategi school branding dalam meningkatkan jumlah calon peserta didik baru di SD Al-Baitul Amien full day school Jember yaitu a)

kepuasan wali murid, b) sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, c) terbentuknya karakter siswa, dan kepuasan yang dirasakan oleh siswa selama bersekolah di SD Al Baitul Amien full day school Jember

## **B. 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 full day school Jember

Pelaksanaan survei kepuasan orang tua dan siswa dapat dipertimbangkan untuk dilakukan secara rutin, karena hasil survei tersebut berpotensi memberikan wawasan yang bermanfaat bagi upaya meningkatkan kualitas sekolah di lingkungan apabila dibutuhkan.

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

Pemberian contoh sikap yang mencerminkan nilai-nilai sekolah dapat menjadi salah satu upaya yang baik, mengingat peserta didik sering kali meniru perilaku dan sikap yang ditunjukkan oleh guru.

### 3. Bagi Wali Murid

Keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan dan acara yang ada di sekolah kiranya dapat menjadi bentuk dukungan positif terhadap proses Pendidikan yang berlangsung di sekolah.

#### 4. Bagi Siswa SD Al Baitul Amien Full Day School Jember

Menjaga sikap yang telah terbentuk, seperti kedisiplinan serta merawat sarana prasarana sekolah dengan baik dapat menjadi kebiasaan positif yang mendukung lingkungan belajar yang nyaman dan kebiasaan tertib.



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

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Saparudin. "Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, Dan Tahfiz Al-Qur'an." *jurnal eL Hikmah Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam* Vol 16 (1) (2022), 56. DOI:[10.20414/elhikmah.v16i1.6191](https://doi.org/10.20414/elhikmah.v16i1.6191)
- Anisa, Zaniya 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). DOI: [10.20414/elhikmah.v16i1.6191](https://doi.org/10.20414/elhikmah.v16i1.6191)
- Anwar, Moh. "Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Peningkatan Kualitas Pembelajaran Guru." *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam* Volume 15, Nomor 2, (2022). <https://doi.org/10.36835/tarbiyatuna.v14i2.2309>
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Asmaul, P. Husna. "Pengaruh Media Gadget pada Perkembangan Karakter Anak" *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan* Vol 17 No 2 (2017), 318.
- Badrudin. *Manajemen Peserta Didik*. Jakarta Barat: Indeks, 2004.
- Barnawi, Mohammad Arifin. *Branded School : Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013.
- David, F. R. *Manajemen Strategis Edisi 7*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2004.
- David, F. R. *Manajemen Strategis Konsep Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Fadjarajani, Siti. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2020.
- Fajar. *Teknik Analisis SWOT* . Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Firdaus Rifki. "Manajemen Strategi Branding Pendidikan Inklusi Di Madrasah Ibtidaiyah Amanah Turen Kabupaten Malang." Tesis Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.
- Grace, Marissa, Haque, Fawzi. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021.
- Harahap, Musaddad. "Esensi Peserta Didik dalam Perspektif Pendidikan Islam." *Jurnal Al Thariqah* Vol. 1, No. 2 (2016).

Hardani, Hikmatul. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.

Hidayat, Rahmat and Abdillah. *Ilmu Pendidikan : Konsep, Teori dan Aplikasinya*. Medan :LPPPI, 2019.

<https://scholar.google.com/citations?user=9zmGBEUAAAAJ&hl=id>

In'am, Muhammad. "Pemikiran Mewujudkan Good University Government (GUG) Di Perguruan Tinggi Islam." *Jurnal El-Hikmah Fakultas Tarbiyah UIN Malik Ibrahim Malang* (2023),

Juhaidi, Ahmad. *Pemasaran Jasa Pendidikan: Teori Dan Praktik*. CV. Aswaja Pressindo, 2022.

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 2019.

Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish, 2020.

Lajnah. *Pentashihan Mushaf Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta : Kementerian Agama RI, 2019.

Ma'mur, Jamal, Asmani. *Full Day School : Konsep, Manajemen, & Quality Control*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017.

Matthew, B. Miles, Huberman A Michael, and Saldana Johnny. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications, 2014.

Mujib, Fathul and Tutik Saptiningsih. *School Branding: Strategi Di Era Disruptif*. Bumi Aksara, 2021.

Mulyasa. *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Bandung: Rosdakarya, 2009.

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

Mustika. "Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di SMK DR. Soetomo Surabaya." *Jurnal Manajerial Bisnis* Vol 4 (1) (2020), 12. DOI: [10.37504/jmb.v4i1.278](https://doi.org/10.37504/jmb.v4i1.278)

Naway, Fory. *Strategi Pengelolaan Pembelajaran*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2016.

Nizar,Samsul. *Filsafat Pendidikan Islam (Pendekatan Historis, Teoritis dan Praktis)*. Jakarta: Ciputat Pers, 2002.

- Nurrachmawati Anik. "Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MTsN 1 Ponorogo." Skripsi IAIN Ponorogo, 2023.
- Presiden Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Departemen Pendidikan Nasional, 2003.
- Prihatin, Eka. Manajemen Peserta didik. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Ramayulis. Dasar-dasar Kependidikan : Suatu Pengantar Ilmu Pendidikan. Jakarta: Kalam Mulia, 2015.
- Ramayulis. Dasar-dasar Kependidikan, Suatu Pengantar Ilmu Pendidikan. Jakarta: Kalam Mulia, 2015.
- RI, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Rifa'i, Muhammad. Manajemen Peserta Didik : Pengelolaan Peserta Didik Untuk Efektivitas Pembelajaran. Medan: CV. Widya Puspita, 2018.
- Sholihah, Tutut. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 3, no. 2 (2018): 74. DOI: [10.18860/jmpi.v3i2.6455](https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455)
- Sidiq, Umar, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin. Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Sitorus Sunday. 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.
- Sudrajat, Akhmad. Generasi Z dan Impilikasinya Terhadap Pendidikan, 2012.
- Sulila, Hendrita. Pendidkan Dan Pelatihan Kompetensi Manajerial Guru. Yogyakarta: Tanah Air Beta, 2023.
- Taufiqurokhman. Manajemen Strategik (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama. Cet Pertama, 2016.
- Wahyunto, Muh. "Strategi Branding Sekolah di Era Digital dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing." *Academy of Education Journal* Vol. 15, No. 2 (2024)1260-1271 . <https://doi.org/10.47200/aoej.v15i2.2419>

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.

Yanti Pilda. "Analisis Manajemen Humas Dalam Membangun School Branding di SMKN 5 Palopo." Skripsi IAIN Palopo, 2022.

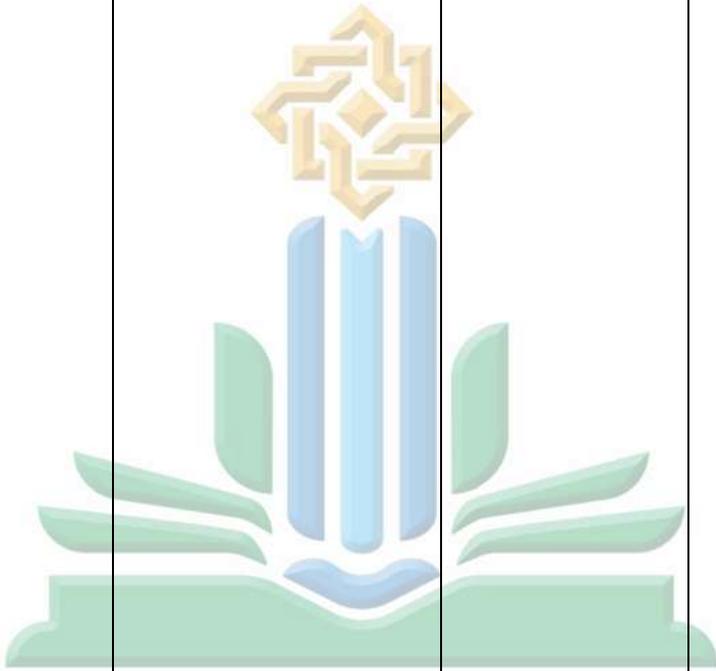


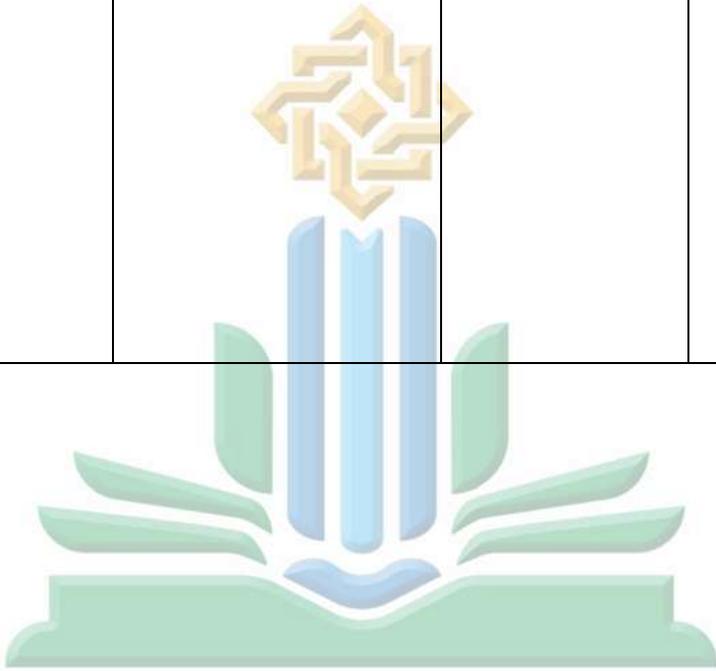
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 1

## Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi School Branding dalam Meningkatkan Jumlah Calon Peserta didik Baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember	1. Strategi School Branding  2. Meningkatkan Jumlah calon peserta didik baru	1. Perumusan strategi  2. Implementasi strategi  3. Evaluasi strategi  4. Dampak strategi	a. Visi misi b. Peluang c. Tantangan  d. Pelayanan e. Prestasi  f. Guru dan murid  g. Bagi sekolah h. Bagi masyarakat i. Bagi siswa	1. Pendekatan penelitian: Kualitatif deskriptif  2. Jenis penelitian: Studi Kasus  3. Lokasi penelitian: SD Al-Baitul Amien Full Day School Jember  4. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi	1. Bagaimana perumusan strategi school branding dalam meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Al Baitul Amien Jember ?  2. Bagaimana implementasi strategi school Branding dalam

				<p>5. Teknik analisis data: Miles dan Huberman</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kondensasi data</li> <li>b. Penyajian data</li> <li>c. Penarikan Kesimpulan/ verifikasi</li> </ol>	<p>meningkatkan Jumlah Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Al Baitul Amien Jember</p> <p>3. Bagaimana evaluasi strategi school branding dalam meningkatkan Jumlah Callon Peserta Didik Baru di Sekolah Al Baitul Amien Jember</p> <p>4. Bagaimana dampak strategi school branding</p>
--	--	---	--	---	---

					dalam meningkatkan Jumlah Callon Peserta Didik Baru di Sekolah Al Baitul Amien Jember
--	--	---	--	--	---

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

### Lampiran 1. Surat Keterangan Selesai Penelitian.



**YAYASAN MASJID JAMI' AL-BAITUL AMIEN JEMBER**  
**SD AL-BAITUL AMIEN (FULL DAY SCHOOL)**  
**JEMBER**  
 NSS. : 102052418002

**SURAT KETERANGAN**  
 No : 483-B/SD.ABA.FDS/JBR/SKet/XI/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: SITI MASITOH, S.Pd
Jabatan	: Kepala Sekolah
Unit Kerja	: SD Al-Baitul Amien (Full Day School) Jember
NPSN	: 20525029
Alamat	: Jl. Sultan Agung No.02 Jember

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama	: YUNITA INGKA KRISTI
NIM	: 212101030031
PRODI	: Manajemen Pendidikan Islam
Judul Penelitian	: Strategi School Branding dalam meningkatkan jumlah calon Peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien (Full Day School) Jember

Menerangkan bahwa nama di atas telah selesai melakukan penelitian di SD Al Baitul Amien (Full Day School) Jember

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



Jember, 17 November 2025  
 Kepala Sekolah,  
 Siti Masitoh, S.Pd  
 NIP. 202.01.014

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KHAJAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER

Kantor : Masjid Jami' "Al-Baitul Amien" (Lama), Jl. Sultan Agung No.02 ☎ (0331) 483552, fax (0331) 466821 Jember 68118

### Lampiran 2. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

digilib.uinkhas.ac.id

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yunita ingka Kristi  
 NIM : 212101030031  
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
 Fakultas : Tarbiyah dan ilmu keguruan  
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

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

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

Jember, 08 Desember 2025  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E

086ALX223236306  
 Yunita ingka Kristi  
 NIM. 212101030031

### Lampiran 3. Jurnal Kegiatan Peneliti

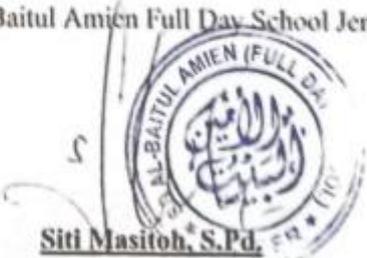
**Jurnal Kegiatan Penelitian**  
**Di Sekolah Dasar Al Baitul Amien Full Day School Jember**

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Tanda Tangan
1	Jum'at, 12 Juli 2024	Penyerahan surat ijin Penelitian	
2	Rabu 4 September 2024	Wawancara dan Observasi	
3	Senin, 16 September 2024	Wawancara dan Observasi	
4	Kamis 3 Oktober 2024	Wawancara dan observasi	
5	Senin, 7 Oktober 2024	Wawancara dan Observasi	
6	Kamis 11 Oktober 2024	Wawancara dan Observasi	
7	5 November 2024	Wawancara dan Observasi	
8	Kamis 14 November 2024	Wawancara dan Observasi	

Jember, 14 November 2024

Kepala Sekolah

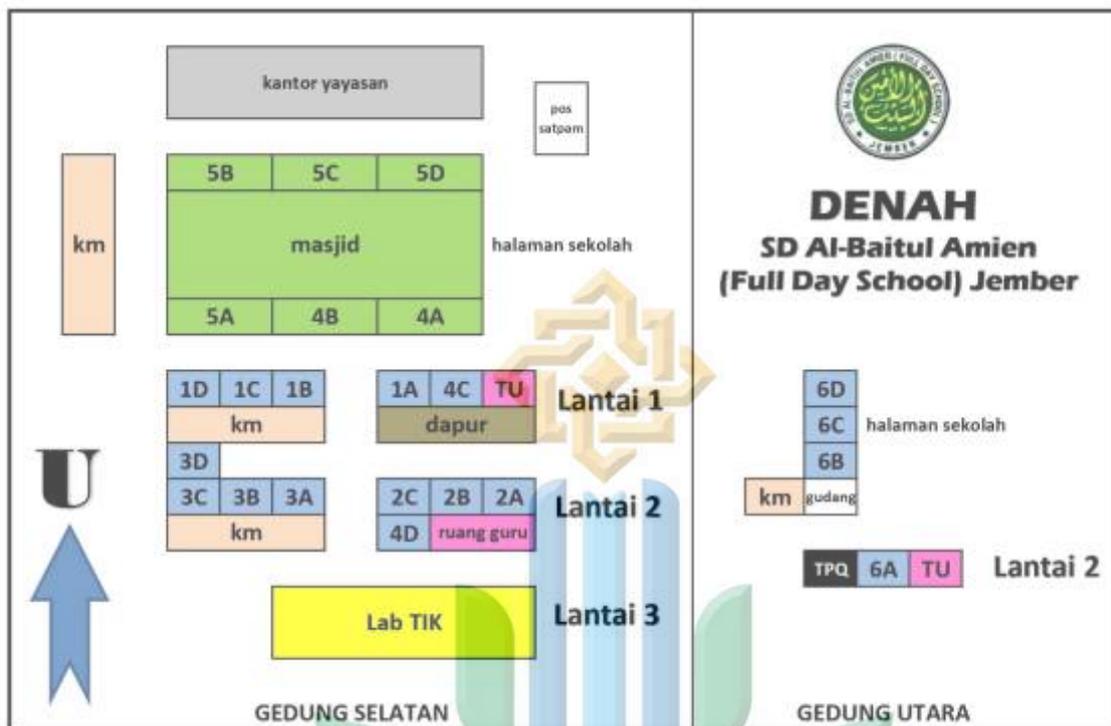
SD Al Baitul Amien Full Day School Jember

  
Siti Masitoh, S.Pd.

Lampiran 4. Struktur dan Personalia



Lampiran 5. Denah Sekolah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER  
 JEMBER

Lampiran 6. Grafik dan Data Siswa



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

Lampiran 7. Data Guru dan Karyawan

**DATA GURU DAN KARYAWAN**  
SD BAITUL AMIEN (FULL DAY SCHOOL) JEMBER  
TAHUN AJARAN 2024/2025

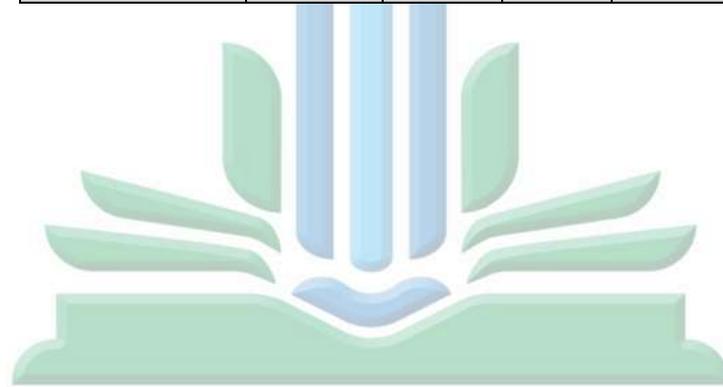
NO. URUT	NAMA	L.P	TEMPAT, TANGGAL LAHIR	LAKSANA TERAKHIR	URAS	TRJ SK	TRJ SK	NO. URUT	NAMA	L.P	TEMPAT, TANGGAL LAHIR	LAKSANA TERAKHIR	URAS	TRJ SK	TRJ SK
1	M. HUSNAINI, S.Pd	P	Jember, 10 Februari 1976	01	Manajemen	1	1.08.2024	27	ROCHMANI, S.Pd	P	Jember, 1 Agustus 1988	01	Manajemen	1	1.08.2024
2	FAULIYAH, S.Pd	P	Jember, 11 September 1975	01	Manajemen	36	1.08.2024	28	RETIKA MULIA, S.Pd	P	Jember, 3 Januari 2000	01	Manajemen	40	1.08.2024
3	MUHAMMAD RIZKIYAH, S.Pd	P	Jember, 7 Juli 1975	01	Manajemen	35	1.08.2024	29	NIKA LA, S.Pd	P	Jember, 11 November 1987	01	Manajemen	31	1.08.2024
4	MARAFI, S.Pd	L	Jember, 4 Desember 1975	04	Manajemen	40	1.08.2024	30	ARIZKI MANGKUSIA, S.Pd	L	Jember, 10 Mei 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
5	M. ALWANI, S.Pd	L	Jember, 10 Juli 1977	04	Manajemen	38	1.08.2024	31	RITI ROHMATAH, S.Pd	P	Jember, 21 September 1988	01	Manajemen	38	1.08.2024
6	NANI ALABES, S.Pd	L	Jember, 30 Oktober 1979	04	Manajemen	40	1.08.2024	32	HADIYATI, S.Pd	P	Jember, 30 September 1989	01	Manajemen	39	1.08.2024
7	WATI WIDHIYANTI, S.Pd	L	Jember, 12 Januari 1981	04	Manajemen	38	1.08.2024	33	WATI HENDAYATI, S.Pd	P	Jember, 11 September 1982	01	Manajemen	38	1.08.2024
8	ALMAHDI, S.Pd	P	Jember, 12 Februari 1983	01	Manajemen	36	1.08.2024	34	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 20 Januari 2000	01	Manajemen	38	1.08.2024
9	ACHMAD HADI, S.Pd	L	Jember, 1 Juli 1986	01	Manajemen	38	1.08.2024	35	WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Oktober 1988	01	Manajemen	38	1.08.2024
10	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 10 Desember 1976	01	Manajemen	38	1.08.2024	36	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
11	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 1 Juli 1983	01	Manajemen	38	1.08.2024	37	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
12	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 10 Februari 1981	01	Manajemen	38	1.08.2024	38	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
13	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	39	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
14	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	40	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
15	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	41	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
16	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	42	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
17	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	43	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
18	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	44	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
19	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	45	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
20	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	46	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
21	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	47	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
22	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	48	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
23	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	49	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
24	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	50	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024
25	WATI WATI, S.Pd	P	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024	51	WANGUNIYATI, S.Pd	L	Jember, 12 Desember 1989	01	Manajemen	38	1.08.2024



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

**Lampiran 8. Data Jumlah siswa tahun 2024 / 2025**

No	Kelas	Rombel	Jumlah		Jumlah
			Lk	Pr	
1	I	4	39	73	112
2	II	3	44	40	84
3	III	4	60	52	112
4	IV	4	66	46	112
5	V	4	69	39	108
6	VI	4	63	49	112
<b>Jumlah</b>		<b>23</b>	<b>341</b>	<b>299</b>	<b>640</b>



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

### Lampiran 9. Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan

No.	Jenis PTK	Kebutuhan	PNS	P3K	SK Bupati	Honor	GTT	GT Y	Jumlah
1	Kepala Sekolah	1	0	0	0	0	0	1	1
2	Guru Kelas	27	0	0	0	0	4	23	27
3	Guru PAI	5	0	0	0	0	2	3	5
4	Guru PJOK	3	0	0	0	0	1	2	3
5	Guru Mapel	24	0	0	0	0	9	15	24
6	Pustakawan	1	0	0	0	0	0	1	1
7	Penjaga Sekolah	5	0	0	0	0	2	3	5
8	OPS	1	0	0	0	0	0	1	1
9	Staf TU	5	0	0	0	0	0	5	5
10	Kebersihan	10	0	0	0	0	2	8	10
11	Rumah Tangga	5	0	0	0	0	3	2	5
	<b>Jumlah</b>	<b>87</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23</b>	<b>64</b>	<b>87</b>

NAMA LENGKAP	L/P	JABATAN
SITI MASITOH, S.Pd	P	Kepala Sekolah
FAIZATUL UMMAH, S.Ag	P	Guru Kelas
MEI MURTININGRUM, S.Pd	P	Guru Kelas
IMAM RIFAI, S.Ag	L	Guru Al-Qur'an
M. ALI WAFI, S.Pd.I	L	Guru PAI
NURY YASIE N RACHMATULLAH, S.Pd.I, MM	L	Guru Al-Qur'an
LULUATUL AZIZAH, S.Pd	P	Guru Kelas
ACHMAD FAUZI, S.Pd	L	Guru PJOK
TANTI DWI RAHAYU, S.Pd	P	Guru Kelas
RUSNI HERYANI, A.Md	P	Guru Kelas
AKHMAD FAUZI, S.Pd.I	L	Guru Al-Qur'an
ULFA NALURITA FAJRIN, S.Pd	P	Guru Bahasa Inggris
SEPTIYA AHSANI, S.Pd	P	Guru Kelas
LAILATUL MUCHAROMAH, S.Pd	P	Guru Kelas
HUSNUL CHOTIMAH	P	Guru Bahasa Arab
SITI AISYAH	P	Guru Al-Qur'an
SLAMET HARYONO	L	Guru Al-Qur'an
DINI IZZATUL MILLAH, S.Pd	P	Guru Al-Qur'an
NUR ROHMAD, S.Pd.I	L	Guru Al-Qur'an
ST. HILMIYATUL MUFLIHATI, S.Pd	P	Guru Al-Qur'an

SINTA HARTINI DEWI, S.Si., S.Pd	P	Guru Kelas
DITA RAHMIWATI, S.Pd	P	Guru Kelas
LULUK FUADAH, S.S., S.Pd	P	Guru Bahasa Inggris
RIZKI AMALFIA YULI ASTUTIK, S.Pd	P	Guru Al-Qur'an
MUHAMMAD LUTHFI, S.Pd	L	Guru Al-Qur'an
ANA MAGHFIRAH, S.Pd	P	Guru Kelas
DESY AYUNDA PUSPITASARI, S.Pd	P	Guru Kelas
LIA FARIDATUL KHOIRIYAH, S.Pd.I	P	Guru Kelas
RENY LAVENIA, S.Pd	P	Guru Kelas
SRI UMI RAHAYU, S.Pd	P	Guru Kelas
MAULIDATUL HASANAH	P	Guru Al-Qur'an
MOH. LADI SYAFRONI	L	Guru Al-Qur'an
HOSNOL KHOTIMAH, S.Pd	P	Guru Kelas
AHMAD NURROHIM RAMADHAN	L	Guru Al-Qur'an
UMI NARISUL M, S.Pd	P	Guru Al-Qur'an
ILYATUL ANISAH	P	Guru Al-Qur'an
HAERUL ROBY	L	Guru Al-Qur'an
DENDIE BAGUS WINDIAR, S.Or	L	Guru PJOK
ADILLA NURI IZZA AFIDATI, S.Pd	P	Guru Kelas
FILDARETA FARUK AULIYAH, S.Pd	P	Guru Kelas
INDAH PURNAMASARI, S.Pd	P	Guru Kelas
RIF'ATUL IMAMIYAH, S.Pd	P	Guru Kelas
UMI SAADAH, S.Pd	P	Guru Kelas
HELMI HOLIDIA PUTRI PUSPITA NINGRUM, S.Tr.Kom	P	Guru TIK
RAKHMAT FADILAH, S.Tr.Kom	L	Guru TIK
ROVI ATUL JANNAH, S.Pd.I	P	Guru Al-Qur'an
RETNO MILENIA, S.Pd	P	Guru Kelas
NISA UL HUSNA, S.Pd	P	Guru Kelas
HURIN AINI, S.Pd	P	Guru PAI
NUR HIDAYANI, S.Pd	P	Guru Bahasa Arab
MOCH. NASHIHUL KHOIROT	L	Guru Al-Qur'an
SITI ROHMATUL HIDAYAH, S.Pd	P	Guru Al-Qur'an
SAIFULLAHUDI, S.Pd.I, M.M	L	Guru Al-Qur'an
MUHAMMAD FANI QURNIAWAN, S.Pd	L	Guru Kelas
MOH. ARI SHOLIHIN, S.Pd	L	Guru Kelas
ROSIDA, S.Pd	P	Guru Kelas
WAHYUNINGSARI ROHIDATUL JANNAH, S.Pd	P	Guru Kelas
YENNY KARLINA AZIZAH, S.Pd	P	Guru Kelas

NILA SUR'ATUS SA'ADAH, S.Pd	P	Guru PJOK
RIDA ECHA SAFITRI, S.Pd	P	Guru Bahasa Jawa
Jumlah Laki-laki	17	
Jumlah Perempuan	43	
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**Lampiran 10. Peserta didik terdiri dari 23 rombel dengan rincian sebagai berikut:**

Kelas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
I-A	10	18	28
I-B	9	19	28
I-C	10	18	28
I-D	10	18	28
II-A	15	13	28
II-B	14	14	28
II-C	15	13	28
III-A	15	13	28
III-B	15	13	28
III-D	15	13	28
IV-A	17	11	28
IV-B	17	11	28
IV-C	16	12	28
IV-D	16	12	28
V-A	17	8	25
V-B	19	9	28
V-C	16	11	27
V-D	17	11	28
VI-A	19	9	28
VI-B	15	13	28
VI-C	16	12	28
VI-D	13	15	28
<b>JUMLAH</b>	<b>341</b>	<b>299</b>	<b>640</b>

### Lampiran 11. Sarana Prasarana

- a. Luas Tanah : 3.030 m<sup>2</sup>
- b. Status Kepemilikan Tanah : Hak Milik
- c. Asal Tanah : Yayasan
- d. Sumber Listrik : PLN
- e. Daya Listrik : 81,28 KWh
- f. Jaringan Internet : Speedy
- g. Kapasitas Internet : 100 MBpS
- h. Prasarana/Gedung



No.	Jenis Gedung	Jumlah	Ukuran/unit	Kondisi
1	Ruang Kelas I-A	1	6 x 8 m	Baik
2	Ruang Kelas I-B	1	6 x 8 m	Baik
3	Ruang Kelas I-C	1	6 x 8 m	Baik
4	Ruang Kelas I-D	1	6 x 8 m	Baik
5	Ruang Kelas II-A	1	6 x 8 m	Baik
6	Ruang Kelas II-B	1	6 x 8 m	Baik
7	Ruang Kelas II-C	1	6 x 8 m	Baik
8	Ruang Kelas III-A	1	6 x 8 m	Baik
9	Ruang Kelas III-B	1	6 x 8 m	Baik
10	Ruang Kelas III-C	1	6 x 8 m	Baik
11	Ruang Kelas III-D	1	4 x 6 m	Baik
12	Ruang Kelas IV-A	1	6 x 8 m	Baik
13	Ruang Kelas IV-B	1	6 x 8 m	Baik
14	Ruang Kelas IV-C	1	6 x 8 m	Baik
15	Ruang Kelas IV-D	1	6 x 8 m	Baik
16	Ruang Kelas V-A	1	5 x 7 m	Baik
17	Ruang Kelas V-B	1	5 x 7 m	Baik
18	Ruang Kelas V-C	1	6 x 8 m	Baik
19	Ruang Kelas V-D	1	6 x 8 m	Baik
20	Ruang Kelas VI-A	1	5 x 7 m	Baik
21	Ruang Kelas VI-B	1	5 x 7 m	Baik
22	Ruang Kelas VI-C	1	5 x 7 m	Baik
23	Ruang Kelas VI-D	1	5 x 7 m	Baik

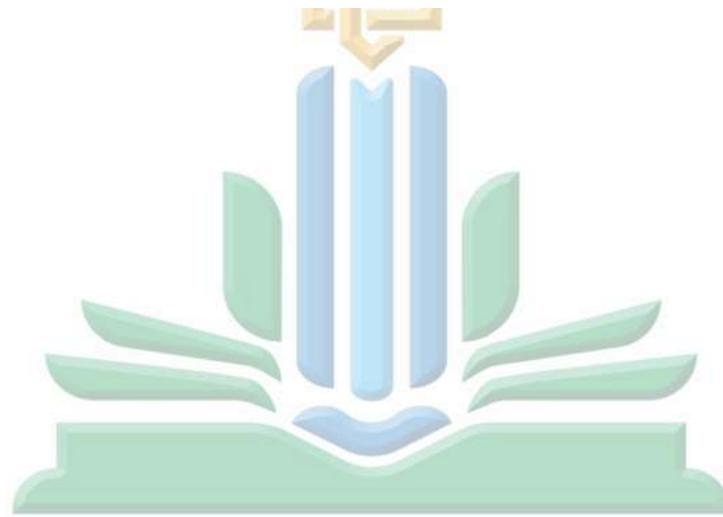
No.	Jenis Gedung	Jumlah	Ukuran/unit	Kondisi
24	Ruang Guru Al Qur'an	1	3,5 x 8 m	Baik
25	Ruang Guru Mulok	1	4 x 6 m	Baik
26	Ruang Guru Gd.Utara	1	6 x 8 m	Baik
27	Ruang Kepala Sekolah	1	3,5 x 6,5 m	Baik
28	Perpustakaan	1	3 x 6 m	Baik
29	Laboratorium TIK/ANBK	2	4 x 8 m	Baik
30	UKS	2	3 x 3 m	Baik
31	Kamar Mandi/Toilet Pa	9	1,5 x 2 m	Baik
32	Kamar Mandi/Toilet Pi	7	2 x 2 m	Baik
33	Kamar Mandi/Toilet Guru	4	2 x 2 m	Baik
34	Masjid	1	19 x 21 m	Baik
35	Tempat Wudlu	6	1 x 7 m	Baik
34	Tempat Parkir	1	20 x 20 m	Baik
35	Halaman Bermain/Upacara	1	13 x 25 m	Baik
36	Gudang	5	3 x 3 m	Baik
37	Kantin	2	7 x 10 m	Baik
38	Dapur	1	4 x 6 m	Baik
39	Ruang makan	1	6 x 14 m	Baik

## Sarana

No.	Nama Sarana	Jumlah	Kondisi
1	Papan Tulis	23	Baik
2	Meja Guru	59	Baik
3	Kursi Guru	59	Baik
4	Meja Murid (isi satu)	640	Baik
5	Kursi Murid (isi satu)	640	Baik
6	Meja Karyawan	7	Baik
7	Kursi Karyawan	7	Baik
8	Papan Pajangan	23	Baik
9	Papan Mading	2	Baik
10	Almari Kelas	23	Baik
11	Loker siswa	10	Baik
12	Rak sepatu siswa	5	Baik
13	Meja Kepala Sekolah	1	Baik
14	Kursi Kepala Sekolah	1	Baik

No.	Nama Sarana	Jumlah	Kondisi
15	Sofa Tamu	1	Baik
16	Meja Rapat	1	Baik
17	Kursi Rapat	4	Baik
18	LCD Projector	27	Baik
19	PC	81	Baik
20	Laptop	9	Baik
21	Printer	32	Baik
22	Pengeras Suara	8	Baik
23	Almari Arsip	13	Baik
24	Papan Nama Sekolah	1	Baik
25	Tong Sampah	34	Baik
26	Gen Set/Diesel	1	Baik
27	Pompa Air Listrik	3	Baik
28	Trolley	1	Baik
29	Kamera	1	Baik
30	CCTV	40	Baik
31	Mobil	1	Baik
32	AC	30	Baik
33	Kipas Angin	15	Baik

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

**Lampiran 12. Situs Website SD Baitul Amien**

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

### Lampiran 13. Pelatihan Guru



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

**Lampiran 14. Prestasi Siswa**

NO	JENIS LOMBA	JUARA	EVEN	TINGKAT/ LEVEL	NAMA SISWA	KELAS
1	Pidato Bhs Indo	2	Bahana Muharam Remas Baitul Amien	kabupaten Jember	Almaki Ayatullah Al Khwarizmi	5A
2	Puisi Islami	1	Bahana Muharam Remas Baitul Amien	kabupaten Jember	Alifia Syifa Al Qolbi A.	5B
3	Puisi Islami	2	Bahana Muharam Remas Baitul Amien	kabupaten Jember	M. Kenzi Shaquille R	2A
4	Religi Academy	Harapan 2	Bahana Muharam Remas Baitul Amien	kabupaten Jember	Keysa Inara Salsabila	1C
5	Sepak Bola	1	Piala kemerdekaan	Kecamatan Patrang	Octavian Hamzah putra	6C
					M. Ferdi Apriliyanto	4B
					Ghaizan Idzihar A	5C
					Raditya Lutfil	6A
					Fabian Khasafa	6A
					Al vero Ganendra	5B
					M.Azzam Arif	6D
					M. Rizqiano A.W	6C
					M. Ghozy Arif Billah	6C
					Raka Arkharega V	6D
					Aqla Naufal	6A
A. Rafka A.P	6D					
M. Nazhirul Asrofi	6A					

Lampiran 15. Wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAL HAJI ACHMAD SIDDIQ  
FEMBER

## BIODATA PENULIS



### A. Data Pribadi

Nama : Yunita Ingka Kristi  
NIM : 212101030031  
Fakultas : Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Tempat/Tgl Lahir : Jember, 08 November 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl MH Thamrin, Lingk Gumuk Bago, Tegal Besar,  
Kaliwates, Jember, 68132.  
No.Hp : 08985616546  
Email : [yunitaingkakristi@gmail.com](mailto:yunitaingkakristi@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. SDN Tegal Besar 04
2. MTs. Annidhom
3. SMK Miftahul Ulum
4. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

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