



OPTIMALISASI STRATEGI BRANDING DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* SD MA'ARIF PONOROGO

Muhammad Heriyudanta¹, Weni Tria Anugrah Putri²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo

Surel: heriyudanta@uinponorogo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih mendalam bagaimana strategi SD Ma'arif dalam membangun citra merek sehingga benar-benar dipercaya oleh masyarakat. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan paradigma fenomenologi dengan jenis studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat, dan tim guru serta tenaga kependidikan yang ditunjuk sebagai tim pengembang sekolah. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan konsep Miles, Huberman dan Saldana yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi. Hasil penelitian ini adalah, SD Ma'arif Ponorogo tidak memiliki strategi bermacam-macam untuk membangun *brand image* di mata masyarakat. Namun, ia menegaskan bawa melakukan segenap tugasnya dengan maksimal sebagaimana mestinya. Antara lain, promosi sekolah ketika masa PPDB dan berlangsung sewajarnya, mempertahankan dan memupuk identitas sekolah, serta senantiasa menjaga kualitas pendidikannya.

Kata Kunci: Strategi, Sekolah, *Brand Image*

Abstract

This study aims to analyze in-depth how SD Ma'arif (Small Elementary School) develops its brand image to gain public trust. The research approach is qualitative, employing a phenomenological paradigm, using a case study approach. Data sources include the principal, the vice principal for public relations, and a team of teachers and education staff appointed as the school's development team. Data collection techniques include participant observation, in-depth interviews, and documentation. The analysis technique utilizes the concepts of Miles, Huberman, and Saldana: data condensation, data presentation, and drawing conclusions or verification. The study concluded that SD Ma'arif Ponorogo does not employ a diverse strategy for building its brand image in the eyes of the public. However, it emphasized that it performs all its duties to the fullest extent possible. These include promoting the school during the PPDB (Enrollment Admission) period and proceeding appropriately, maintaining and fostering the school's identity, and consistently upholding the quality of its education.

Keywords: Strategy, School, *Brand Image*

A. PENDAHULUAN

Sekolah merupakan institusi yang setiap harinya beroperasi dengan cara menyediakan jasa pendidikan bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam memainkan perannya, sekolah memiliki kurikulum yang terencana, sistematis, dan terukur sehingga diyakini dapat melahirkan sumber daya manusia yang unggul. Ditinjau dari sisi kelembagaannya, sebenarnya sekolah merupakan lembaga *non profit oriented*, yang artinya bukan merupakan lembaga yang fokus pada mencari

keuntungan dalam proses pemberian jasanya. Namun demikian jika ditinjau dari sisi *corporate*, sesungguhnya sekolah bukan hanya sebuah sektor pelayanan publik semata, tetapi juga merupakan industri yang memiliki peran ekonomi yang signifikan.¹ Dengan kata lain, sekolah ibarat industri atau produsen yang menghasilkan jasa pendidikan, sementara konsumennya adalah masyarakat. Oleh sebab itu, sebagaimana lazimnya sebuah perusahaan (*corporate*), jika produknya ingin laku keras di pasaran, maka produk yang dijual harus memiliki daya tarik yang memikat.²

Dalam konteks pendidikan, sekolah dan masyarakat merupakan dua hal yang hampir tidak terpisahkan. Keduanya memiliki hubungan yang membentuk simbiosis mutualisme. Masyarakat membutuhkan sekolah untuk membantu mereka dalam mendampingi pendidikan putra-putrinya. Sedangkan sekolah membutuhkan masyarakat untuk memberikan dukungan sepenuhnya terhadap program-program pendidikan yang dijalankan. Menurut Sanapiah Faisal dalam Kompri, setidaknya terdapat empat pengaruh sekolah terhadap perkembangan masyarakat. Yakni mencerdaskan kehidupan masyarakat, membawa virus pembaruan bagi perkembangan masyarakat, melahirkan warga masyarakat yang dibekali ilmu dan siap mengabdikan diri di masyarakat demi kepentingan bersama dan melahirkan sikap-sikap positif dan konstruktif bagi warga masyarakat, sehingga tercipta integrasi sosial yang harmonis di tengah-tengah masyarakat.³ Begitu besar pengaruh sekolah terhadap masyarakat yang artinya kehadiran sekolah sangat dibutuhkan untuk membawa kemajuan bagi kehidupan di masyarakat.

Merespon kebutuhan masyarakat terhadap sekolah, saat ini banyak berdiri sekolah-sekolah, baik negeri maupun swasta dari berbagai jenjang di masyarakat. Di tengah persaingan sekolah yang sangat ketat seperti sekarang ini, setiap lembaga pendidikan dipaksa untuk bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Untuk memenangkan persaingan, para pengelola harus memutar otak dalam mengembangkan lembaga pendidikannya dengan berbagai macam strategi. Misalnya, sejumlah sekolah getol meningkatkan kualitas guru, meningkatkan kualitas proses pembelajaran dengan berbagai pendekatan, model, metode dan media pembelajaran yang inovatif, melengkapi ekstrakurikuler, meningkatkan prestasi siswa dan guru di berbagai ajang perlombaan, hingga membangun gedung yang megah dan representatif.⁴ Dengan demikian persaingan akan bergerak sangat kompleks dan beragam, sehingga mutu, layanan, dan fasilitas pendidikan menjadi sangat maju di berbagai lembaga pendidikan.

Dinamika persaingan sekolah yang sedemikian deras arusnya sesungguhnya akan memberi keuntungan tersendiri baik bagi masyarakat maupun pengelola pendidikan. Masyarakat beruntung karena semakin baik mutu sekolah maka layanan pendidikan akan semakin memuaskan. Sementara pengelola pendidikan juga akan menikmati keuntungan karena jika sekolah dikembangkan secara serius dan telaten maka minat masyarakat juga meningkat. Sintesa antara meningkatnya kualitas lembaga pendidikan dan respon positif masyarakat pada gilirannya akan membangun *brand image* (citra merek) lembaga pendidikan di tengah-tengah masyarakat.

Brand image telah didefinisikan oleh para pakar secara berbeda-beda namun sesungguhnya menemui kesamaan dalam tataran substansi. Secara singkat dapat dikatakan

¹ Frans Sudirjo Dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, dan Implementasi* (Padang: Get Press Indonesia, 2023), 80.

² Ramsiah Tasruddin, "Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif," *Jurnal Al-Khitabah* 2, no. 1 (2015): 107–16.

³ Kompri, *Manajemen Pendidikan 2* (Bandung: Alfabeta, 2015), 267.

⁴ Wahyudi, "Membangun Brand Image Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di Smp Muhammadiyah Al-Mujahidin Kabupaten Gunungkidul," *G-COUNS: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 4, no. 1 (2019).

bahwa *brand image* adalah penilaian konsumen terhadap merek tertentu dalam sebuah pasar.⁵ *Brand image* atau serangkaian kesan positif maupun negatif yang dimiliki masyarakat terhadap satu lembaga pendidikan tertentu, nyatanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. *Brand image* sebuah lembaga pendidikan hingga saat ini masih ramai diperbincangkan masyarakat di ruang-ruang publik, utamanya ketika tahun ajaran baru akan segera dimulai.⁶ Orang tua di bumi belahan manapun sama, mereka ingin memberikan pendidikan terbaik bagi putra-putrinya. Oleh sebab itu, jika *brand image* sebuah sekolah baik di mata masyarakat tentu akan berimplikasi pada tingginya minat orang tua yang pada akhirnya akan mendorong peningkatan jumlah siswa yang mendaftar. Alasan inilah yang kemudian mendorong banyak sekolah berbondong-bondong memperbaiki citranya di mata masyarakat.

Beberapa tahun terakhir, muncul berita dari Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, yang mengatakan bahwa ratusan SDN di Ponorogo kekurangan siswa dan hanya 11 sekolah yang dapat memenuhi pagu. Bahkan terdapat sebanyak lima Sekolah Dasar Negeri (SDN) tidak mendapatkan murid pada masa penerimaan peserta didik baru (PPDB) tahun ajaran 2023.⁷ Sontak berita itu viral di media-media sosial lantaran kepala sekolahnya sampai menanggapi keadaan tersebut. Berdasarkan data di lapangan, sejatinya jumlah siswa lulusan dari TK yang mendaftar di SD jumlahnya lebih banyak ketimbang tahun sebelumnya. Setelah diselidiki persoalan itu terjadi lantaran adanya kompetisi yang sangat ketat antar lembaga pendidikan di Ponorogo. Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Ponorogo Nurhadi Hanuri menyatakan, lima SDN yang tidak mendapatkan satupun siswa baru yakni SDN Jalen (Balong), SDN 2 Munggu (Bungkal), SDN 3 Babadan (Banadan). Kemudian SDN 1 Duri (Slahung) dan SDN 2 Tegalombo (Kauman). Terhadap lima sekolah tersebut, akan dianalisis kesiapannya untuk kedepannya.⁸

Munculnya berita tutupnya beberapa SDN di Ponorogo tersebut merupakan suatu hal yang memprihatinkan. Bagaimana tidak, di tengah fenomena adanya lima SDN yang tidak memperoleh siswa sama sekali tersebut, ternyata terdapat beberapa sekolah di Ponorogo dengan jenjang yang sama memperoleh siswa yang luar biasa melimpah. Jumlah siswanya bahkan sampai hampir 1000 siswa. Sekolah tersebut misalnya SD Ma'arif, SD Muhammadiyah Terpadu, SD Muhammadiyah, MI Al-Kautsar Durisawo, SDIT Qurrota A'yun, dan beberapa sekolah lainnya. Di antara beberapa sekolah tersebut, sudah banyak menerima titipan calon peserta didik sebelum tahun ajaran baru dimulai (inden: proses memesan sesuatu sebelum saatnya). Dan di antaranya bahkan terpaksa menolak peserta didik lantaran jumlah pendaftar yang terus bertambah hingga melebihi jumlah pagu yang tersedia. Beberapa sekolah tersebut cukup dikenal baik oleh masyarakat Ponorogo. Selain itu citra positif yang dimiliki sekolah mampu mendorong masyarakat untuk berbondong-bondong menyekolahkan putra-putrinya pada saat tahun ajaran baru tiba. Beberapa sekolah yang tergolong favorit lantaran tingginya peminat tersebut, menjadi pilihan pertama masyarakat Ponorogo sebelum memilih sekolah lainnya.

⁵ Frans Sudirjo Dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, Dan Implementasi* (Padang: Get Press Indonesia, 2023), 80.

⁶ Mohamad Joko Susilo, "Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat," *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa* 12, no. 1 (2022): 2.

⁷ Ndaru Wijayanto, "Ratusan SD Negeri di Ponorogo Kekurangan Siswa saat PPDB 2023, Hanya 11 Sekolah yang Penuhi Pagu," *jatim.tribunnews.com*, 2023, <https://jatim.tribunnews.com/2023/07/04/ratusan-sd-negeri-di-ponorogo-kekurangan-siswa-saat-ppdb-2023-hanya-11-sekolah-yang-penuhi-pagu>.

⁸ Pythag Kurniati Muhlis Al Alawi, "5 SDN di Ponorogo Tak Dapat Murid Baru, Kadindik: Kalah Kompetisi," *Kompas.com*, 2023, <https://surabaya.kompas.com/read/2023/07/18/102048078/5-sdn-di-ponorogo-tak-dapat-murid-baru-kadindik-kalah-kompetisi>.

Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji secara lebih mendalam bagaimana manajemen strategik SD Ma'arif dalam membangun *brand image* sehingga masyarakat sangat mempercayainya. Dipilihnya SD Ma'arif menjadi objek penelitian karena sekolah ini memiliki citra yang sangat positif di mata masyarakat kota reog dan dipandang sebagai salah satu sekolah unggul di jenjangnya.⁹ Karena itu sekolah ini memiliki jumlah murid yang banyak. Tercatat pada tahun 2024 ini, SD Ma'arif memiliki 25 rombel. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melahirkan model ideal tentang manajemen strategik dalam membangun *brand image* sekolah, sehingga dapat menjadi rujukan bagi sekolah-sekolah lain untuk dapat melakukan upaya yang serupa untuk meningkatkan minat masyarakat.

Riset-riset tentang manajemen strategi lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sesungguhnya sudah cukup banyak dilakukan. Metode dan pendekatan yang digunakan juga cukup beragam. Di antara penelitian terdahulu, misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Zakaria, Ulfa Yuniati dan Euis Evi Puspitasari dengan judul "Strategik Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan." Penelitian lainnya dilakukan oleh Rio Septian dengan judul "Manajemen Membangun Brand Image (Citra Sekolah) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di SMP Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Dalam konteks Ponorogo, tema penelitian ini juga sudah dilakukan di beberapa sekolah yang ada di Ponorogo. Namun penelitian tersebut hanya menysasar di sekolah menengah dan atas. Sedangkan penelitian dengan tema ini sama sekali belum dilakukan di sekolah jenjang dasar, karenanya penelitian ini tidak berlebihan jika dikatakan menemukan momentumnya.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan paradigma fenomenologi dengan jenis studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat, dan tim guru serta tenaga kependidikan yang ditunjuk sebagai tim pengembang sekolah. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan konsep Miles dan Huberman yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Untuk pengecekan keabsahan data antar sumber data yang ada, antar teknik pengumpulan data penelitian dan antar pengumpul data pada penelitian ini menggunakan triangulation atau teknik triangulasi data, yang mencakup triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi teori, pengecekan kebenaran informasi (*referential adequacy checks*), mendiskusikan penelitian (*peer debriefing*), perpanjangan waktu penelitian (*prolonged engagement*), transferabilitas atau *transferability*, dependabilitas atau *dependability* dan konfirmabilitas atau *confirmability*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi *branding* dalam dunia pendidikan merupakan langkah taktik yang dapat digunakan oleh sekolah untuk memperkenalkan dirinya sebagai institusi yang berkualitas dan mempromosikan citra positif yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan kesadaran (*awareness*) masyarakat tentang sekolah tersebut. *Branding* (identitas merek) menjadi sangat penting dan mutlak dibutuhkan dalam lembaga pendidikan. *Branding* adalah sesuatu yang melekat pada

⁹ Kurniasari, "Ini 10 Daftar Sekolah Dasar (SD) Terbaik di Ponorogo 2023, Ada SD Negeri dan Swasta Sumber Artikel berjudul 'Ini 10 Daftar Sekolah Dasar (SD) Terbaik di Ponorogo 2023, Ada SD Negeri dan Swasta', selengkapnya dengan link: <https://trenggalekpedia.pikiran-ra,> Trenggalekpedia.com, 2023, <https://trenggalekpedia.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-1656520839/ini-10-daftar-sekolah-dasar-sd-terbaik-di-ponorogo-2023-ada-sd-negeri-dan-swasta>.

lembaga berupa keunggulan yang dimiliki sekolah bersangkutan.¹⁰ Menurut Zulaikha *branding* atau *brand image* tersusun melalui perencanaan mumpuni, disesuaikan visi misi lembaga namun marketable, supaya terbuka probabilitas bagi sekolah menggaet siswa mencapai target baik kualitas dan kuantitasnya.¹¹ *Branding* sekolah merupakan sebuah strategi yang penting untuk meningkatkan citra positif sekolah. Citra positif sekolah atau *branding* itu sendiri merangkum visi tujuan utama dalam pembentukan reputasi dan pandangan baik yang dipresentasikan ke publik.¹² Sehingga, citra positif yang dimiliki oleh sekolah dapat menarik minat calon siswa, orang tua, dan masyarakat untuk memilih sekolah tersebut. Selain itu *branding* sekolah juga meningkatkan loyalitas siswa, guru, dan karyawan terhadap sekolah.¹³

SD Ma'arif Ponorogo menginformasikan bahwa tidak memiliki strategi bermacam-macam untuk membangun *brand image* di mata masyarakat. Namun, Ia menegaskan bahwa secara konsisten melakukan segenap tugasnya dengan maksimal sebagaimana mestinya. Antara lain, promosi sekolah ketikan masa PPDB yang berlangsung sewajarnya, mempertahankan dan memupuk identitas sekolah, dan senantiasa menjaga kualitas pendidikannya. Nampaknya hal itulah yang membuat lembaga ini memperoleh penerimaan dan antusiasme yang positif dari masyarakat luas

1. Promosi sebagai Strategi Branding

Dari informasi yang ada, SD Ma'arif Ponorogo terbukti setiap tahunnya masih selalu diminati masyarakat hingga sekarang. SD ini selalu memperoleh siswa baru yang sangat banyak dan tidak pernah kekurangan siswa. Jumlah siswa di sekolah ini hampir mencapai 1000 siswa sehingga apabila kita melewati sekolah ini pada saat jam pulang sekolah maka laju perjalanan kita akan sedikit terganggu.¹⁴ Terlihat jelas sekali betapa ramai siswanya ketika jam pulang sekolah tiba. Dari fenomena tersebut tentu mengindikasikan bahwa SD Ma'arif Ponorogo di mata masyarakat mempunyai *brand image* yang cukup positif.

Sebagaimana lazimnya sekolah-sekolah secara umum, SD Ma'arif Ponorogo juga melakukan promosi sewajarnya kepada masyarakat. Untuk memperkenalkan profil dan semua hal seputar tentang sekolah, sekolah ini memanfaatkan teknologi walaupun juga belum juga begitu masif dilakukan, yakni melalui website sekolah dan media sosial yang dimiliki seperti facebook, instagram, tiktok dan lain sebagainya. Sementara di sisi lain, SD Ma'arif Ponorogo secara langsung juga menyampaikan informasi pendaftaran di sekolah-sekolah TK sekitar.

Sekolah juga selalu membangun relasi yang baik dengan wali murid. Hubungan baik ini dijalin melalui komunikasi yang baik, yakni melalui grup *whatsapp* yang dimiliki oleh kelas-kelas. Di setiap kelas dibentuk paguyuban, di mana paguyuban ini memiliki struktur kepengurusan. Paguyuban ini diberdayakan sebagai wadah komunikasi antara wali murid dan sekolah. SD Ma'arif Ponorogo kemudian sangat terbuka dengan segala masukan-masukan

¹⁰ Tutik Saptiningsih Fathul Mujib, *School Branding: Strategi di Era Disruptif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021).

¹¹ Umi Halwat Yekti Azizah, "Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat," *DIRASAH* 6, no. 2 (2023).

¹² Destiniar Rusyanti, Titik, Yaser Arafat, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah," *Jurnal Educatio FKIP UNMA* 7, no. 3 (2021).

¹³ Yekti Azizah, "Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat."

¹⁴ Wawancara dengan Fajar Sambudi, Mantan Kepala Sekolah SD Ma'arif Ponorogo pada tanggal 15 Juli 2024

yang membangun dari wali murid. Dari relasi yang terbangun baik inilah kemudian ternyata menjadi kekuatan promosi tersendiri yang sangat menguntungkan. Sebab, stigma positif dari wali murid tersebut pada gilirannya ditularkan kepada masyarakat luas dari mulut ke mulut.¹⁵

Promosi sekolah adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu lembaga pendidikan kepada calon siswa, orang tua, dan masyarakat. Tujuan utamanya adalah menarik minat dan meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru. Promosi yang efektif dapat membantu sekolah untuk membangun citra positif, meningkatkan pendaftaran, dan memperluas jangkauan pengaruhnya dalam masyarakat. Berbagai strategi dilakukan sekolah di dalam melakukan kegiatan promosi ini. Promosi sekolah sebenarnya dapat dilakukan sepanjang masa dan sewaktu-waktu. Namun, faktanya sekolah baru akan gencar melakukan aksinya ketika masa pendaftaran siswa baru akan segera dibuka.¹⁶

Terdapat banyak sekali ide yang sudah dilakukan oleh sekolah-sekolah untuk mempromosikan dirinya supaya diminati oleh masyarakat. Beberapa ide tersebut misalnya adalah sekolah melakukan acara *open house*. Kegiatan ini memiliki teknis yaitu sekolah mengadakan sebuah acara kemasyarakatan yang dapat menarik massa yang besar, misalnya pengajian umum, sholawat, atau menggelar pagelaran wayang kulit semalam suntuk. Sebelum acara inti dimulai, atau di sela-sela acara dan pertunjukan promosi sekolah ini dilakukan sehingga masyarakat luas akan mengetahui profil dan prestasi-prestasi sekolah.¹⁷

Ide promosi sekolah yang lain misalnya melalui website dan media sosial. Kemajuan dunia teknologi yang tengah kita rasakan ini ternyata sangat membantu kehidupan kita. Salah satu di antaranya adalah sekolah dapat dipromosikan melalui media sosial. Terobosan ini dirasa sangat efektif dan efisien untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Melalui website dan media sosial sekolah dapat menjelaskan secara jelas dan dapat diupdate setiap waktu mengenai profil sekolah, kurikulum sekolah, prestasi sekolah, kegiatan-kegiatan sekolah dan yang lainnya.¹⁸

Tidak hanya itu, jika kita amati lebih lanjut, banyak juga sekolah yang membuat video profil sekolah yang menunjukkan suasana belajar, fasilitas, dan aktivitas siswa yang kemudian diposting di YouTube dan media sosial. Sekolah juga membuat brosur dan pamflet yang didesain menarik yang menjelaskan visi, misi, dan keunggulan sekolah lalu didistribusikan di tempat-tempat strategis seperti pusat komunitas dan acara lokal.¹⁹ Untuk menarik lebih banyak calon siswa, banyak juga sekolah yang bahkan berani menawarkan program beasiswa atau bantuan keuangan bagi siswa berprestasi. Dengan pendekatan yang kreatif dan

¹⁵ Wawancara dengan Hamdan Rifa'i, Kepala Sekolah SD Ma'arif Ponorogo pada tanggal 13 Juli 2024

¹⁶ Ahmad Bukhori Salvadora Erik Presica, "Strategi Komunikasi Digital: Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi di MI Unggulan Darul Mujtaba," *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 5 (2024).

¹⁷ Lilik Huriyah Dimas Syafa' Syahrul Faizin, Samsul Maarif, "PENGELOLAAN PROGRAM OPEN HOUSE SEBAGAI AJANG PROMOSI," *JURNAL KEPENDIDIKAN ISLAM* 11, no. 1 (2021).

¹⁸ Joice Manurung Erman Anom Iswadi, "strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment," *Technomedia Journal (TMJ)* 8, no. 2 (2023).

¹⁹ Iswadi.

terencana tersebut, promosi sekolah dapat menjangkau lebih banyak calon siswa dan orang tua sehingga dapat berpotensi meningkatkan perolehan siswa baru.

SD Ma'arif sebagai sekolah swasta yang memperoleh kepercayaan baik dari masyarakat tentu pada mulanya tidak serta merta demikian. Ia juga merintis sekolah dengan optimal dan pada saat yang sama juga melakukan promosi secara aktif dan kreatif sebagaimana sekolah-sekolah lainnya dan memanfaatkan segala celah dan peluang yang ada untuk melakukan promosi.

2. Menjaga Identitas Sekolah sebagai *Branding* Sekolah

SD Ma'arif Ponorogo merupakan sekolah di bawah naungan LP Ma'arif Nahdlatul Ulama sehingga dalam pembelajarannya sangat mengedepankan ajaran *Ahlussunnah wal Jamaah* (Aswaja) *an Nahdhiyah*. *Ahlussunnah wal Jamaah* (Aswaja) *an Nahdhiyah* merujuk pada paham dan praktik Islam Sunni yang diusung oleh Nahdlatul Ulama (NU), sebuah organisasi masyarakat Islam terbesar di Indonesia. Aswaja dalam konteks ini mengedepankan pemahaman moderat dan inklusif. Aswaja NU ini sangat menghargai peran ulama dan tradisi keilmuan Islam, termasuk kitab-kitab klasik dan metode ijtihad. Ia juga sangat menjunjung tinggi nilai-nilai toleransi dan kerukunan antarumat beragama. Isu-isu keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat untuk membangun persatuan dan solidaritas di antara umat Islam untuk menghindari perpecahan menjadi salah satu fokusnya. Pendeknya, Aswaja *an Nahdhiyah* menekankan pentingnya memahami ajaran Islam secara komprehensif, tanpa terjebak dalam ekstremisme, dan selalu berupaya untuk membangun dialog antarumat beragama.²⁰

Dalam hal praktek ibadah ritual sehari-hari *Aswaja an Nahdhiyah* juga memiliki pandangan dan prinsip tersendiri yang barangkali dianggap sedikit berbeda dengan ormas-ormas Islam lainnya. Namun, perbedaannya tersebut bukan merupakan perbedaan yang esensial (*ushuliyah*) melainkan hanya perbedaan yang sifatnya cabang-cabang (*furu'iyah*). Amalan-amalan ritus keagamaan tersebut prinsipnya adalah yang penting sejalan dengan Al-Qur'an dan Sunnah, namun dengan mengintegrasikan budaya lokal dalam praktik keagamaan. Ibadah-ibadah yang dimaksud misalnya adalah ibadah tahlilan, sholawat, dan manaqib. Tahlil, manaqiban, dan solawatan merupakan praktik keagamaan yang umum dilakukan dalam tradisi Islam, khususnya di kalangan *Ahlussunnah wal Jamaah* (Aswaja) dan organisasi seperti Nahdlatul Ulama (NU).²¹ Ibadah-ibadah ritual-sosial keagamaan tersebut biasanya dilakukan secara berjamaah dalam waktu-waktu tertentu dan acara-acara sosial keagamaan tertentu seperti memperingati hari besar keagamaan seperti Maulid Nabi, Isra Mi'raj, tahun baru Islam, malam Jum'at dan lain-lain. Dalam acara-acara yang sifatnya pribadi seperti hajatan dan selamatan pun juga sering dilakukan ibadah-ibadah tersebut.²²

²⁰ Luthfi Hadi Aminuddin, "Respons Nahdlatul Ulama Ponorogo Terhadap Gerakan Islam Fundamentalisme," *Kodifikasi* 9, no. 1 (2015).

²¹ Tuti Munfaridah, "Islam Nusantara Sebagai Manifestasi Nahdlatul Ulama (Nu) Dalam Mewujudkan Perdamaian," *Wahana Akademika* 4, no. 1 (2017).

²² Hanifa A'la Fathur Rohman, "Pembiasaan Tradisi Aswaja Sebagai Upaya Pencegahan Radikalisme Di Madrasah Aliyah Matholi'ul Huda Kedung Jepara," *El Banat* 10, no. 1 (2020).

Sebagaimana dijelaskan di awal, SD Ma'arif Ponorogo merupakan sekolah di bawah naungan LP Ma'arif Nahdlatul Ulama. Karena itu, setiap hari ketika di sekolah anak-anak diajari dan dibudayakan untuk mengamalkan berbagai macam amaliah *ahli sunnah wal jama'ah an-nahdhiyah*. Misalnya, bersama-sama membaca tahlil, sholawat, manaqib, dan tentunya tidak melupakan salat dhuha, solat berjamaah, dan lain sebagainya. Bagi SD Ma'arif Ponorogo, pengamalan dan pembudayaan amaliah *ahli sunnah wal jama'ah an-nahdhiyah* tadi adalah harga mati dan menjadi identitas sekolah ini. Konsistensi dalam menjaga identitas ini pada gilirannya bisa dibilang menjadi *branding* tersendiri bagi sekolah ini. Sebab, warga *nahdhiyin* kemudian sangat antusias dan memilih untuk menyekolahkan di sini. Mayoritas peserta didik SD Ma'arif Ponorogo dapat dikatakan memang berasal dari masyarakat yang merupakan jamaah yang fanatik dengan Nahdlatul Ulama.

3. Menjaga Kualitas Pendidikan sebagai *Branding* Sekolah

Dalam memberikan pendidikan yang berkualitas kepada semua siswanya, SD Ma'arif Ponorogo melakukan hal-hal berikut:

Pertama, SD Ma'arif Ponorogo berusaha memberikan layanan akademik yang bermutu dan maksimal kepada siswanya. Kualitas pembelajaran SD Ma'arif Ponorogo dijaga dengan cara kepala sekolah memastikan semua guru memiliki perangkat pembelajaran. Perangkat pembelajaran adalah alat atau sumber yang digunakan oleh pendidik untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi proses pembelajaran. Perangkat ini dirancang untuk memfasilitasi pembelajaran yang efektif dan terstruktur, serta membantu mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan. Beberapa contoh perangkat pembelajaran misalnya Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP), bahan ajar (seperti buku, modul, atau sumber digital yang digunakan dalam pembelajaran), kemudian media pembelajaran (baik yang berbentuk cetak, visual atau audiovisual), dan penilaian (tes, kuis, atau tugas yang digunakan untuk mengukur pencapaian belajar siswa).

Serangkaian perangkat pembelajaran di atas harus disusun dan dimiliki oleh guru di SD Ma'arif Ponorogo. Pengelola SD Ma'arif Ponorogo meyakini bahwa ketika seorang guru menyusun dan menerapkan serangkaian perangkat pembelajaran di atas maka pembelajaran yang terjadi di kelas-kelas akan berjalan secara berkualitas dan tentunya kompetensi siswa akan mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan dan harapan. Guru pun akan sangat terbantu dalam merencanakan dan melaksanakan pembelajaran secara terstruktur. Sedangkan evaluasi pembelajaran dalam rangka mengukur level ketercapaian pembelajaran pun akan lebih mudah dan jelas dilakukan oleh guru jika sebelum masuk kelas guru sudah menyiapkan perangkat pembelajarannya. Sementara untuk materi pelajarannya, karena SD Ma'arif merupakan sekolah dasar, maka materi pelajarannya seperti SD lainnya namun ditambah dengan materi khusus dari lembaga ma'arif. Materi tambahan tersebut misalnya adalah Al-Qur'an Hadits, Aqidah Akhlaq, SKI, Bahasa Arab, dan lain sebagainya.

Upaya-upaya yang dilakukan pengelola di atas adalah wujud dari strategi dalam menghadirkan layanan akademik yang berkualitas. Di mana secara detil dapat dijelaskan bahwa karakteristik pembelajaran berkualitas diantaranya adalah pembelajaran tersebut

interaktif, partisipatif, relevan, inovatif, dan berorientasi pada hasil.²³ Pembelajaran yang berkualitas memiliki banyak manfaat, baik bagi siswa, guru, maupun sekolah secara keseluruhan. Pembelajaran yang berkualitas tentu akan sangat berdampak positif bagi masa depan siswa, karena memang suatu pendidikan diproyeksikan untuk menggarap aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik siswa. Siswa yang memperoleh pembelajaran berkualitas setiap harinya, sangat berpotensi untuk memiliki prestasi akademik yang baik, keterampilan yang cakap, emosi yang mantap dan stabil, komunikasi yang mahir, berpikir di luar kotak, menghasilkan ide-ide baru dan solusi kreatif terhadap masalah, memiliki kemandirian belajar, dan tentunya karir serta masa depannya yang cerah. Dengan semua manfaat ini, pembelajaran yang berkualitas menjadi sangat bermanfaat karena mampu menciptakan generasi yang tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga siap berkontribusi positif bagi masyarakat

Kedua, melaksanakan pendidikan karakter kepada siswa. Pendidikan karakter di SD Ma'arif Ponorogo dilakukan melalui berbagai pembiasaan di sekolah. Pendidikan karakter melalui pembiasaan merupakan pendekatan yang menekankan pentingnya kebiasaan baik dalam kehidupan sehari-hari siswa. Dengan pembiasaan ini, diharapkan nilai-nilai karakter dapat terinternalisasi dalam diri siswa secara alami dan berkelanjutan. Penanaman karakter di SD Ma'arif Ponorogo dibagi menjadi dua kegiatan besar, yakni penanaman karakter religius dan penanaman karakter positif.

Penanaman karakter religius dilakukan melalui kegiatan keagamaan dan penanaman pembiasaan ibadah yang tertib mulai dari ibadah wajib hingga ibadah sunnah. Ibadah wajib misalnya dari membiasakan melaksanakan salat dzuhur berjamaah hingga mengerjakan sholat dhuha yang dilakukan setiap hari. Pembiasaan sholat Dzuhur berjamaah dilaksanakan ketika jam pelajaran berakhir sedangkan pembiasaan salat dhuha dilaksanakan di masjid NU Ponorogo yang letaknya bergandengan sekolah, setiap pagi pada awal jam pelajaran pukul 07.00 sebelum semua siswa masuk ke kelas masing-masing. Selain itu, SD Ma'arif Ponorogo juga melaksanakan program BTQ dan tahfidz untuk memastikan kemampuan baca tulis serta hafalan Al Quran para siswa bagus. Kegiatan BTQ dan *tahfidz* ini menggunakan metode *tartila bil qalam* dilaksanakan setiap hari, setelah salat dhuha berjamaah, kira-kira pukul pukul 07.30-08.00 WIB sebelum kegiatan KBM dimulai. Sekolah mengupayakan minimal sampai dengan kelas 6 semua anak bisa menghafal Al-Qur'an juz 30.

Sementara untuk pembiasaan yang berkaitan dengan karakter positif seperti kedisiplinan, sopan santun, kejujuran, toleransi, kasih sayang, dermawan, dan sebagainya, ditanamkan melalui kegiatan-kegiatan di sekolah, seperti upacara bendera, pembiasaan sapa, salam dan senyum setiap paginya, dan penekanan sikap-sikap baik berupa adab terhadap orang tua/guru di sekolah, adab berdoa ketika masuk masjid dan juga berdoa ketika masuk kelas. Pendidikan karakter Islami inilah yang sesungguhnya menjadi salah satu daya tarik terbesar sehingga masyarakat *nahdliyin* utamanya, berbondong-bondong mempercayakan pendidikan buah hatinya di sekolah ini. Mayoritas orang tua sekarang selain membekali ilmu

²³ Amalia Dwi Pertiwi, Siti Aisyah Nurfatimah, dan Syofiyah Hasna, "Menerapkan Metode Pembelajaran Berorientasi Student Centered Menuju Masa Transisi Kurikulum Merdeka," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 2 (2022).

umum yang berkualitas mereka juga sangat ingin dan memperhatikan Pendidikan agama untuk buah hatinya. Agama dan akhlak terpuji hari ini menjadi sesuatu yang sangat berharga dan dicari-cari oleh orang tua pada umumnya.

Pendidikan karakter adalah proses yang bertujuan untuk membentuk dan mengembangkan nilai-nilai moral, etika, dan sikap positif dalam diri individu. Pendidikan ini mencakup pengajaran tentang keterampilan sikap atau *soft skill* seperti kejujuran, tanggung jawab, kepedulian, kerja sama, dan rasa hormat. Melalui pendidikan karakter, diharapkan individu dapat menjadi pribadi yang lebih baik dan berkontribusi positif kepada masyarakat. Pendekatan ini sering diterapkan di lingkungan sekolah, tetapi juga relevan dalam konteks keluarga dan komunitas. Gagasan pendidikan karakter di Indonesia berfokus pada integrasi nilai-nilai Pancasila dalam kurikulum, mendorong siswa untuk menjadi warga negara yang baik dan berakhlak mulia.²⁴ Pendidikan karakter mencakup pengembangan kompetensi sosial dan emosional, serta pengajaran tentang toleransi, kerja sama, dan disiplin. Melalui pendekatan holistik, diharapkan siswa tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga memiliki karakter yang kuat untuk menghadapi tantangan masa depan.

Ketiga, sarana dan prasarana yang terus ditingkatkan dari waktu ke waktu. Untuk mendukung efektivitas pembelajaran di SD Ma'arif Ponorogo, sarana prasarana sekolah diusahakan terus mengalami peningkatan. Beberapa sarana seperti meja, kursi, papan tulis, buku pembelajaran, terlihat tersedia di semua ruangan kelas. Bahkan sarana kekinian seperti LCD juga sudah disediakan untuk menunjang proses pembelajaran sehari-hari. Prasarana sekolah seperti ketersediaan gedung dan ruangan kelas yang representatif, toilet, lapangan, taman, kantin, koperasi, dan lain sebagainya juga disediakan dengan baik walaupun juga masih perlu pemeliharaan dari waktu ke waktu.

Keempat, ekstra kurikuler yang terus dibina. SD Ma'arif Ponorogo juga selalu membina sejumlah ekstrakurikuler dengan baik, dalam rangka mengasah dan mengembangkan potensi siswa. Misalnya adalah ekstrakurikuler MIPA, *tilawatil quran*, futsal, pencak silat, voli, seni tari, pramuka, dan *drumband*. Adapun jadwalnya adalah kegiatan ekstra kurikuler *tilawatil quran* dilaksanakan setiap hari Kamis, Kegiatan ekstra kurikuler futsal dilaksanakan setiap hari Jum'at, Kegiatan ekstra kurikuler voli putri dilaksanakan setiap hari Kamis dan Sabtu, Kegiatan ekstra kurikuler voli putra dilaksanakan setiap hari senin dan Jum'at, Kegiatan ekstra kurikuler pramuka dilaksanakan setiap hari Sabtu ke-1 dan ke-3, Kegiatan ekstra kurikuler pencak silat dilaksanakan setiap hari Kamis, dan lain sebagainya.²⁵ Sementara untuk memperkenalkan berbagai instansi di sekitar dan *tadabbur* alam, kegiatan *outdoor class*, *outdoor learning*, *outing class* juga dilakukan dengan mengunjungi berbagai lembaga/instansi seperti Polres, *Ponorogo City center* (PCC), wisata alam dan lain sebagainya. Bahkan, terkadang juga melakukan *outing class* ke luar kota.

Kelima, tenaga pendidikan yang harus terus belajar dan berinovasi. Inovasi guru merujuk pada penerapan ide, metode, atau strategi baru dalam proses pembelajaran untuk

²⁴ Rohendi Edi, "Pendidikan Karakter di Sekolah," *EduHumaniora | Jurnal Pendidikan Dasar Kampus Cibiru* 3, no. 1 (2016).

²⁵ <https://sdmaarifponorogo.sch.id/>, diakses tanggal 2 Agustus 2024

meningkatkan efektivitas dan keterlibatan siswa.²⁶ Para guru dan karyawan SD Ma'arif Ponorogo diwajibkan untuk terus melakukan kegiatan pengembangan diri, dan juga diberdayakan untuk diskusi antar guru di sekolah. Semua ditujukan agar para guru di sekolah ini memiliki kompetensi keguruan yang semakin cakap dan terus berkembang serta mengikuti derap zaman yang melaju secara cepat. Guru yang mengikuti perkembangan zaman sangat penting untuk memastikan bahwa metode pengajaran mereka tetap relevan dan efektif. Dengan demikian, guru yang proaktif mengikuti perkembangan zaman dapat menciptakan lingkungan belajar yang dinamis dan relevan bagi siswa. Untuk kegiatan pembelajaran di kelas, guru di sekolah ini ditekan supaya menggunakan berbagai macam metode yang relevan dan *up to date* agar anak tidak bosan dan bisa memahami materi dengan baik. Intinya, dengan pendekatan yang inovatif ini, diharapkan guru tidak hanya mengajarkan materi Pelajaran semata, tetapi juga membekali siswa dengan keterampilan dan pemikiran kritis yang dibutuhkan di masa depan.²⁷

Paparan di atas telah menjelaskan bahwa SD Ma'arif Ponorogo terus berupaya untuk menjaga kualitas pembelajaran dan memperkuat pendidikan karakter. Buah dari komitmen tersebut salah satunya adalah terbukti bahwa sampai dengan hari ini lembaga ini memiliki banyak prestasi akademik maupun non akademik, baik di tingkat lokal, regional maupun nasional.

D. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut. *Pertama*, SD Ma'arif membranding dirinya dengan beberapa hal prinsip. Upaya branding yang dimaksud adalah melakukan promosi sebagaimana lazimnya sekolah pada saat penerimaan peserta didik baru (PPDB). Promosi juga dilakukan melalui jalur online dan offline serta menjalin hubungan baik dengan wali murid dan masyarakat sehingga informasi terkait lembaga juga tersambung ke masyarakat luas dari mulut ke mulut. SD Ma'arif juga membranding dirinya dengan cara membangun iklim pendidikan yang bermutu namun pada saat yang sama sekolah ini karena lahir dari ormas NU, maka nafas dan ruhnya sangat kental sekali dengan budaya NU. Tidak hanya kental, bahkan hal ini menjadi karakter pokok yang menjadi distingsi sekolah ini dengan sekolah-sekolah lainnya.

E. REFERENCES

- Al Alawi, Pythag Kurniati Muhlis. "5 SDN di Ponorogo Tak Dapat Murid Baru, Kadindik: Kalah Kompetisi." *Kompas.com*, 2023.
<https://surabaya.kompas.com/read/2023/07/18/102048078/5-sdn-di-ponorogo-tak-dapat-murid-baru-kadindik-kalah-kompetisi>.
- Aminuddin, Luthfi Hadi. "Respons Nahdlatul Ulama Ponorogo Terhadap Gerakan Islam Fundamental." *Kodifikasi* 9, no. 1 (2015).
- Azizah, Umi Halwat Yekti. "Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat." *DIRASAH* 6, no. 2 (2023).

²⁶ Firdha Yusmar Mahardika, ""Inovasi Pendidikan Sebagai Solusi Permasalahan Pendidikan," *FKIP e-PROCEEDING*, 2023.

²⁷ Wawancara dengan Hamdan Rifai, kepala sekolah SD Ma'arif Ponorogo tanggal 25 Juli 2024

- Bukhori, Ahmad, Salvadora Erik Presica. "Strategi Komunikasi Digital: Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi di MI Unggulan Darul Muftaba." *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 5 (2024).
- Destiniar, Rusyanti, Titik, dan Yaser Arafat. "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah." *Jurnal Educatio FKIP UNMA* 7, no. 3 (2021).
- Fathul Mujib, Tutik Saptiningsih. *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2021.
- Firdha Yusmar Mahardika, and. "Inovasi Pendidikan Sebagai Solusi Permasalahan Pendidikan." *FKIP e-Proceeding*, 2023.
- Huriyah, Lilik, Dimas Syafa' Syahrul Faizin, dan Samsul Maarif. "Pengelolaan Program Open House Sebagai Ajang Promosi." *Jurnal Kependidikan Islam* 11, no. 1 (2021).
- Kompri. *Manajemen Pendidikan 2*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Kurniasari. "Ini 10 Daftar Sekolah Dasar (SD) Terbaik di Ponorogo 2023, Ada SD Negeri dan Swasta." *Trenggalekpedia.com*, 2023. <https://trenggalekpedia.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-1656520839/ini-10-daftar-sekolah-dasar-sd-terbaik-di-ponorogo-2023-ada-sd-negeri-dan-swasta>.
- Manurung, Joice, Erman Anom, dan Iswadi. "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik di Dotodo Music Edutainment." *Technomedia Journal (TMJ)* 8, no. 2 (2023).
- Munfaridah, Tuti. "Islam Nusantara Sebagai Manifestasi Nahdlatul Ulama (NU) Dalam Mewujudkan Perdamaian." *Wahana Akademika* 4, no. 1 (2017).
- Pertiwi, Amalia Dwi, Siti Aisyah Nurfatimah, dan Syofiyah Hasna. "Menerapkan Metode Pembelajaran Berorientasi Student Centered Menuju Masa Transisi Kurikulum Merdeka." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 2 (2022).
- Rohendi, Edi. "Pendidikan Karakter di Sekolah." *EduHumaniora / Jurnal Pendidikan Dasar Kampus Cibiru* 3, no. 1 (2016).
- Rohman, Hanifa A'la Fathur. "Pembiasaan Tradisi Aswaja Sebagai Upaya Pencegahan Radikalisme di Madrasah Aliyah Matholi'ul Huda Kedung Jepara." *El Banat* 10, no. 1 (2020).
- Sudirjo, Frans, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan: Konsep, Model, dan Implementasi*. Padang: Get Press Indonesia, 2023.
- Susilo, Mohamad Joko. "Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat." *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa* 12, no. 1 (2022).
- Tasruddin, Ramsiah. "Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif." *Jurnal Al-Khitabah* 2, no. 1 (2015): 107–16.
- Wahyudi. "Membangun Brand Image Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah di SMP Muhammadiyah Al-Mujahidin Kabupaten Gunungkidul." *G-COUNS: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 4, no. 1 (2019).
- Wijayanto, Ndaru. "Ratusan SD Negeri di Ponorogo Kekurangan Siswa saat PPDB 2023, Hanya 11 Sekolah yang Penuhi Pagu." *jatim.tribunnews.com*, 2023. <https://jatim.tribunnews.com/2023/07/04/ratusan-sd-negeri-di-ponorogo-kekurangan-siswa-saat-ppdb-2023-hanya-11-sekolah-yang-penuhi-pagu>.
- Yekti Azizah, Yumi Halwat. "Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat."
- "<https://sdmaarifponorogo.sch.id/>." Diakses 2 Agustus 2024.