

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Strategi *School Branding* dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Sekolah di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan**

Dalam meningkatkan kompetitivitas lembaga pendidikan, membangun *school branding* merupakan strategi yang efektif untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan melakukan ini, diharapkan lembaga pendidikan akan menjadi lebih kuat dan mendapat pengakuan yang lebih luas. Hal tersebut juga dilakukan oleh SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan, agar sekolah tetap mampu bersaing maka pihak sekolah membangun *school branding* yang menjadi ciri khas dari sekolah tersebut. Sehingga masyarakat mampu mengenal dan mengingat walaupun hanya dengan melihat simbol, gambar, atau mendengar kata tertentu.

Menurut Asep Ikhwan Awaluddin, dalam konteks pendidikan, *school branding* bisa dimaknai sebagai usaha memperkuat citra dan merek bagi lembaga pendidikan. Ini tidak hanya melibatkan logo, warna, dan slogan, tapi juga mencakup semua elemen yang terkait dengan identitas dan kualitas pendidikan yang disajikan oleh sekolah. Namun, pencitraan positif dapat dibangun melalui penyediaan pendidikan berkualitas.<sup>1</sup>

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *school branding* yang saat ini tengah dibangun oleh SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan adalah: a) Memiliki *branding* yang kuat dalam bidang akademik dan non-

---

<sup>1</sup> Asep Ikhwan Awaluddin, *Sudah Siapkah Pendidikan Kita Memasuki Era Society 5.0?*, 21–22.

akademik. b) Memiliki masjid Al-Mannar sebagai *icon* sekolah dan menerapkan nilai religius. c) Beragam kegiatan ekstrakurikuler. d) Keberhasilan alumni dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi di PTN. e) Menggunakan sistem SKS (Sistem Kredit Semester). f) Memiliki aplikasi LMS (*Learning Management System*) yang bernama e-SMART. g) memiliki *branding* melalui penyelenggaraan *event*. h) Fokus pada pendidikan agama. Sesuai dengan *school branding* yang dibangun berikut penjelasannya:

### 1. Prestasi Akademik dan Non-Akademik

Prestasi sebuah sekolah ditandai oleh keberaniannya untuk melakukan inovasi guna mencapai hasil yang signifikan baik dalam aspek akademik maupun non-akademik. Ini mencakup kemampuan peserta didik dalam mengembangkan *soft skill* di luar ranah akademik mereka, dan potensi non-akademik siswa yang dikembangkan melalui kegiatan ekstrakurikuler di luar jam pelajaran.<sup>2</sup>

### 2. Nilai Religius (Masjid sebagai *Icon* Sekolah)

Masjid dibangun agar senantiasa semua warga sekolah dapat menjalankan solat tepat waktu dan berjamaah juga menanamkan nilai religiusitas kepada siswa. Religius yang dimaksud oleh sekolah adalah para peserta didik senantiasa melaksanakan kewajiban agama serta menjauhi larangannya, dapat membaca al-Qur'an dengan baik

---

<sup>2</sup> Etik Nurhayati, "Upaya Peningkatan Madrasah Mutu dan Prestasi dengan Membentuk dan Menggerakkan Tim Pengembang," *Proceeding The 1 st Annual Conferenceon Madrasah Teachers (ACoMT)*, 1, 1 (Desember 2022): 231, <https://vicon.uin-suka.ac.id/index.php/ACoMT/article/view/950>.

dan tepat sesuai tajwidnya, serta siswa juga diajarkan untuk senantiasa menghargai sesamanya atau mampu bertoleransi. Tidak hanya kepada siswa, hal ini juga diberlakukan kepada seluruh tenaga pendidik dan kependidikan yang ada di sekolah, karena guru senantiasa akan menjadi contoh bagi siswanya. Religius merupakan nilai yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena dalam setiap agama mengajarkan nilai-nilai yang digunakan sebagai pedoman dalam bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.<sup>3</sup>

SMAN 1 Pamekasan benar-benar memberi perhatian terhadap nilai religius karena hal itu juga berpengaruh pada karakter siswa. Terbukti dengan program yang dijalankan seperti ekstra ketaqwaan yang berisi kajian-kajian keislaman, tahfidz dan albanjari. Di MAN 2 pun juga begitu yang *basicnya* memang madrasah yang fokus utamanya pada nilai-nilai agama. Dengan berbagai programnya yang bersifat keagamaan seperti murojaah, tahfidz dan albanjari.

### 3. Pengembangan Kegiatan Ekstrakurikuler

Kegiatan ekstrakurikuler merupakan sarana pengembangan siswa dengan tujuan untuk mengasah kepribadian, bakat, dan keterampilan di berbagai bidang di luar kurikulum akademik. Jenis kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan oleh sebuah lembaga pendidikan dapat mempengaruhi minat masyarakat. Secara tidak

---

<sup>3</sup> Mochamad Azis Kurniawan, dkk, "PENERAPAN NILAI-NILAI RELIGIUS DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER SISWA DI SDN JAMBEAN 01 PATI," *Dwijaloka Jurnal Pendidikan Dasar & Menengah*, 2, 2 (Juni 2021): 198, <https://jurnal.unw.ac.id/index.php/dwijaloka/article>.

langsung, ini dapat menciptakan simpati terhadap lembaga pendidikan tersebut, menjadi strategi pemasaran pendidikan untuk memperoleh kepercayaan dari para pelanggan pendidikan. Peran ekstrakurikuler sangat penting dalam sebuah institusi pendidikan, oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk mengelola dan merencanakan dengan cermat jenis kegiatan ekstrakurikuler yang akan ditawarkan kepada masyarakat.<sup>4</sup>

#### 4. Kualitas Lulusan

Kualitas lulusan memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk citra dan merek sebuah lembaga pendidikan, atau sering disebut sebagai *school branding*. Kualitas lulusan mencerminkan efektivitas pendidikan yang diberikan oleh sekolah dalam menyiapkan siswa untuk menghadapi tantangan dunia nyata. Oleh karena itu, untuk mencapai kualitas lulusan yang unggul, kepala sekolah perlu menerapkan berbagai strategi yang komprehensif.<sup>5</sup>

#### 5. Penerapan Sistem Kredit Semester (SKS)

Program yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan atau potensi diri anak yang berbakat yaitu program pendidikan khusus. Dimana program pendidikan tersebut ditujukan supaya peserta didik yang berpotensi dapat ditempatkan atau disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya. Jenis program pendidikan

---

<sup>4</sup> Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik* (Bandung: Alfabeta, 2011), 13–14.

<sup>5</sup> Riza Rizkiyah, dkk, “Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions: Strategi Membangun Branding School dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam,” 5.

khusus tersebut yaitu program Sistem Kredit Semester (SKS). Program SKS ini merupakan sebuah program pengganti akselerasi. Adanya program SKS merupakan sebuah jawaban atas inovasi pendidikan di era perkembangan ini. Program SKS memberikan sebuah layanan kepada peserta didik untuk mengakomodasikan berbagai perbedaan dengan kemampuan yang dimiliki oleh peserta didik tersebut.<sup>6</sup>

#### 6. Aplikasi LMS (*Learning Management System*) yang bernama e-SMART

Salah satu dari produk *e-learning* yang menjadi populer di dunia pendidikan saat ini adalah *Learning Management System* (LMS). *Learning Management System* (LMS) merupakan platform digital yang dibuat khusus untuk menunjang keberhasilan pembelajaran. *Learning Management System* (LMS) merupakan pengembangan teknologi sebagai media pembelajaran yang menjadi salah satu upaya untuk menyediakan layanan pendidikan yang baik dan berkualitas.<sup>7</sup>

Instansi pendidikan yang mengedepankan kualitas, tentunya tidak akan mempertahankan proses pendidikan yang kurang menarik bagi para peserta didiknya. Ditambah peserta didik pada sebuah instansi pendidikan cenderung memiliki berbagai macam

---

<sup>6</sup> Dian Erika Aristiani dan Supriyanto, "MANAJEMEN PROGRAM SISTEM KREDIT SEMESTER (SKS) DI SMA NEGERI 1 BOJONEGORO," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 3, 9 (2021): 553.

<sup>7</sup> Neli Harefa, *Learning Management System Aplikasi E-Learning untuk Pembelajaran Online dan Blended* (Jakarta: UKI Press, 2020), 1–39.

karakter dan gaya belajar yang berbeda. Tentu dari perbedaan gaya belajar masing-masing peserta didik ini akan berpengaruh kepada hasil pembelajaran yang diperolehnya dan secara fundamental akan berdampak juga kepada kualitas suatu instansi pendidikan itu sendiri.

#### 7. Menyelenggarakan *Event*

Banyak hal yang bisa dilakukan perusahaan dalam melakukan promosi, salah satunya adalah dengan mengadakan sebuah *event* dalam meningkatkan *branding* di masyarakat. *Event* telah menjadi bagian yang sangat populer pada program pemasaran dari banyak perusahaan, karena perusahaan melihat sebagai peluang promosi yang sangat baik. Perkembangan *event marketing* akan terus mengalami kemajuan yang pesat dan beberapa perusahaan banyak yang berinovasi dengan mencampurkan beberapa event di dalamnya.<sup>8</sup>

Menyelenggarakan event merupakan salah satu strategi efektif dalam membangun *branding* untuk sebuah lembaga pendidikan. *Event* tersebut dapat menjadi momentum untuk memperkenalkan identitas sekolah, mempromosikan nilai-nilai yang dijunjung tinggi, serta menampilkan pencapaian-pencapaian yang telah diraih oleh siswa dan staf.

---

<sup>8</sup> Amalia Rosyadi Putri, "Event Sebagai Media Branding Institusi," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 1, 7 (Februari 2021): 23–24, <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/dakwatuna/article/download/922/438>.

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>9</sup>

Dalam membangun suatu *school branding* tentu saja diperlukan strategi agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan dengan baik dan terstruktur. Begitupula yang dilakukan oleh SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan, untuk membangun *school branding* di sekolah tersebut terdapat beberapa strategi yang dilakukan, yaitu a) Fokus pada pembangunan karakter. b) Meningkatkan semangat belajar siswa. c) Optimalisasi proses pembelajaran/kegiatan belajar mengajar. d) Pengembangan ekstrakurikuler yang terjadwal. e) Pemantauan dan evaluasi berkala. f) *Update* dengan tren yang diminati siswa dan mengikuti perkembangan teknologi serta dukungan dan kerjasama dari *stakeholder* sekolah. g) Kerjasama antar elemen madrasah. h) Integrasi keterampilan. i) Sosialisasi program keterampilan. j) Identifikasi minat siswa. e) Uji kompetensi keahlian. Sesuai dengan strategi *school branding* yang dibangun berikut penjelasannya:

#### 1. Pendidikan Karakter

Pendidikan karakter siswa merupakan upaya untuk membantu perkembangan jiwa siswa baik secara lahir maupun

---

<sup>9</sup> Muh. Umran, dkk, *Strategi Manajemen Humas dalam Konsep Teoritis* (Sumatera Barat: CV Azka Pustaka, 2023), 3.

batin, dari difat mereka yang belum mengetahui yang baik ataupun yang buruk, menjadi mengetahui tindakan mana yang mereka harus ikuti dan mana tindakan yang harus dihindari. Karakter yang baik dapat diartikan dengan akhlak, bagaimana setiap siswa berakhlak terhadap tuhan-nya. siswa terhadap sesama manusia, siswa terhadap lingkungannya atau siswa terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam menumbuhkan kebiasaan yang baik bisa ditumbuhkan dengan beberapa langkah-langkah yaitu pembiasaan, keteladanan dan pengarahan disiplin disetiap aktivitas.<sup>10</sup>

## 2. Meningkatkan Semangat/Memberikan Motivasi

Proses pembelajaran akan berhasil manakala siswa mempunyai motivasi dalam belajar. Oleh sebab itu, guru perlu menumbuhkan motivasi belajar siswa. Untuk memperoleh hasil belajar yang optimal, guru dituntut kreatif membangkitkan motivasi belajar siswa, sehingga terbentuk perilaku belajar siswa yang efektif.

Dalam perspektif manajemen maupun psikologi, kita dapat menjumpai beberapa teori tentang motivasi (*motivation*) dan pemotivasian (*motivating*) yang diharapkan dapat membantu para manajer untuk mengembangkan keterampilannya dalam memotivasi para siswanya agar

---

<sup>10</sup> Moya Hamdani, "STRATEGI BRANDING LEMBAGA PENDIDIKAN SDIT INSAN MULIA KEDIRI LOMBOK BARAT DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT" (Mataram, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN MATARAM), 2023), 43, <https://etheses.uinmataram.ac.id/4842/1/Moya%20Hamdani%20210405011.pdf>.



menunjukkan prestasi belajar atau kinerjanya secara unggul. Kendati demikian, dalam praktiknya memang harus diakui bahwa upaya untuk menerapkan teori-teori tersebut atau dengan kata lain untuk dapat menjadi seorang motivator yang hebat bukanlah hal yang sederhana, mengingat begitu kompleksnya masalah-masalah yang berkaitan dengan perilaku individu (siswa), baik yang terkait dengan faktor-faktor internal dari individu itu sendiri maupun keadaan eksternal yang mempengaruhinya.<sup>11</sup>

Peningkatan mutu pendidikan akan tercapai apabila proses belajar mengajar yang diselenggarakan di kelas benar-benar efektif dan berguna untuk mencapai kemampuan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang diharapkan. Karena pada dasarnya proses belajar mengajar merupakan inti dari proses pendidikan secara keseluruhan, diantaranya guru merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan berhasilnya proses belajar mengajar di dalam kelas. Oleh karena itu guru dituntut untuk meningkatkan peran dan kompetensinya, guru yang kompeten akan lebih mampu menciptakan lingkungan belajar yang efektif dan akan lebih mampu mengelola kelasnya sehingga hasil belajar siswaberada pada tingkat yang optimal.

---

<sup>11</sup> Arianti, "PERANAN GURU DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA," *Didaktika Jurnal Kependidikan, Fakultas Tarbiyah IAIN Bone*, 2, 12 (Desember 2018): 120, <https://jurnal.iainbone.ac.id/index.php/didaktika/article/download/181/110>.

### 3. Pengembangan Ekstrakurikuler/ Integrasi Keterampilan

Kegiatan ekstrakurikuler di suatu lembaga pendidikan menjadi salah satu indikator kualitas pendidikan di dalamnya secara menyeluruh. Ekstrakurikuler seakan menjadi *school branding* bagi sekolah/madrasah yang akan meningkatkan *bargaining price* kepada calon peminatnya. Bahkan dalam sekolah-sekolah unggulan ekstrakurikuler mendapatkan prioritas utama dalam rangka mengangkat prestise sekolah yang dikelolanya.

Dengan kegiatan pengembangan diri salah satunya adalah ekstrakurikuler ke depan dapat menunjang masa depan siswa baik untuk mendapat pekerjaan termasuk juga untuk mengembangkan kemampuan sebagai seorang yang profesional dalam bidang sesuai ekstra yang pernah diikuti. Pengelola lembaga pendidikan secara tidak langsung dituntut untuk mampu mengantarkan anak didiknya menjadi siswa berprestasi di banyak bidang dalam ajang lomba yang diadakan untuk tingkat para pelajar. Baik secara akademik maupun non-akademik. Sekolah yang mampu menjadi juara dialah yang akan mendapatkan kepercayaan lebih banyak dari masyarakatnya.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Sarpo Sasmito, "OPTIMALISASI KEGIATAN EKSTRAKURIKULER: SEBUAH PRAKTIK BAIK," *Indonesian Journal of Educational Development*, 3, 2 (November 2021): 525–526, <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/ijed/article/download/1139/1121/5241>.

#### 4. Pemantauan dan Evaluasi Berkala

Implementasi program harus senantiasa dievaluasi untuk melihat sejauh mana program tersebut telah berhasil mencapai maksud pelaksanaan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Tanpa adanya evaluasi, program-program yang berjalan tidak akan dapat dilihat efektifitasnya. Karenanya, evaluasi program bertujuan untuk menyediakan data dan informan serta rekomendasi bagi pengambil kebijakan untuk memutuskan apakah akan melanjutkan, memperbaiki atau menghentikan sebuah program. Evaluasi menjadi rangkaian kegiatan dalam meningkatkan kualitas, kinerja atau produktivitas suatu lembaga dalam melaksanakan programnya.<sup>13</sup>

#### 5. *Update* dengan Tren dan Mengikuti Perkembangan Teknologi

Membangun strategi branding pada era digital terdiri dari empat kunci utama, yaitu: Pertama, memanfaatkan media internet semaksimal mungkin. Pemanfaatan dari media internet dapat berupa penggunaan website hingga media sosial yang saat ini banyak dipilih oleh para pelaku UMKM. Dengan adanya media internet dapat membantu menyebarkan pesan pemasaran. Kedua, menumbuhkan kreativitas dalam membangun konten marketing. Konten marketing dirasa efektif bagi konsumen

---

<sup>13</sup> Yusty Adibah Pratiwi, "EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI EDUCATIONAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS WEEKND PLANNER" (Magelang, UNIVERSITAS TIDAR, 2023), 27, <https://repositori.untidar.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=35909&bid=13013>.

karena dapat memahami betul karakteristik produk, dan lebih efektif daripada sebuah iklan. Ketiga, membangun hubungan yang baik dengan stakeholders terutama konsumen. Konsumen dalam era digital memiliki kekuatan yang sangat besar dalam mempengaruhi pasar. Setiap informasi dan pengalaman dari para konsumen langsung dapat diakses oleh para calon konsumen melalui rating yang ada di *e-commerce*, sehingga penting bagi para pelaku UMKM untuk menjaga hubungan dengan konsumen. Keempat, penggunaan strategi *influencer* melalui pemilihan KOL (*Key Opinion Leader*) atau *influencer* yang memiliki pengaruh yang kuat. Influencer artinya yaitu seseorang yang mempunyai pengaruh kepada masyarakat karena memiliki banyak *followers* seperti artis atau selebgram. Strategi influencer pada era digital menjadi hal penting, sebuah rekomendasi dari komunikator yang memiliki kredibilitas terbukti efektif dalam mempengaruhi masyarakat.<sup>14</sup>

#### 7. Kerjasama *Stakeholder* Sekolah

*Stakeholder* adalah seseorang atau kelompok yang berkepentingan di dalam maupun di luar lembaga pendidikan yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi untuk mencapai misi, tujuan serta strategi lembaga pendidikan.

---

<sup>14</sup> Ifah Bunga Aristawidia, "KAJIAN LITERATUR PENERAPAN STRATEGI BRANDING BAGI KEMAJUAN UMKM DI ERA DIGITAL," *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 2, 1 (2018): 10, <https://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MANOVA/article/download/351/256/1209>.

*Stakeholder* kerjasama merupakan hal yang sangat penting dalam strategi branding sekolah. Pemangku kepentingan dalam konteks ini dapat mencakup orang tua siswa, siswa, alumni, staf sekolah, komunitas lokal, dan bahkan pihak-pihak eksternal seperti perusahaan atau lembaga yang terlibat dalam pendidikan.<sup>15</sup>

#### 8. Sosialisasi dengan *Digital Marketing*

Di zaman yang mengandalkan teknologi ini, dunia pemasaran juga harus dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Penggunaan teknologi dalam pemasaran ini disebut *digital marketing* (pemasaran digital). Hal ini menjadi hal baru yang membutuhkan cara modern, dari mulai pendekatan dengan konsumen hingga memahami bagaimana konsumen berperilaku. Kondisi ini akan menjadi dampak positif jika diterapkan dengan baik, karena pada masa ini semua orang menjadi terbiasa dan terdorong untuk menggunakan media informasi online. Hal ini dapat diketahui dengan meningkatnya akses penggunaan media sosial.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Datu Jatmiko, "PERAN STAKEHOLDER SEKOLAH DALAM MENGATASI BERBAGAI MACAM KEKERASAN DI KALANGAN SISWA," *Nusantara of Research Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 1, 4 (April 2017): 11, <http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/efektor>.

<sup>16</sup> Karsono, dkk, "Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri," 1.

## **B. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi *School Branding* Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Sekolah di di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan**

*School branding* menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Pamekasan dan Madrasah Aliyah Negeri 2 Pamekasan. Dalam pembahasan ini, akan diuraikan faktor-faktor yang menjadi penghambat serta pendukung strategi tersebut, yang menjadi landasan penting dalam mengoptimalkan potensi kedua sekolah dalam persaingan pendidikan. Adapun faktor penghambat strategi *school branding* di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan yaitu a) Ketidakpastian kebijakan pemerintah terutama terkait kurikulum dan teknologi pendukung KBM yang tidak konsisten. b) Keterbatasan biaya dan sumber daya, termasuk dana sekolah yang terbatas dan minimnya dukungan dari orang tua. c) Heterogenitas siswa dalam sistem zonasi yang membuat manajemen karakter dan prestasi menjadi lebih kompleks. d) Keterbatasan dana. e) Sarana dan prasarana kurang memadai. Sesuai dengan faktor penghambat yang dialami berikut penjelasannya:

### **1. Kebijakan Pemerintah Terutama Terkait Kurikulum Dan Teknologi Pendukung KBM yang Tidak Konsisten**

Pada hakikatnya setiap implementasi kebijakan kurikulum yang diberlakukan oleh pemerintah sangat ditentukan oleh kemampuan tenaga pendidik dalam mengimplemetasikannya dengan benar. Implementasi tersebut sedikit banyaknya dipengaruhi oleh persepsi dan interpretasi yang dimiliki oleh tenaga pendidik.

Perubahan kurikulum dapat membawa dampak positif dan negatif bagi kualitas sebuah pendidikan. Dampak positifnya yaitu pelajar dapat belajar dengan mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju. Sementara dampak negatifnya adalah perubahan kurikulum yang begitu cepat menimbulkan masalah-masalah baru seperti menurunnya prestasi peserta didik, hal ini dikarenakan peserta didik tidak dapat menyesuaikan diri dengan sistem pembelajaran pada kurikulum yang baru.

Hal tersebut sebagaimana menurut Elmore dan Sykes bahwa ketika kurikulum dikembangkan dan diimplementasikan di sistem persekolahan hingga ke dalam kelas, mekanisme pelaksanaan mempengaruhi praktek pembelajaran yang selanjutnya berpengaruh terhadap hasil belajar peserta didik. Sayangnya menurut Elmore dan Sykes tidak ada jaminan bahwa Guru akan mampu mengimplementasikan kebijakan perubahan kurikulum sesuai dengan keinginan pemerintah.

Kebijakan kurikulum yang berubah-ubah atau sering diganti bukan hanya memberikan dampak negatif kepada peserta didik yang semakin menurun prestasinya, bahkan sebenarnya kondisi ini akan berdampak langsung terhadap sekolah yaitu berkaitan dengan visi, misi dan tujuan sekolah.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Ifa Setiawati, "Dampak Kebijakan Perubahan Kurikulum terhadap Pembelajaran di Sekolah," *Nizamul 'Ilmi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (JMPI)*, 1, 7 (2022): 14–15, <https://media.neliti.com/media/publications/555345-dampak-kebijakan-perubahan-kurikulum-tered69255.pdf>.

2. Keterbatasan Biaya dan Sumber Daya dan Minimnya Dukungan dari Orang Tua

Menurut Supriadi yang dikutip oleh Jaka Setiawan dkk, biaya merupakan salah satu komponen instrumental yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan. Biaya dalam pengertian ini memiliki cakupan yang sangat luas, yakni semua jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan, Baik dalam bentuk uang maupun barang dan tenaga (yang dapat di hargakan uang).<sup>18</sup>

3. Heterogenitas Siswa dalam Sistem Zonasi yang Membuat Manajemen Karakter dan Prestasi Menjadi Lebih Kompleks

Melihat pada berbagai penelitian tersebut, reformasi sekolah secara menyeluruh dengan sistem zonasi tidak hanya membutuhkan peran pemerintah, namun juga sekolah dan masyarakat. Hal ini melihat bahwa sistem zonasi menjadi bahan yang banyak diperbincangkan masyarakat luas karena menuai pro dan kontra. Di satu sisi, sistem zonasi dinilai membatasi siswa yang memiliki nilai tinggi untuk mendapatkan sekolah yang diinginkan seperti sekolah favorit atau sekolah unggulan.

Di sisi lain, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemendikbud RI) mengatakan bahwa tujuan dari perancangan kebijakan ini adalah untuk menciptakan

---

<sup>18</sup> Jaka Setiawan dkk, "PENGARUH BIAYA PENDIDIKAN DAN FASILITAS PENDIDIKAN TERHADAP HASIL BELAJAR MATA PELAJARAN EKONOMI PESERTA DIDIK SMA BUKIT ASAM TANJUNG ENIM," *JURNAL PROFIT*, 1, 2 (Mei 2015), <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jp/article/download/5530/2969>.



pemerataan pendidikan dan menghilangkan konsep sekolah favorit. Sistem zonasi yang berorientasi untuk menghilangkan kastanisasi pendidikan dan pemerataan kualitas pendidikan berbagai daerah di Indonesia menjadi terobosan besar sebagai antitesis dari sistem pendidikan kolonial yang cenderung diskriminatif dan tidak berkeadilan. Perubahan-perubahan yang muncul pasca pemberlakuan sistem zonasi turut mempengaruhi perubahan budaya sekolah yang bersangkutan, salah satunya yang terjadi di SMAN 1 Pamekasan.

Sebelum sistem zonasi diberlakukan di SMAN 1 Pamekasan, sekolah ini menjadi incaran calon peserta didik yang memiliki nilai akademis atau kompetensi tinggi karena di kenal sebagai sekolah favorit. Akan tetapi, setelah memberlakukan sistem zonasi, sekolah ini harus menerima calon peserta didik yang utamanya berasal dari domisili atau tempat tinggal dengan radius zona terdekat yang memiliki capaian kompetensi yang beragam, baik dari segi nilai, kemampuan beradaptasi dengan kultur sekolah, perilaku, atau kemampuan lainnya. Meski tidak dipungkiri masih terdapat calon peserta didik yang dapat masuk melalui jalur prestasi, namun terdapat perbedaan ketika sekolah ini melakukan proses seleksi berdasarkan nilai atau prestasi murni. Perbedaan proses seleksi tersebut menyebabkan berbagai perubahan yang ada seperti perubahan budaya sekolah yang menyangkut proses

pembelajaran, aktivitas rutin siswa, bahkan juga turut mempengaruhi output yang dihasilkan oleh sekolah.

Melihat pada berbagai dampak sistem zonasi tersebut, urgensi sekolah untuk menerapkan berbagai strategi dalam menghadapi pemberlakuan sistem zonasi perlu dilakukan. Strategi tersebut dilakukan oleh berbagai unsur yang ada dalam manajemen sekolah agar tidak terjadi *culture lag* dalam proses pembelajaran di sekolah.<sup>19</sup>

#### 4. Keterbatasan dalam Pendanaan Tambahan

Hambatan seringkali tidak dapat terlepas dalam setiap pelaksanaan aktivitas atau kegiatan, begitu pula dalam pembiayaan pendidikan. Tidak diperbolehkannya sekolah melakukan pungutan apapun terhadap orang tua siswa menyebabkan sekolah hanya bergantung pada bantuan dana dari pemerintah. Dana dari pemerintah jumlahnya terbatas, hal tersebut dikarenakan dana dari pemerintah yang diberikan kepada sekolah ditentukan berdasarkan jumlah siswanya. Selain itu, keterbatasan dana pendidikan yang dimiliki menyebabkan sekolah kesulitan dalam mengembangkan program/kegiatan. Kegiatan seperti ekstrakurikuler, pembinaan olimpiade, dan pembiayaan lain menjadi terhambat.

---

<sup>19</sup> Ya Shinta Dewi Wahyuni dkk, "Strategi Manajemen Sekolah dalam Menghadapi Pemberlakuan Sistem Zonasi," *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 2, 8 (September 2020), <http://journal.uny.ac.id/index.php/jamp>  
[https://www.researchgate.net/publication/344518139\\_Strategi\\_manajemen\\_sekolah\\_dalam\\_menghadapi\\_pemberlakuan\\_sistem\\_zonasi](https://www.researchgate.net/publication/344518139_Strategi_manajemen_sekolah_dalam_menghadapi_pemberlakuan_sistem_zonasi).

Munculnya hambatan dalam pembiayaan pendidikan menyebabkan sekolah harus berusaha untuk mengatasinya. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut yaitu dengan berusaha meminimalisir pengeluaran dana dan dengan skala prioritas yaitu mendahulukan program yang lebih penting serta berusaha mengoptimalkan sumber daya yang ada. Hal ini sesuai dengan kebijakan sekolah karena dana yang diperoleh dari pemerintah sangat terbatas jumlahnya sehingga sekolah harus dapat mengelolanya dengan sebaik mungkin.<sup>20</sup>

#### 5. Sarana dan Prasarana Kurang Memadai

Sarana dan prasarana pendidikan merupakan suatu sumber daya yang harus ada dalam dunia pendidikan atau suatu sekolah untuk membantu proses kegiatan pembelajaran. Keberhasilan suatu proses kegiatan pendidikan atau pembelajaran di sekolah salah satunya sangat dipengaruhi oleh keadaan sarana dan prasarana pendidikan yang dimiliki sekolah dan manajemen sarana prasarana yang dilakukannya. Selain tenaga pendidik, sarana dan prasarana merupakan suatu yang sangat penting dalam dunia pendidikan. Pendidikan tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya sarana dan prasarana yang memadai. Namun sarana dan prasarana tidak akan dapat

---

<sup>20</sup> Hanifah Yuliani, "PEMBIAYAAN PENDIDIKAN DI SEKOLAH DASAR NEGERI NGROJO NANGGULAN KULON PROGO," *Jurnal Hanata Widya*, 1, 1 (Juli 2016), <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipmp/article/viewFile/2925/2536>.

bermanfaat dengan optimal tanpa adanya manajemen yang dilakukan oleh pihak sekolah yang terkait.<sup>21</sup>

Dalam upaya memahami esensi dan keberhasilan *school branding*, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara signifikan mendukung pembentukan dan penguatan citra serta reputasi institusi pendidikan yaitu a) Kepemimpinan yang visioner. b) Komunikasi yang efektif. c) Sumber daya manusia yang berkualitas. d) Infrastruktur dan fasilitas yang mendukung. e) Budaya prestasi yang mendorong. f) Dukungan dari orang tua dan komite sekolah. g) Dukungan keuangan. h) Pemanfaatan sarana dan prasarana yang ada. i) Dukungan manajerial. j) Kerjasama dari seluruh pihak. Sesuai dengan faktor pendukung school branding di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan, berikut penjelasannya:

#### 1. Kepemimpinan yang Visioner

Kepemimpinan Visioner adalah suatu konsep yang dapat diuraikan terperinci dan dipahami melalui literatur dan teori. Namun arti yang lebih besar dari kepemimpinan adalah tindakan nyata, cara bekerja, dan serangkaian peristiwa. Pada bagian ini, kepemimpinan visioner dapat dilihat kerangka pergerakan, perubahan, dan waktu. Jelasnya, tindakan kepemimpinan visioner berbeda dari *talking* atau *analyzing* hal tersebut, media yang

---

<sup>21</sup> Siti Nurharirah dan Anne Effane, "Hambatan dan Solusi dalam Manajemen Sarana dan Prasarana," *Pendidikan Karimah Tauhid*, 2, 1 (2022): 220, <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/7709/3507>.

dipergunakan di sini akan menjadi sesuatu yang penting untuk ditulis. Hal ini menjadi penting bagi para pembaca bahwa memadukan apa yang terjadi dalam kenyataan dengan teori haruslah menjadi keharusan, karena kepemimpinan visioner tidak dinilai dari sudut pendekatan teoretis atau ideologi semata.<sup>22</sup>

## 2. Komunikasi yang Efektif

Komunikasi efektif adalah komunikasi yang mampu untuk menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlihat dalam komunikasi. Tujuan komunikasi efektif adalah memberi kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, pengiriman dan umpan balik seimbang, dan melatih menggunakan bahasa non verbal secara baik. Menurut Jalaluddin sebagaimana dikutip oleh Hugo Aries Suprpto menyebutkan, komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.<sup>23</sup>

## 3. Sumber Daya Manusia yang Berkualitas

Menurut Handoko sebagaimana dikutip oleh Arnita Purnamayanti, bahwa sumber daya terpenting suatu organisasi

---

<sup>22</sup> Suprayitno, "PEMIMPIN VISIONER DALAM PERUBAHAN ORGANISASIONAL," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2, 7 (Oktober 2007): 121, <https://media.neliti.com/media/publications/23379-ID-pemimpin-visioner-dalam-perubahan-organisasional.pdf>.

<sup>23</sup> Hugo Aries Suprpto, "Pengaruh Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Hasil Belajar Kewirausahaan Mahasiswa," *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 1, 9 (Februari 2018): 3, <https://journal.unilak.ac.id/index.php/lectura/article/download/913/652/>.

adalah sumber daya manusia, orang-orang yang memberikan tenaga, bakat, kreativitas dan usaha mereka kepada organisasi.

Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang paling utama dan paling penting dari semua komponen, karena sumber daya manusia yang menentukan kemajuan dan kemunduran sebuah sekolah dalam menjalankan fungsi dan peranannya. Untuk itu kualitas sumber daya manusia juga merupakan kunci utama dalam mendukung kinerja di sekolah. Sumber Daya Manusia merupakan faktor penentu bagi keberhasilan pencapaian tujuan di dalam suatu organisasi, karena SDM merupakan faktor strategis dalam pelaksanaan semua kegiatan institusi atau organisasi untuk mencapai tujuannya. Demikian halnya di bidang pendidikan, peranan sumber daya manusia (SDM) sangat mempengaruhi keberhasilan kualitas pendidikan.<sup>24</sup>

#### 4. Infrastruktur dan Fasilitas yang Mendukung

Infrastruktur atau sarana prasarana yang ada di sekolah perlu didayagunakan dan dikelola untuk kepentingan proses pembelajaran di sekolah. Pengelolaan sarana prasarana dimaksudkan agar dalam menggunakannya di sekolah bisa berjalan dengan efektif dan efisien. Pengelolaan sarana prasarana merupakan kegiatan yang amat penting di sekolah, karena

---

<sup>24</sup> Arnita Purnamayanti dan Triana Setyowati, "Strategi Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkualitas Di Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro," *JEVIEF: Jurnal Vokasi*, 2, 1 (Desember 2022): 38, <https://jevief.fisip.unila.ac.id/index.php/jevief/article/download/10/8>.

keberadaannya akan sangat mendukung terhadap suksesnya proses pembelajaran di sekolah.<sup>25</sup>

#### 5. Budaya Prestasi yang Mendorong

Bukan hal mudah membangkitkan budaya prestasi tanpa upaya-upaya yang terencana dengan baik, terus-menerus dilakukan, diberi contoh dan dimotivasi. Banyak PR (pekerjaan rumah) yang harus diselesaikan dan dilakukan agar budaya berprestasi (*achievement culture*) itu tumbuh dan berkembang dan menjadi penguat budaya organisasi secara keseluruhan bersama dengan tumbuhnya budaya daya saing.<sup>26</sup>

#### 6. Dukungan dari Orang Tua dan Komite Sekolah

Komite sekolah, orang tua dan masyarakat hendaknya memandang bahwa pembentukan karakter peserta didik bukan saja menjadi tanggung jawab sekolah tetapi juga komite sekolah, orang tua dan masyarakat. Maka, upaya nyata yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan dukungan, partisipasi dan keterlibatan dalam membantu sekolah membentuk karakter peserta didik di lingkungan rumah dan masyarakat. Dengan demikian penerapan pembiasaan keseharian di sekolah sama dengan yang dilakukan di rumah dalam pembinaan dan pengawasan orang tua dan masyarakat.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Jonni Mardizal dan Nizwardi Jalinus, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Kejuruan* (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023), 156.

<sup>26</sup> Marisa Gemiralda, *Sales Culture: Peran Leader dalam Membangun Budaya Jual yang Unggul* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 20.

<sup>27</sup> Nuril Furkan, *Pendidikan Karakter melalui Budaya Sekolah* (Yogyakarta: Penerbit Magnum Pustaka Utama, 2013), 205.

## 7. Dukungan Keuangan

Dalam penyelenggaraan pendidikan, pembiayaan dan keuangan merupakan potensi yang sangat menentukan keberhasilan layanan pendidikan dan merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kajian manajemen pendidikan. Urgensi komponen keuangan dan pembiayaan pendidikan merupakan komponen produktif dan strategis yang menentukan terlaksananya layanan pendidikan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Sudarmanto yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan biaya sosial dan biaya pribadi yang digunakan untuk membiayai pendidikan terhadap kualitas pelaksanaan pembelajaran dan prestasi belajar siswa. dengan kata lain setiap layanan yang dilakukan lembaga pendidikan tentu memerlukan biaya, baik itu disadari maupun yang tidak disadari. Komponen pembiayaan ini perlu dikelola sebaik-baiknya agar uang yang diperoleh dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menunjang tercapainya tujuan pendidikan.<sup>28</sup>

## 8. Dukungan Manajerial

Manajerial kepala sekolah yang berkualitas baik akan berdampak terhadap kualitas mutu pendidikan. Untuk tercapainya hal tersebut tentunya kepala sekolah harus mempunyai kompetensi, sikap serta keterampilan. Keterampilan manajerial kepala sekolah merupakan hal yang penting untuk meningkatkan mutu pendidikan

---

<sup>28</sup> Undang Ruslan Wahyudin, *Manajemen Pembiayaan Pendidikan: Pendekatan Prinsip Efisiensi, Efektivitas, Transparansi dan Akuntabilitas* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021), 6.



sekolah. Keterampilan manajerial didasarkan pada tipe dari keterampilan yang dibutuhkan untuk menunjukkan kinerja kepala sekolah. Keterampilan ini biasanya mencakup mengorganisasikan, merencanakan, memonitor, memimpin yang termasuk kedalam tiga kategori yang sangat penting terutama kepala sekolah akan menunjukkan fungsinya dan aturan yang memadai seperti: kemampuan konseptual, hubungan manusia, dan kemampuan teknis. Maka dari itu kemampuan manajerial kepala sekolah hendaknya menjalankan aktifitas manajemen yang dijalankan kepala sekolah secara prosedural guna memberdayakan semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.<sup>29</sup>

#### 9. Kerjasama dari Seluruh Pihak

Sekolah membangun kerjasama antara tenaga pendidik, tenaga kependidikan atau semua *stakeholder* sekolah. Membangun kerjasama yang baik akan membangun motivasi dan semangat di lingkungan sekolah. Dengan adanya kerjasama maka akan menumbuhkan rasa tanggungjawab dalam diri masing-masing, karena semua merasa ikut terlibat dalam menciptakan sekolah yang disiplin dan maju sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, sekolah membangun kerjasama agar peserta didik dapat *eksplora* dan memperoleh pengalaman.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Naraya Fitri Anjani dan Febrina Dafit, "Peran Manajerial Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Sekolah Dasar," *Mimbar PGSD Undiksha*, 3, 9 (Tahun 2021): 482, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPGSD/article/download/40828/20285/102978>.

<sup>30</sup> Reski Mei, *Manajemen Strategis dalam Meningkatkan Daya Saing* (NEM, 2023), 74.

### C. Implikasi Strategi *School Branding* Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Sekolah di di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), implikasi/dampak mempunyai pengertian sebagai benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan di mana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.<sup>31</sup> Secara sederhana dampak dapat dimengerti sebagai pengaruh atau akibat. Setiap keputusan yang diambil seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Begitu pula dengan dilaksanakannya strategi *school branding* dalam upaya peningkatan daya saing sekolah di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan, dari strategi yang dilakukan dihasilkan dampak positif bagi sekolah. Berdasarkan hasil penelitian dari SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan didapati bahwa strategi *school branding* berdampak pada: a) Berhasil membangun *school branding* yang kuat. b) Dikenal di tingkat regional hingga nasional. c) Kemudahan dalam fasilitasi koneksi. d) Peningkatan popularitas dengan bertambahnya siswa saat PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru). e) Budaya belajar positif. f) Penilaian positif dari masyarakat. g) Prestasi sekolah yang memperkuat *school branding*. Sesuai dengan *school branding* yang dibangun berikut penjelasannya:

---

<sup>31</sup> “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) VI Daring,” diakses 20 Maret 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dampak>.

## 1. Berhasil Membangun *School Branding* yang Kuat

Membangun *branding* yang kuat untuk sekolah melibatkan serangkaian strategi yang berfokus pada mengidentifikasi nilai-nilai inti sekolah, memahami audiens target, dan menciptakan citra yang konsisten dan menarik. Dengan strategi branding yang tepat maka berdampak pada berhasilnya *school branding* yang kuat.

Lembaga pendidikan bisa mendapatkan dampak dari *branding* yang baik dalam jangka panjang, karena mereka bisa menarik perhatian bagi penduduk lokal. Menurut Priyono sebagaimana dikutip Muhammad Ilham, lembaga pendidikan harus selalu mengevaluasi kinerjanya untuk mempertahankan dan memperkuat *brand* yang sudah dimiliki.<sup>32</sup>

## 2. Dikenal di Tingkat Regional Hingga Nasional

*Branding* memiliki dampak yang signifikan terhadap pengakuan di tingkat regional hingga nasional yang berkaitan dengan reputasi sekolah/institusi. Reputasi merupakan hasil pemrosesan informasi yang dipengaruhi berbagai isyarat yang diperlihatkan organisasi itu sendiri, lingkungan kerja dan rekan sejawat, media, serta terpenting juga dari pengalaman secara pribadi bersama organisasi.<sup>33</sup> Maka, dalam dunia pendidikan, reputasi sebuah sekolah atau institusi pendidikan sangat penting. Reputasi yang baik dapat meningkatkan daya tarik bagi calon siswa dan mahasiswa, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dengan

---

<sup>32</sup> Muhammad Ilham, *Sistem Informasi Pemasaran Jasa Pendidikan*, 217.

<sup>33</sup> Waska Warta, *Manajemen Reputasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 13–14.

membangun branding yang kuat, sebuah sekolah atau institusi pendidikan dapat meningkatkan pengakuan di tingkat regional dan nasional.

### 3. Kemudahan dalam Fasilitasi Koneksi

Sekolah menjadi lebih mudah dalam melakukan kerjasama dengan instansi pendidikan lain guna meningkatkan kualitas sekolah. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kemudahan ini diperoleh karena kualitas SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan yang baik, kualitas yang baik ini menjadi salah satu pertimbangan bagi instansi lain untuk mengadakan kerjasama.

Sebagaimana yang dikatakan Imam Tolkhah, bahwa kerjasama akan memberikan keuntungan yang besar, baik bersifat material maupun non material. Keberadaan dan kualitas kerjasama sekolah juga sangat tergantung pada pola kepemimpinan kepala sekolah.<sup>34</sup>

### 4. Peningkatan Popularitas dengan Bertambahnya Siswa saat PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru)

Popularitas sekolah yang meningkat adalah salah satu dampak positif dari strategi sekolah dalam membangun *school branding*. Semakin dikenalnya SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan dikarenakan sikap seluruh guru dan karyawan serta output dari sekolah sesuai dengan *school branding* yang dibangun. Selain itu

---

<sup>34</sup> Imam Tolkhah, "Strategi Peningkatan Daya Saing Madrasah; Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Negeri Madiun," (*EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, 2, 14 (Agustus 2016): 247, <https://www.neliti.com/id/publications/294745/strategi-peningkatan-daya-saing-madrasah-studi-kasus-madrasah-ibtidaiyah-negeri>).

penggunaan sosial media juga mendukung semakin dikenalnya sekolah, dengan tampilan sosial media yang dibuat semenarik mungkin.

Kegiatan unggulan, prestasi sekolah, serta alumni yang berprestasi juga salah satu sebab mengapa SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan menjadi semakin dikenal oleh masyarakat. Hal-hal tersebut menjadi ciri khas khusus milik sekolah yang membuat berbeda dengan sekolah lain. Dengan hal-hal khusus yang dimiliki, sesuai dengan hasil penelitian maka dapat dikatakan bahwa kemampuan bersaing sekolah meningkat.

Sesuai dengan pendapat Agus Rahayu yang mengatakan bahwa suatu organisasi, termasuk sekolah, akan memiliki keunggulan bersaing atau memiliki potensi untuk bersaing apabila dapat menciptakan dan menawarkan nilai pelanggan yang lebih atau kinerjanya lebih baik dibandingkan dengan organisasi lainnya.<sup>35</sup>

##### 5. Budaya Belajar Positif

Budaya sekolah adalah sekumpulan nilai yang melandasi perilaku, tradisi, kebiasaan keseharian, dan symbol-simbol yang di praktekkan oleh kepala sekolah, guru, siswa dan masyarakat sekitar sekolah. Budaya sekolah merupakan ciri khas, karakter atau watak dan citra sekolah tersebut di masyarakat luas.

Oleh karena itu budaya sekolah tentu berkaitan dan tidak bisa dipisahkan dengan kualitas proses pembelajaran. Proses pembelajaran

---

<sup>35</sup> Agus Rahayu, *Strategi Meraih Keunggulan Dalam Industri Jasa Pendidikan (Suatu Kajian Manajemen Strategik)* (Bandung: Alfabeta, 2008), 66.

merupakan suatu aspek dari lingkungan sekolah yang diorganisasi dengan tujuan agar kegiatan pembelajaran bisa terarah serta tujuan pendidikan bisa tercapai.<sup>36</sup>

#### 6. Kepercayaan Masyarakat Meningkat dan Bernilai Positif

Masyarakat sebagai pelanggan dari sebuah lembaga pendidikan cenderung akan memilih sekolah dengan citra dan reputasi yang baik. Minat masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan akan meningkat apabila citra dari sekolah tersebut semakin hari juga semakin baik. Dalam hal ini, minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau mempunyai perasaan senang yang lebih besar terhadap objek tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa meningkatnya kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anak-anaknya di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan adalah salah satu dampak yang terjadi dari strategi sekolah dalam membangun *school branding*.

Sesuai dengan pendapat dari Ambler yang dikutip oleh Fandy Tjiptono bahwa manfaat *school branding* bagi lembaga salah satunya adalah menjadi magnet bagi lembaga pendidikan untuk menarik minat masyarakat.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Danang Saputra dkk, "PENGARUH BUDAYA SEKOLAH TERHADAP KUALITAS PROSES PEMBELAJARAN," *PIONI: JURNAL PENDIDIKAN*, 2, 10 (2021): 13, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Pionir/article/download/10289/5746>.

<sup>37</sup> Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy* (Yogyakarta: Andi, 2005), 156.

## 7. Prestasi Sekolah yang Memperkuat *School Branding*

SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan membangun sekolah dengan prestasi. Prestasi merupakan strategi yang dapat meningkatkan daya tarik calon peserta didik baru terutama bagi orang tua, dimana prestasi menjadi hal yang penting karena semua orang tua pasti ingin anaknya menjadi anak yang berprestasi. Dengan banyaknya prestasi siswa yang telah diraih di sekolah, maka hal itu akan menjadi daya tarik bagi masyarakat sehingga mereka tertarik untuk menyekolahkan anaknya di tempat tersebut.

Tugas terpenting dalam membangun *brand* sekolah sebenarnya adalah memperkenalkan produk, jasa atau klaim nama yang di dalamnya mencakup keunggulan yang dimiliki atau yang akan dicapai. Kita bisa memperkenalkannya baik secara virtual, media cetak maupun media audio visual, brosur dan lainnya.<sup>38</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. Visi sekolah merupakan representasi dan refleksi masa depan yang diinginkan sekolah ataupun madrasah. Visi

---

<sup>38</sup> Barnawi and Mohammad Arifin, *Branded School : Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), 155.

merupakan merupakan prinsip umum dan sumber bagi sekolah dalam merumuskan misinya. Dalam konteks persekolahan, *output* adalah kinerja sekolah atau prestasi yang dihasilkan dari proses sekolah. Dalam cakupan yang lebih luas dapat dikatakan bahwa *output* sekolah atau madrasah tercermin dalam bentuk visi dan misi serta tujuan sekolah.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Suhadi Winoto, *Manajemen Berbasis Sekolah : Konsep Dan Aplikasi Dalam Aktivitas Manajerial Di Sekolah Atau Madrasah* (Yogyakarta: LKiS, 2020), 20–21.