

STRATEGI BRANDING IMAGE DALAM MENINGKATKAN MUTU PENDIDIKAN DI MTS NEGERI 4 PEDAN

Alfian Nurul Khoirulloh

Universitas Muhammadiyah Surakarta

alfiangans16@gmail.com

Hafidz

Universitas Muhammadiyah Surakarta

hafidz@ums.ac.id

Received : 06, 2023. Accepted : 10, 2023.

Published: 10, 2023

Abstrak

The quality of education is very influential with branding to introduce educational institutions to the public, because educational institutions that have quality educational institutions always give attraction and interest to the community to entrust their daughters to study at the institution. their daughters to study at the institution. Image strategy that

The Image Strategy applied at MTs Negeri 4 Pedan Klaten in improving the Quality of Education is in the form of Mirror Image, Multipurpose Image, Current Image of Institutional Quality at MTs Negeri 4 Pedan Klaten in improving the Quality of Education is in the form of Bulit it, Melt it down, Improve the Quality of Education. Education is in the form of Bulit it, Attach and maintain brand equity. brand. This research using a qualitative descriptive approach was adopted in this investigation. The purpose of qualitative research is to study how reality is understood by those who participate in the research. The method was used to describe and analyze the Image Strategy applied at MTs N 4 Pedan in improving institutional quality. 4 Pedan in improving institutional quality, the research was conducted at MTs N 4 Pedan Klaten. School principal, instructors, support personnel, and students all participated as informants in this study. informants in this study. The researcher used a purposive sampling approach to select and identify informants for this study. This research gathered information through in-depth interviews, document analysis, and participant observation. participant observation. Triangulation was used to ensure the data was reliable by comparing results from multiple sources. Information or data collected from written sources was triangulated with.

Keywords: Strategy, Branding Image, Quality Of Education

Corresponding Author:

Alfian Nurul Khoirulloh

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: alfiangans16@gmail.com

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi hal baru untuk mewujudkan peserta didik yang punya integritas, hal tersebut menjadi tantangan lembaga pendidikan agar selau berinovasi dalam membangun dan meningkatkan mutu pendidikan dengan mendayagunakan potensi yang ada sehingga mampu menciptakan proses pembelajaran yang berkualitas.¹

Fasilitas dan layanan yang diberi oleh lembaga pendidikan kepada siswanya terkait langsung dengan mutu pendidikan, semakin baik layanan yang diberi maka semakin gencar pula masyarakat dan wali siswa untuk membantu memberi sumbangsih kepada lembaga tersebut.² Daris inilah signal yang diberi oleh masyarakat dan wali siswa bisa menjadi acuan dan menilai bahwasanya lembaga tersebut kredibel dan mampu memberi output dan outcome yang berkualitas.

Tentunya lembaga pendidikan punya strategi khusus untuk meyakinkan masyarakat seperti halnya memberlakukan peraturan yang harus ditaati oleh warga sekolah, dimana dalam pengimplementasiannya berupa kedisiplinan, komitmen, serta kerja keras, kualitas ini akan membentuk cara mencapai tujuan pertumbuhan sistem pendidikan.³ Hal ini bermaksud agar lembaga pendidikan punya daya saing dan mampu bersaing dengan baik dengan yang lainnya.⁴

Oleh karena itu, masuk akal jika institusi pendidikan, seperti halnya bisnis lainnya, perlu menumbuhkan *brand image* yang positif guna mempertahankan pelanggan mereka saat ini serta menarik pelanggan baru. Peningkatan *brand awareness*, pengembangan *brand identity*, kejelasan *brand associations*, serta memberi keyakinan kepada calon pelanggan (*brand loyalty dan brand feeling*) bahwasanya produk/jasa yang diberi benar-benar unggul, berkualitas, serta bernilai tinggi bisa membantu lembaga pendidikan mempertahankan pelanggan yang ada serta menarik yang baru. Tingkat *trustworthiness* yang tinggi diinginkan pada produk jika kondisi tersebut bisa dipenuhi.⁵

Di bawah naungan Kementerian Agama, Madrasah Tsanawiyah 4 Negeri Pedan Klaten menyelenggarakan pendidikan SMP bernuansa Islami; dengan motto “MTs Lebih Baik, Lebih Baik MTs”, MTs N Pedan dipersiapkan untuk

¹M. Munir, “Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan,” *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2022).

²Syarnubi, “Manajemen Konflik Dalam Pendidikan Islam Dan Problematikanya: Studi Kasus Di Fakultas Dakwah Uin-Suka Yogyakarta,” *Tadrib: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2016): 151–78.

³Sukirman, Masnun Baiti, dan Syarnubi, “Konsep Pendidikan menurut Al-Ghazali,” *Jurnal PAI Raden Fatah* vol 5, no. 3 (2023): 451–69.

⁴Arifin Sukung Arwildayanto dan Et. Al, *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi* (Bandung: Cendikia Press, 2018).

⁵Parampassi dan Andi Mohamad Kemal, “Strategi Periklanan Sense Visual Dalam Membangun Brand Image Pada Instagram @Hondajagoanku= Sense Visual Advertising Strategy in Building Brand Image On Instagram@ Hondajagoanku,” *PhD Thesis. Universitas Hasanuddin*, 2022.

mendidik generasi penerus umat Islam secara lebih menyeluruh; dengan memasukkan ilmu pengetahuan dan sains serta pengetahuan agama ke dalam kurikulum, diharapkan akan terbentuk siswa yang cerdas secara ilmiah, berakhlak mulia.⁶

Terbukti dengan adanya Brand Image berupa terwujudnya generasi islami, unggul dalam iptek yang berwawasan lingkungan sesuai visi tersebut maka lembaga ini menyeimbangkan antara keimanan berupa imtaq dengan ilmu pengetahuan berupa iptek. Sehingga output yang dihasilkan punya keunggulan dalam bidang wawasan lingkungan, unggul dalam bidang teknologi, ibadah dan muamalah.⁷ *doing the right thing*

Manajer memakai strategi untuk melaksanakan tindakan yang meningkatkan kinerja organisasi. Sementara itu, aspek terpenting dalam menegakkan seluruh prosedur operasional yang sudah ada di lembaga pendidikan adalah strategi ataupun taktik. Prim Masrokan Mutohar mengutip pernyataan Drucker bahwasanya strategi ini juga bisa dilihat sebagai semacam tindakan moral. Oleh karena itu, jika upaya seorang manajer dalam merencanakan, mengorganisir, menyebarkan, dan mengevaluasi bintang-bintang suatu lembaga pendidikan merupakan strategi, maka permasalahan tersebut bisa dihindari dan tujuan lembaga bisa terwujud dengan cara yang efisien dan efektif.⁸

Mutu pendidikan yang menurut V. Gasparez meliputi realisasi, ketergantungan, daya tanggap, jaminan, dan empati, bisa ditingkatkan untuk merevitalisasi lembaga pendidikan Islam. Ini berfungsi sebagai panduan untuk memilih tindakan (taktik) yang harus dilaksanakan secara holistik untuk memastikan bahwasanya semua tugas diselesaikan dengan sukses dan sejalan dengan tujuan yang telah ditentukan.⁹ Eksistensi inilah yang diberi lembaga pendidikan untuk selalu mampu bersaing sesuai kondisi apapun sesuai kebutuhan masyarakat. Ingatlah bahwasanya orang tua bertanggung jawab untuk mencarikan sekolah terbaik ataupun berkualitas untuk anaknya, dan langkah-langkah seperti yang diuraikan di atas mungkin bisa menjadi solusi bagi setiap orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya.¹⁰

⁶Alimron, Syarnubi, dan Maryamah, "Character Education Model in Islamic Higher Education," *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan Islam* vol 15, no. 3 (2023).

⁷Syarnubi Syarnubi, "Guru yang Bermoral dalam Konteks Sosial, Budaya, Ekonomi, Hukum dan Agama (Kajian Terhadap UU No 14 Tahun 2005 Tentang Guru Dan Dosen)," *Jurnal PAI Raden Fatah* 1, no. 1 (2019), doi:10.19109/PAIRF.V1I1.3003.

⁸Prim Masrokan Mutohar, *Manajemen Strategik Pendidikan* (Tulungagung: Cahaya Abadi, 2019).

⁹Nazarudin, *Manajemen Strategi* (Palembang: Amanah, 2020).

¹⁰Malta, Syarnubi, dan Sukirman, "konsep pendidikan anak dalam keluarga menurut ibrahim amini," *Jurnal PAI Raden Fatah* vol 4, no. 2 (2022): hal 141.

METODE PENELITIAN

Pendekatan deskriptif kualitatif diadopsi dalam penyelidikan ini. Penelitian yang dilaksanakan dalam lingkungan alami dan memakai metodologi alami dianggap kualitatif.¹¹ Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mempelajari bagaimana realitas dipahami oleh mereka yang berpartisipasi dalam penelitian.¹² Metode itu dipakai untuk mendeskripsikan serta menganalisis Strategi Image yang diterapkan di MTs 4 Pedan dalam meningkatkan mutu kelembagaan, Penelitian dilaksanakan di MTs N 4 Pedan Klaten. Kepala sekolah, instruktur, tenaga pendukung, dan siswa semuanya berpartisipasi sebagai informan dalam studi ini. Peneliti memakai pendekatan purposive sampling guna memilih dan mengidentifikasi informan penelitian ini. Penelitian ini mengumpulkan informasi melalui wawancara mendalam, analisis dokumen, dan observasi partisipan. Triangulasi digunakan untuk memastikan data bisa diandalkan dengan membandingkan hasil dari banyak sumber. Informasi ataupun data yang dikumpulkan dari sumber tertulis ditriangulasi dengan wawancara dan observasi langsung untuk memastikan keakuratannya.¹³ Triangulasi ini dilaksanakan dengan: (1) membandingkan data observasi dengan data wawancara; (2) membandingkan pernyataan publik dan pribadi; (3) Periksa skenario penelitian dari sudut pandang peserta dan peneliti; (4) bandingkan pengalaman serta perspektif individu dengan pengalaman dan perspektif orang lain; dan (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen terkait. Metode analisis yang digunakan disini disebut analisis model interaktif.¹⁴ Reduksi data, penyajian data, dan penyusunan kesimpulan merupakan tahapan dalam proses analisis studi ini.

HASIL PENELITIAN

1. Strategi Membangun Brand Image MTs Negeri 4 Pedan Klaten

Strategi Brand yang diterapkan oleh MTsN 4 Pedan Klaten tahun lalu tentunya memiliki perbedaan dengan sekolah MTs pada umumnya, hal ini disebabkan oleh kebijakan yang diambil oleh pemangku kebijakan tertinggi di sekolah seperti halnya kepala madrasah selaku eksekutor dalam memilih dan mengembangkan strategi yang cocok untuk tetap menampilkan madrasah yang eksis dikalangan umum.

Terlihat bahwasanya dalam suatu sistem organisasi, administrator memakai strategi untuk melaksanakan kegiatan dengan tujuan memastikan efektivitas dan efisiensinya. Begitu pula dalam lembaga pendidikan, strategi

¹¹B. Bingin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2019).

¹²A. J. Cropley, *Introduction to Qualitative Research Methods* (Riga Latvia: Zinatne, 2019).

¹³Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018).

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

dan taktik merupakan aspek yang paling krusial dari seluruh proses kegiatan yang ada. Drucker mengungkapkan, dalam Prim Masrokan Mutohar, taktik juga bisa dipandang sebagai metode melaksanakan hal yang benar (*doing the right thing*). Taktik selanjutnya adalah upaya yang dilaksanakan pimpinan lembaga pendidikan untuk mengatur dan mengelola lembaga melalui perencanaan, pengorganisasian, mobilisasi, dan evaluasi agar tujuan lembaga bisa tercapai.¹⁵

a. Strategi Branding Image di MTs Negeri 4 Pedan Klaten

Ibu Umi Muslikhah, S.Ag., kepala MTs N 4 Pedan Klaten dalam wawancaranya menyatakan bahwasanya MTs N 4 Pedan Klaten sudah punya *brand* tersendiri di masyarakat. Untuk membedakan output madrasah dan lembaga publik, strategi utama tentu saja dengan terus meningkatkan kualitas baik prestasi akademik maupun akhlak.¹⁶ Selain itu, lulusan MTs N 4 Pedan Klaten bisa melanjutkan pendidikan di SMA/MA bergengsi. MTs N 4 Pedan Klaten rutin mengunggah kegiatan ke media cetak dan online antara lain Majalah Gema Matsabangga, Suara Merdeka, Tabloid Aspirasi, Tabloid Unsur, Facebook, Instagram, YouTube, Website Kanwil Kemenag, dll (Wawancara 30 September 2023). Kepala sekolah, guru, dan siswa di MTs Negeri 4 Pedan Klaten diwawancarai untuk menentukan cara terbaik untuk membangkitkan minat masyarakat setempat terhadap institusi mereka. Mereka menyimpulkan bahwasanya dengan fokus pada pengembangan karakter, mereka bisa membedakan lulusannya dengan lulusan madrasah lain, terbukti MTs Negeri 4 Klaten mendukung potensi peserta didik dalam mengembangkan minat dan bakat dalam berbagai bidang seperti Seni, Olahraga, Agama dan Akademik sehingga perolehan kejuaraan sering didapat dari tahun 2013 – 2022, dari 2 tahun terakhir yakni 2020 telah 5 kejuaraan bergengsi diraih oleh siswa MTs Negeri 4 Pedan Klaten diantaranya adalah Juara 2 Film Pendek LKKS 2020, Juara 2 Poster LKKS 2020, Juara 2 Speak Grup Putri HAB Kemenag 2020, Juara 3 Esmudela Cup Futsal 2020, Juara 3 Volly Putri HAB Kemenag 2020. Di tahun 2022 terdapat 3 perolehan kemenangan yang telah diraih diantaranya Juara 1 KSM tk Kab. Klaten IPS terpadu terintegrasi 2022, Juara 1 KSM tk Kab. Klaten Matematika terintegrasi 2022, Juara 3 OBA tk Kab. Klaten 2022.¹⁷

Selain itu pula peneliti mendapatkan tambahan informasi perihal strategi banding image yang dilaksanakan oleh MTsN 4 Pedan Klaten, dari Bapak Edi Suprptana, S.Pd, M.Pd, selaku Waka Humas menyatakan

¹⁵Syarnubi et al., "Implementing Character Education in Madrasah," *Jurnal Pendidikan Islam* vol 7, no. 1 (2021): 77–94.

¹⁶Muhamad Fauzi dan Hasty Andriani, "Budaya Belajar Santri Berprestasi di Pondok Pesantren," *In Prosiding Seminar Nasional 2023* vol 1, no. 1 (2023): 140–41.

¹⁷"Wawancara, Umi Muslikhah, Klaten 30 September 2023 mengenai strategi banding image MTs N 4 Pedan klaten.," n.d.

bahwasanya kami melaksanakan branding sesuai perolehan yang telah diraih oleh lembaga ini, selain juga prestasi akademik, non akademik, keagamaan dll, ada juga yang tidak lupa kami selipkan yakni output siswa setelah mereka keluar ataupun lulus dari sekolah ini, seperti Banyak lulusan MTs Negeri Pedan yang meraih kesuksesan; Drs. Suyanto, M.Pd. sebagai Kepala MTs Negeri Simo-Boyolali, Naufal Hamadi, mahasiswa FP UGM, Muh. Asrofi, mahasiswa FKIP UNS, Andrid Wibowo, pemain PERSIS Solo.¹⁸

Selain itu pula peneliti mendapatkan tambahan informasi perihal strategi banding image yang dilaksanakan oleh MTsN 4 Pedan Klaten, dari Bapak Drs. Rustam Widaryanto selaku Waka Kurikulum, beliau menyatakan bahwasanya upaya menarik minat masyarakat terhadap MTsN 4 Pedan Klaten, dengan cara mencapai keberhasilan akademik dan non-akademik, serta kinerja pelayanan baik bagi guru maupun staf dimana tahun 2023 rancangan dan pelaksanaan kegiatan yang padat mulai dari bimbingan teknis pembelajaran yang diberi kepada guru, kegiatan pembelajaran siswa didalam maupun luar kelas, hingga mengundang narasumber ahli untuk memberi bimbingan kepada siswa.¹⁹

2. Efektifitas strategi Brading Image dalam meningkatkan Mutu Pendidikan di MTs N 4 Pedan Klaten

Membahas mengenai efektivitas strategi branding yang dilaksanakan di MTs N 4 Pedan Klaten pada tahun 2023, bisa dilihat dari kegiatan rutin dan kegiatan yang meibatkan kerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti halnya,

Tabel 1 kegiatan MTs N 4 Pedan dalam setahun

No	Narasumber	Tanggal dan Agenda	Hasil
1	Bupati Klaten (Sri Mulyani)	3/1/2023 Upacara HAB Kemenag ke-77	Kerukunan Umat untuk Indonesia Hebat
2		lomba dalam rangka memperingati Hari Amal Bhakti (HAB) Kemenag ke-77	Cabang lomba yang diikuti antara lain badminton putra, tenis meja putra, tenis meja putri, estafet tepung, dan naga balon
3	Wakapolsek Pedan IPTU Heri Wibowo	Acara Jumat Curhat 20/01/2023	Curhatan siswa kelas IX A diantaranya adalah tentang perundungan (<i>bully</i>) siswa, organisasi apa saja yang

¹⁸“Wawancara, Edi Suprptana, Klaten 30 September 2023 mengenai lulusan MTs N 4 Pedan Klaten,” n.d.

¹⁹“Wawancara, Rustam Widaryanto, Klaten 30 September 2023 mengenai kegiatan dan proses belajar mengajar MTs N 4 Pedan Klaten,” n.d.

			bisa diikuti oleh siswa, dan bagaimana cara menyikapi ataupun mengatasi siswa yang kecanduan sesuatu yang berbau porno.
4	Zahid Wicaksono Siswa MTs N 4 Pedan Klaten	semifinal dalam mapel Bahasa Inggris di OMADA (Olimpiade Malhikdua)	
5	Ipda Darmanto yang merupakan Kanit Binmas Polsek Pedan	Polisi Masuk Madrasa 15/2/2023	Menyampaikan tentang tertib lalu lintas adalah salah satu cermin kedisiplinan. Hal ini dikarenakan banyaknya siswa madrasah yang berangkat ke madrasah dengan mengendarai sepeda motor.
6	Ustaz Sigit Tri Budiarto, M.Pd.I.	pengajian Isra Mi'raj Nabi Muhammad SAW 1444 H 17/02/2023	Menyampaikan tentang sejarah Isra Mi'raj Nabi Muhammad SAW yang mendapat perintah salat untuk umatnya. Juga berpesan agar seluruh siswa MTS Negeri 4 Klaten selalu menjaga salatnya dengan baik. Hal ini dikarenakan salat bisa mencegah perbuatan keji dan mungkar.
7	Umi muslikhah, S.Ag	Serba serbi menyambut Ramadhan	Pembagian penghargaan kepada siswa berprestasi diantaranya adalah juara lomba Porseni tingkat kabupaten, OPSI (Olimpiade Pelajar Seluruh Indonesia). Selain itu juga dibagikan penghargaan kepada guru berprestasi.
8	Ustaz Muhammad Lutfi Afandi yang merupakan alumni dan imam masjid Al falah Sragen	Pesantren Ramadhan Kamis-Jumat (13-14 April 2023	Tausiah dengan tema perbaiki sholatmu maka Allah akan memperbaiki akhiratmu. Pada penyampaian materi pesantren Ramadan ustaz Luthfi juga memberi materi di kelas 7A dengan tema Ramadan bulan latihan.

9	Dharma Wanita Persatuan (DWP) MTs Negeri 4 Klaten	Bakti sosial DWP 29/04/2023	Bingkisan dibagikan kepada siswa dan warga sekitar yang membutuhkan. Bingkisan untuk siswa dibagikan di serambi masjid Annida, sementara bingkisan untuk warga sekitar disampaikan oleh perwakilan DWP MTs Negeri 4 Klaten.
10	Umi muslikhah, S.Ag	kegiatan akhirussanah untuk siswa kelas IX 24/5/2023	Kegiatan ini dilaksanakan pendopo Marsudi Utomo Kedungan, Pedan dan diikuti oleh 159 siswa kelas IX. Kegiatan ini dihadiri oleh Pengawas Madrasah, Kepala MTs Negeri se-Kabupaten Klaten, wali siswa kelas IX, pengisi acara dari kelas VII dan VIII serta segenap tamu undangan.
11	Umi Muslikhah, S, Ag., M.Pd.	Matsama 17,18, 20 Juli 2023)	Matsama termasuk kegiatan transisi agar siswa benar-benar secara mental siap mengikuti proses pembelajaran di lingkungan belajar yang baru.
12	Umi Muslikhah, S, Ag., M.Pd	Hari Jadi Kabupaten Klaten ke-219, 28 Juli 2023	Sejarah Kabupaten Klaten
13	Umi Muslikhah, S.Ag.,M.Pd	Sosialisasi program kerja dan kegiatan madrasah 9/8/2023	Menekankan supaya orang tua selalu memperhatikan putra putrinya saat di rumah seperti salat, mengaji, dan belajarnya
14	Umi Muslikhah, S.Ag.,M.Pd	Memilih ketua dan wakil ketua OSIS untuk masa bakti 2023-2024. Jumat (11/8/2023)	Berlatih berdemokrasi dengan melaksanakan pemilu OSIS
15		14/08/2023 Peringatan hari ulang tahun Pramuka ke-62	Tema peringatan Hari Pramuka tahun ke-62 adalah SDM yang profesional dan Proporsional.
16	Wakil kepala	Tahfidz cam	Mewujudkan Generasi

	bagian humas (Edi Suprptana, M.Pd.). pendiri Yayasan Al Firdaus (Ustadz Totok Marwoto	Sabtu dan Ahad, 2-3 September 2023)	Rabbani Berjiwa Qur'ani
17	(H. Ahmad Faridi, S.H.I)	19 September 2023 pembinaan dengan Kepala Bidang Pendidikan Madrasah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah	Pembinaan dari Kabid kanwil ini bermkasud guna meningkatkan kompetensi para guru dan pegawai dalam rangka memberi layanan terbaik bagi siswa dan lingkungan belajar yang kondusif.
18	Bapak Suratno	Peringatan maulid Nabi Muhammad SAW. 29/9/2023	Diutusnya Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul Allah, wasiat Rosul Allah, dan kiat menjadi pemuda muslim yang hebat.
19	Hj. Arvik Muji Rahayu, S.Ag., S.Pd.I., M.Pd.I.)	Sosialisasi moderasi beragama, Sabtu, 7/10/2023	Macam ukhuwah dan kunci jalinan ukhuwah.

PEMBAHASAN

1. Strategi Membangun Brand Image

Mengikuti pengamatan seseorang terhadap sesuatu, menurut Buchari, menghasilkan suatu gambaran. Agar bisa memberi kesan yang baik di mata masyarakat, suatu lembaga pendidikan harus mampu menumbuhkan citranya dalam suatu organisasi. Begitu pula jika berasal dari lembaga pendidikan, Buchari Alma mengkategorikan unsur visual menjadi tiga kategori:²⁰

a. Citra Cermin

Yang dimaksud disini adalah kesan yang dimiliki para pemimpin, pendidik, dan staf pengajar terhadap lembaganya serta lebih merasa dirinya di posisi baik. Itu sebabnya Lembaga pendidikan perlu mengukur

²⁰Putu Ayu Nadya Pradnyagita dan Et. Al, "Strategy Of Building A Brand Image In Increasing Competitiveness In Humble Espresso Denpasar," *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis* 1, no. 11 (2022): 3267–86.

citra publiknya dengan melihat bagaimana masyarakat umum memandangnya.

b. Citra serbaneka

Kesan terkait aspek identitas yang dirasakan lembaga pendidikan. Citra masyarakat terhadap lembaga pendidikan berkaitan dengan seberapa puaskah masyarakat, baik ataupun tidak, banyak kekurangannya, dan tidak puas terhadap suatu bentuk layanan pendidikan jenis kelamin tertentu ataupun tidak.

c. Citra kini

Kesan masyarakat terhadap fasilitas ini adalah dari segi kualitas pengajarannya. Persepsi masyarakat umum sejalan dengan apa yang sebenarnya terjadi di sekolah. Sebelum sebuah institusi bisa melaksanakan apa pun untuk meningkatkan reputasinya, semua guru harus menyadari reputasi tersebut saat ini.

David Sukardi Kodrat mengutip Leslie de Chernatony tentang merek, yang mengatakan bahwasanya merek bisa diinterpretasikan dalam banyak cara. Dia mengidentifikasi total 14 Interpretasi untuk memahami sebuah merek, mengklasifikasikannya berdasarkan input, output, ataupun waktu. Pencitraan merek interpretatif berbasis masukan dipandang sebagai cara bagi manajer untuk memposisikan sumber daya mereka untuk membujuk masyarakat.²¹ Nilai lembaga pendidikan bagi masyarakat ditafsirkan dan dipertimbangkan dari sudut pandang mereka terhadap hasil yang mereka hasilkan.²² Yang terakhir, teori berdasarkan kerangka waktu menyoroti sifat berkelanjutan dari branding.

Kategori-kategori tersebut selanjutnya diterjemahkan ke dalam 14 bentuk penafsiran, yakni merek sebagai logo, instrumen hukum, perusahaan, singkatan, pengurang risiko, positioning, kepribadian, seperangkat nilai, visi, nilai tambah, identitas, citra hubungan, serta entri yang berkembang.

Merek sebuah Lembaga pendidikan adalah merek yang dipertanyakan di sini. Merek yang positif meningkatkan nilai suatu perusahaan ataupun merek di mata masyarakat. Selain itu, dengan pandangan optimis ini, masyarakat akan beranggapan bahwasanya perusahaan ini berkualitas tinggi.²³

²¹David Sukardi Kodrat, *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce* (Jakarta: Kencana, 2020).

²²Nyayu Khodijah Syarnubi, Martina, "Pengaruh Lingkungan Sekolah Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di SMP Negeri 9 Tulung Selapan Kabupaten OKI," *PAI Raden Fatah* 1 (2019): 166.

²³Santi Hajriyanti, Akmal Hawi, dan Syarnubi, "Pengaruh Penerapan Strategi Firing Line Terhadap Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas VII di SMP N Sukaraya Kecamatan Karang Jaya Kabupaten Musi Rawas," *Jurnal PAI Raden Fatah* 3, no. 1 (2021): 62.

Perbedaan pandangan para ahli di atas mengenai apa yang dimaksud dengan merek dalam konteks lembaga pendidikan membawa kita pada definisi berikut: merek adalah identitas, logo, simbol, dan nama suatu lembaga yang digunakan membedakan kualitas serta kuantitas pendidikan yang ditawarkan oleh institusi itu. Cara terbaik untuk memastikan masyarakat memandang positif lembaga tersebut adalah dengan berupaya meningkatkan citra lembaga tersebut di mata masyarakat, karena hal ini akan menjadi faktor yang paling berdampak dalam memenangkan hati masyarakat.²⁴ Lembaga harus membuat nama baik bagi dirinya sendiri di lingkungan sekitar dengan memperluas dan meningkatkan penawaran pendidikannya.

2. Strategi Branding Image meningkatkan mutu pendidikan

a. Membangun (Bulit it)

Membangun merek yang sukses, unik, dan berkesan membutuhkan waktu dan strategi. Pencitraan merek langsung dan tidak langsung bisa dilaksanakan dengan berbagai jenis postingan.

b. Melekatkan

Menghubungkan merek baru ke merek yang sudah ada adalah strategi efektif lainnya. Merek-merek yang baru diperkenalkan sangat rentan jika namanya dilekatkan pada merek pesaing. Selain itu, hal ini bisa berfungsi sebagai pendekatan yang berhubungan dengan publik untuk merek pendidikan yang punya reputasi baik.

c. Menjaga Ekuitas Brand

Seiring dengan meningkatnya dukungan publik terhadap suatu merek, nilai reputasi pendidikan bagus yang terkait dengan merek tersebut juga meningkat. Nilai pemerataan di sekolah berkorelasi kuat dengan hadirnya pendidikan yang berkualitas. Institusi pendidikan tinggi berupaya untuk meningkatkan pentingnya masyarakat terhadap kualitas output mereka. Semakin tinggi lembaga tersebut masuk dalam daftar prioritas masyarakat, semakin tinggi pula lembaga tersebut dalam daftar alasan memilih lembaga tersebut.²⁵

Branding menurut Ouwersoot dan Turodica dalam Ogi Purnama adalah “citra ataupun kesan yang diciptakan suatu organisasi di benak masyarakat”. Pencitraan merek memerlukan upaya yang konsisten sepanjang waktu untuk memastikan bahwasanya masyarakat mempertahankan persepsi yang baik terhadap merek. Ketika orang-orang mempunyai kesan yang baik dan bertahan lama terhadap suatu organisasi,

²⁴Eka Febriyanti, Fajri Ismail, dan Syarnubi, “Penanaman Karakter Peduli Sosial di SMP Negeri 10 Palembang,” *Jurnal PAI Raden Fatah* 1, no. no.1 (2022): 41.

²⁵Syarnubi, “Profesionalisme Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Religiusitas Siswa Kelas IV di SDN 2 Pengarayan,” *Tadrib: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 4, no. 2 (2019): 87–103.

mereka cenderung akan terlibat dengan kelompok tersebut dan menyebarkan berita tentang organisasi tersebut.²⁶

Definisi branding yang dikembangkan oleh Keller dan Anang Firmansyah bisa diparafrasekan sebagai berikut: branding adalah pengakuan masyarakat terhadap suatu perusahaan ataupun lembaga melalui asosiasi positif yang ada di benak masyarakat terhadap perusahaan ataupun organisasi tersebut.²⁷

Branding punya konsekuensi yang lebih luas dibandingkan hanya untuk bisnis. Branding suatu lembaga pendidikan mempunyai keunikan tersendiri. Dari sudut pandang bisnis, sekolah adalah suatu perusahaan yang keluarannya berupa mata kuliah yang diambil siswa dan dibiayai oleh almamater masing-masing. Produsen, dalam contoh ini lembaga pendidikan, tidak akan mampu menjual dagangannya (di sini, jasa pendidikan) jika kualitas barang tersebut tidak sesuai apa yang diharapkan konsumen. Keberlangsungan lembaga pendidikan terancam apabila tidak mampu beradaptasi terhadap perubahan tuntutan pasar. Karena ketidakmungkinan layanan pergudangan disediakan oleh sekolah, layanan ini dihasilkan dan digunakan secara bersamaan, tidak seperti layanan fisik.²⁸

Indikator yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas produk lembaga pendidikan yang tidak berwujud bisa dikenali oleh sebagian besar konsumen. Penilaian ini didasarkan pada kinerja guru, tenaga kependidikan, sarana prasarana sekolah, dan administrasi sekolah pada suatu institusi akademik. Sebab itu, penting bagi lembaga untuk memahami pentingnya membangun merek yang solid, baik untuk menarik konsumen maupun eksistensinya. Sebab dalam ranah pendidikan, branding yang diutamakan adalah strong branding yang mempunyai dampak luas bagi lembaga pendidikan dan menjamin kepercayaan masyarakat terhadap brand lembaga tersebut benar-benar tertanam dan diingat.²⁹

Paradigma pedoman bagi para pengelola lembaga pendidikan Islam, baik sebagai direktur madrasah, pengasuh/kiyai pesantren, ketua jurusan, dekan, ataupun rektor, haruslah menjadi pelayan masyarakat. Artinya harus memberi pelayanan yang unggul kepada manajemen, pengajar, mahasiswa, karyawan, orang tua, pengguna lulusan, serta masyarakat

²⁶Ogi Maulana Firli, Muhamad Rizal, dan Et. Al, "Pengaruh Celebrity Endorsme, Brand Image, Dan Testimon Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk," *Jurnal Bahtera Inovasi* 4, no. 2 (2021): hlm 106.

²⁷Muhammad Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek* (Surabaya: Qiara Media, 2019).

²⁸Dwiyama, "Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 9, no. 2 (2019): 880-91, doi:<https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.424>.

²⁹Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Budi Utama, 2019).

luas.³⁰ Madrasah ataupun lembaga pendidikan Islam dianggap berhasil jika mampu memenuhi ataupun melampaui harapan pelanggannya. Oleh karena itu, lembaga pendidikan Islam harus memberi perhatian yang besar terhadap penyelenggaraan pelayanan, karena bisa menumbuhkan kepercayaan masyarakat pada madrasah sehingga meningkatkan mutu pendidikan lembaga.

KESIMPULAN

Branding punya konsekuensi yang lebih luas dibandingkan hanya untuk bisnis. Branding suatu lembaga pendidikan mempunyai keunikan tersendiri. Dari sudut pandang bisnis, sekolah adalah suatu perusahaan yang keluarannya berupa mata kuliah yang diambil siswa dan dibiayai oleh almamater masing-masing. Produsen, dalam contoh ini lembaga pendidikan, tidak akan mampu menjual dagangannya (di sini, jasa pendidikan) jika kualitas barang tersebut tidak sesuai apa yang diharapkan konsumen. Keberlangsungan lembaga pendidikan terancam apabila tidak mampu beradaptasi terhadap perubahan tuntutan pasar. Karena ketidakmungkinan layanan pergudangan disediakan oleh sekolah, layanan ini dihasilkan dan digunakan secara bersamaan, tidak seperti layanan fisik. Strategi Image yang diterapkan di MTs Negeri 4 Pedan Klaten dalam meningkatkan Mutu Pendidikan adalah berupa Citra Cermin, Citra serbaneka, Citra kini. Mutu Kelembagaan di di MTs Negeri 4 Pedan Klaten dalam meningkatkan Mutu Pendidikan adalah berupa Bulit it, Melekatkan dan menjaga ekuitas brand

³⁰Syarnubi, Alimron, dan Fauzi Muhammad, "Model Pendidikan Karakter di Perguruan Tinggi," *CV. Insan Cendekia Palembang*, 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimron, Alimron, Syarnubi Syarnubi, and Maryamah Maryamah. "Character Education Model in Islamic Higher Education." *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan* 15, no. 3 (2023).
- Ali, Muhammad, and Syarnubi Syarnubi. "Dampak Sertifikasi Terhadap Kompetensi Pedagogik Guru (Studi Pemetaan (PK) GPAI On-Line Tingkat SMA/SMK Provinsi Sumatera Selatan." *Tadrib* 6.2 (2020): 141-158.
- Arwildayanto, Arifin Sukung, dan Et. Al. *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Bandung: Cendikia Press, 2018.
- Ballianie, Novia, Mutia Dewi, and Syarnubi Syarnubi. "Internalisasi Pendidikan Karakter pada Anak dalam Bingkai Moderasi Beragama." *Prosiding Seminar Nasional 2023*. Vol. 1. No. 1. 2023.
- Bingin, B. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- Cropley, A. J. *Introduction to Qualitative Research Methods*. Riga Latvia: Zinatne, 2019.
- Dwiyama. "Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing." *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 9, no. 2 (2019): 880-91. doi:<https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.424>.
- Fauzi, Muhamad, Hasty Andriani, Romli, and Syarnubi Syarnubi. "Budaya Belajar Santri Berprestasi di Pondok Pesantren." In *Prosiding Seminar Nasional 2023*. Palembang, 2023.
- Febriyanti, Eka, Fajri Ismail, and Syarnubi Syarnubi. "Penanaman Karakter Peduli Sosial di SMP Negeri 10 Palembang." *Jurnal PAI Raden Fatah* 4, no. 1 (2022): 39-51.
- Fitriyani, Ema Dwi, Abu Mansur, and Syarnubi Syarnubi. "Model Pembelajaran Pesantren Dalam Membina Moralitas Santri di Pondok Pesantren Sabilul Hasanah Banyuasin." *Jurnal PAI Raden Fatah* 2, no. 1 (2020): 103-116.
- Firli, Ogi Maulana, Muhamad Rizal, dan Et. Al. "Pengaruh Celebrity Endorsme, Brand Image, Dan Testimon Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk." *Jurnal Bahtera Inovasi* 4, no. 2 (2021): hlm 106.
- Firmansyah, Muhammad Anang. *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Hajriyanti, Santi, Akmal Hawi, dan Syarnubi. "Pengaruh Penerapan Strategi Firing Line Terhadap Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Kelask VII di SMP N Sukaraya Kecamatan Karang Jaya Kabupaten Musi Rawas." *Jurnal PAI Raden Fatah* 3, no. no.1 (2021): 62.
- Kodrat, David Sukardi. *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Malta, Malta, Syarnubi Syarnubi, and Sukirman Sukirman. "Konsep Pendidikan Anak dalam Keluarga Menurut Ibrahim Amini." *Jurnal PAI Raden Fatah* 4, no. 2 (2022): 140-151.
- Martina, Martina, Nyayu Khodijah, and Syarnubi Syarnubi. "Pengaruh lingkungan sekolah terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran pendidikan Agama Islam di SMP Negeri 9 Tulung Selapan Kabupaten OKI." *Jurnal PAI Raden Fatah* 1, no. 2 (2019): 164-180.

- Munir, M. "Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan." *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2022).
- Mutohhar, Prim Masrokan. *Manajemen Strategik Pendidikan*. Tulungagung: Cahaya Abadi, 2019.
- Nazarudin. *Manajemen Strategi*. Palembang: Amanah, 2020.
- Parampassi, dan Andi Mohamad Kemal. "Strategi Periklanan Sense Visual Dalam Membangun Brand Image Pada Instagram @Hondajagoanku= Sense Visual Advertising Strategy in Building Brand Image On Instagram@Hondajagoanku." *PhD Thesis. Universitas Hasanuddin*, 2022.
- Pradnyagita, Putu Ayu Nadya, dan Et. Al. "Strategy Of Building A Brand Image In Increasing Competitiveness In Humble Espresso Denpasar." *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis* 1, no. 11 (2022): 3267-86.
- Sari, Ema Indira, Ismail Sukardi, and Syarnubi Syarnubi. " Hubungan Antara Pemanfaatan Internet sebagai Media Pembelajaran dengan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Akidah Akhlak di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Palembang." *Jurnal PAI Raden Fatah* 2.2 (2020): 202-216.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sukirman, Sukirman, Masnun Baiti, and Syarnubi Syarnubi. "Konsep Pendidikan menurut Al-Ghazali." *Jurnal PAI Raden Fatah* 5, no. 3 (2023): 451-469.
- Sutarmizi, Sutarmizi, and Syarnubi Syarnubi. " Strategi Pengembangan Kompetensi Pedagogik Guru Rumpun PAI di MTs. Mu'alliminislamiyah Kabupaten Musi Banyuasin." *Tadrib* 8.1 (2022): 56-74.
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama, 2019.
- Syarnubi, Syarnubi, Alimron Alimron, and Fauzi Muhammad. *Model Pendidikan Karakter di Perguruan Tinggi*. Palembang: CV. Insan Cendekia Palembang, 2022.
- Syarnubi, Syarnubi, Firman Mansir, Mulyadi Eko Purnomo, Kasinyo Harto, and Akmal Hawi. "Implementing Character Education in Madrasah." *Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 1 (2021): 77-94.
- Syarnubi, Syarnubi. "Profesionalisme Guru Pendidikan Agama Islam dalam Membentuk Religiusitas Siswa Kelas IV di SDN 2 Pengarayan." *Tadrib* 5, no. 1 (2019): 87-103.
- Syarnubi, Syarnubi. "Guru yang bermoral dalam konteks sosial, budaya, ekonomi, hukum dan agama (Kajian terhadap UU No 14 Tahun 2005 Tentang Guru Dan Dosen)." *Jurnal PAI Raden Fatah* 1, no. 1 (2019): 21-40.
- Syarnubi, Syarnubi. "Pendidikan Karakter pada Madrasah Aliyah Negeri 3 Palembang." *PhD diss., UIN Reden Fatah Palembang* (2020).
- Syarnubi, Syarnubi. "Manajemen Konflik Dalam Pendidikan Islam dan Problematikanya: Studi Kasus di Fakultas Dakwah UIN-SUKA Yogyakarta." *Tadrib* 2, no. 1 (2016): 151-178.
- Syarnubi, Syarnubi, Muhamad Fauzi, Baldi Anggara, Septia Fahiroh, Annisa Naratu Mulya, Desti Ramelia, Yumi Oktarima, and Iflah Ulvya. "Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Menanamkan Nilai-Nilai Moderasi Beragama." In *Prosiding Seminar Nasional 2023*, vol. 1, no. 1, pp. 112-117. 2023.
- Syarnubi, Syarnubi. "Penerapan Paradigma Integrasi-Interkoneksi dalam

- Peningkatan Mutu Lulusan." Jurnal PAI Raden Fatah 4.4 (2022): 375-395.
- “Wawancara, Edi Suprptana, Klaten 30 September 2023 mengenai lulusan MTs N 4 Pedan Klaten,” n.d.
- “Wawancara, Rustam Widaryanto, Klaten 30 September 2023 mengenai kegiatan dan proses belajar mengajar MTs N 4 Pedan Klaten,” n.d.
- “Wawancara, Umi Muslikhah, Klaten 30 September 2023 mengenai strategi banding image MTs N 4 Pedan klaten.,” n.d.
- Wulandari, Yuniar, Muh Misdar, and Syarnubi Syarnubi. "Efektifitas Peningkatan Kesadaran Beribadah Siswa MTs 1 Al-Furqon Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir." Jurnal PAI Raden Fatah 3.4 (2021): 405-418.
- Yanti, Santi Hajri, Akmal Hawi, and Syarnubi Syarnubi. "Pengaruh Penerapan Strategi Firing Line Terhadap Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas VII di SMP N Sukaraya Kecamatan Karang Jaya Kabupaten Musi Rawas." Jurnal PAI Raden Fatah 3, no. 1 (2021): 55-65.