

**STRATEGI BRANDING
DI SEKOLAH DASAR ISLAM PLUS MASYITOH
(YAYASAN MIFTAHUL HUDA)
KROYA CILACAP**



TESIS

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Dua (S-2)

MUHAMMAD BURHAN JAMALUDDIN
1617651017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul “Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Masyithoh Kroya Cilacap” seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun pada bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Purwokerto, 10 Desember 2020

Saya yang menyatakan,



Muhammad Burhan Jamaluddin
NIM 1617651017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628290, Fax : 0281-635553
Website : www.pps.iainpurwokerto.ac.id Email : pps@iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: 069/In.17/D.Ps/PP.009/2/2021

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto mengesahkan Tesis mahasiswa:

Nama : Muhammad Burhan Jamaluddin
NIM : 1617651017
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Masyitoh
(Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap

Telah disidangkan pada tanggal **15 Februari 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Magister Pendidikan (M.Pd.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tesis.



Purwokerto, 26 Februari 2021

Direktur,

Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag.
NIP. 19681008 199403 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PASCASARJANA

Jl. Jend. A. Yani No. 60A Purwokerto, 53126 Telp. 0281-636624, 628250 Fax. 0281-636583
Website: pps.iainpurwokerto.ac.id E-mail: pps@iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN TESIS

Nama : Muhammad Burhan Jamaluddin
NIM : 1617651017
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Tesis : Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh
(Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag. NIP. 19881008 199403 1 001 Ketua Sidang/ Penguji		27-02-2021
2	Dr. Rohmat, M. Ag., M. Pd. NIP. 19720420 200312 1 001 Sekretaris/ Penguji		26-02-2021
3	Dr. Superjo, M. A. NIP. 19730717 199903 1 001 Pembimbing/ Penguji		26-02-2021
4	Dr. H. Suwito, M. Ag. NIP. 19710124 199903 1 002 Penguji Utama		
5	Dr. H. M. Hizbul Mufihin, M. Pd NIP. 19630302 199103 1 005 Penguji Utama		26-02-2021

Purwokerto, 20 Februari 2021
Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. Rohmat, M. Ag., M. Pd.
NIP. 19720420 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Tesis

Kepada Yth.
Direktur Pascasarjana
IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan koreksi, serta perbaikan-perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya sampaikan naskah mahasiswa:

Nama : Muhammad Burhan Jamaluddin
NIM : 1617651017
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Tesis : "Strategi Branding di SD Islam Masyithoh Kroya Cilacap"

Dengan ini mohon agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat disidangkan dalam ujian tesis.

Demikian nota dinas ini disampaikan. Atas perhatian bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Purwokerto, 10 Desember 2020
Pembimbing



Dr. Suparjo, M.A
NIP. 197307171999031001

ABSTRAK

Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Masyithoh Kroya Cilacap

Oleh:

Muhammad Burhan Jamaluddin

NIM. 1617651017

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya tuntutan sekolah (SD Islam Masyithah Kroya Cilacap) harus memberikan layanan informasi pendidikan dan informasi kegiatan yang ada di sekolah. Selain itu lembaga pendidikan juga bersaing demi mendapatkan simpati dari para orangtua. Strategi yang baik untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan cara membangun citra lembaga pendidikan. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi sekolah dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam yang dilaksanakan oleh SD Islam Plus Masyithoh Kroya Cilacap dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deksriptif dengan mengambil sumber data: guru, karyawan, wali siswa, masyarakat dan siswa di SD Islam Masyithoh Kroya Cilacap. Untuk memperoleh data yang diperlukan dari sumber data tersebut, digunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah analisis kualitatif dengan model interaktif yang dilakukan selama dan setelah pengumpulan data dilakukan. Kegiatan analisis interaktif ini terdiri dari tiga kegiatan, yakni: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kebijakan *branding* yang dipilih oleh SD Islam *Plus* Masyithoh Kroya berdasarkan visi dan misinya adalah *brand* sebagai sekolah unggulan yang mampu menciptakan lulusan yang beriman, bertakwa dan berilmu atau generasi sholeh cendikia. 2) Elemen yang membentuk *brand* dalam strategi *branding* sekolah antara lain: akreditasi sekolah dengan nilai A, prestasi siswa, daya saing lulusan, akhlak atau perilaku siswa, kegiatan bakti sosial dan wisata religi. 3) Strategi *Branding* yang dilakukan di SD Islam *Plus* Masyithoh Kroya meliputi: pencapaian akreditasi nilai A dengan cara analisis SWOT dan pemenuhan 8 standar nasional pendidikan, prestasi siswa dan daya saing lulusan dengan menyelenggarakan kegiatan pembelajaran yang disiplin, aktif dan menyenangkan bagi siswa, akhlak siswa dibentuk melalui kegiatan pembiasaan dan program-program unggulan sekolah. 4) Dampak *Branding* di SD Islam *Plus* Masyithoh Kroya Cilacap adalah kualitas layanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, perilaku siswa menjadi lebih baik, diperolehnya kepercayaan dari masyarakat, dan peningkatan minat masyarakat mendaftarkan sekolah putra-putrinya di SD Islam *Plus* Masyithoh Kroya.

Kata Kunci: Strategi Branding

ABSTRACT

Branding Strategy in Islamic Elementary School Masyithoh Kroya Cilacap

By :

Muhammad Burhan Jamaluddin

NIM. 1617651017

**Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

This research is conducted as required by institution (SD Islam Masyithah Kroya) which has to provide education and activities informations in the school. Moreover, educational institutions compete to gain sympathy from student's guardians. Proper study to deal with those problems are by creating a public perception of an educational institution. Hence, the purpose of this research is to discover the institution's strategy in creating public perception of islamic educational institution carried out by SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap in order to improve the quality of the education.

This study uses a qualitative approach and is categorized as descriptive research, the data is obtained through source of data namely : teachers, staff, student's guardians, society and students of SD Islam Masyithoh Kroya Cilacap. To obtain necessary information, methods are used including observation, interviews, and documentations. Method used to analyze data is quantitative analysis through interactive models carried out during and pasca data collection. Interactive analysis consists of 3 activities such as : data reduction, data presentation and deduce.

Results of research are showing that 1). Branding policy selected by SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya based on its vision and mission is brand as eminent institution that is able to create devoted graduates, righteous and knowledgable or pious, intelligent generations. 2). Brand consists of several elements, namely; A grade of school accreditation, academic performance, competitiveness of the graduates, student attitude or behaviour, social responsibility activities and religious trip. 3). Branding strategy of SD Islam Plus Masyitoh Kroya including : achievement of A grade through SWOT analysis, and fulfillment of 8 national standard educations, academic performance and competitiveness of the graduates by organizing dicipline, active and comfortable learning atmosphere for the students, student's attitude is created by habitual activities and the best school programs. 4). The impact of branding SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap is the improvement of teacher and staff's qualities as well as student's behaviour, gaining trust from society and raising interest of the society to send their children to SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

Keyword : Branding Strategy

MOTTO

**BELAJAR DARI HARI KEMARIN,
HIDUP UNTUK HARI INI, BERHARAP UNTUK BESOK**

JANGAN PERNAH MENYESALI SEHARI DALAM HIDUPMU.

**HARI-HARI BAIK MEMBERIMU KEBAHAGIAAN DAN HARI-HARI
BURUK MEMBERIMU PENGALAMAN**

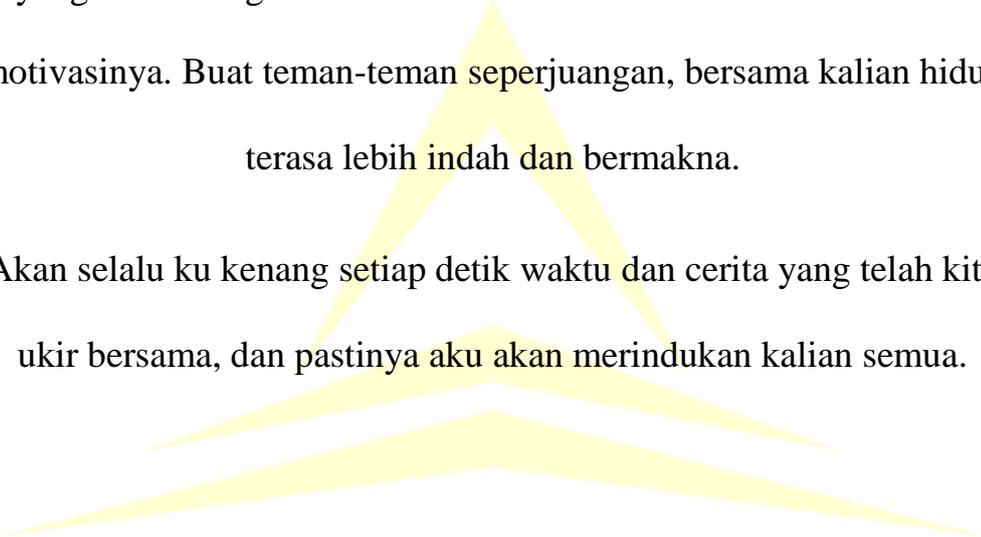
IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Dengan segala ketulusan hati tesis ini penulis persembahkan kepada
orang-orang yang saya sayangi:

Bapak dan ibu yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus,
motivasi dan do'a di setiap langkahku, serta adik-adikku tersayang,
yang telah mengisi hari-hariku dan memberikan keceriaan serta
motivasi. Buat teman-teman seperjuangan, bersama kalian hidup
terasa lebih indah dan bermakna.

Akan selalu ku kenang setiap detik waktu dan cerita yang telah kita
ukir bersama, dan pastinya aku akan merindukan kalian semua.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penelitian tindakan kelas ini dapat terlaksana dan terselesaikan. Penelitian tindakan kelas dalam bentuk tesis ini berjudul: **“Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Masyithoh Kroya Cilacap”**. Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih banyak mengalami kekurangan, namun berkat bimbingan dari berbagai pihak segala kesulitan yang ada dapat teratasi dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang saya hormati:

1. Drs. H. Moh. Roqib., M. Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag., Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
3. Dr. Rohmat, M. Ag., M. Pd., Dekan Fakultas Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Dr. Suparjo, M. A, dosen pembimbing tesis yang telah mengarahkan dan memberi masukan selama penyelesaian tesis ini
5. Seluruh dosen dan staf akademik Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan
6. Orang tua yang selalu memberi motivasi dan dukungan kepada penulis
7. Kepala dan Para Guru SD Islam Masyithoh Plus Kroya Cilacap.
8. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini.
9. Semua pihak yang telah membantu terlaksananya penyusunan tesis ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan anugerah pahala-Nya kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan dan bantuan dalam penyusunan tesis ini. Penulis juga berharap kritik dan saran dari pembaca demi perbaikan tesis ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat memberi manfaat untuk penulis pada khususnya, dan semua pihak pada umumnya.

Purwokerto, 10 Desember 2020

Penulis,



Muhammad Burhan Jamaluddin
NIM. 1617651017



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II STRATEGI BRANDING SEKOLAH	
A. Konsep Strategi Branding	9
1. Pengertian Strategi	9
2. Tahapan Strategi	12
3. Indikator Strategi yang Baik.....	17
4. Pengertian Branding	18
5. Fungsi dan Tujuan Branding	20

6. Unsur Branding	21
7. Jenis Branding	21
B. Branding Sekolah	22
1. Pengertian Branding Sekolah	22
2. Elemen Branding Sekolah	25
C. Strategi Branding Sekolah	27
1. Kebijakan Branding Sekolah	27
2. Indikator Sekolah yang Baik	32
3. Motivasi Pelanggan	35
4. Strategi Humas dalam Komunikasi	38
D. Penelitian yang Relevan	39
E. Kerangka Berfikir	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	44
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	44
C. Data dan Sumber Data	41
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Teknik Analisis Data	46
F. Pengecekan Keabsahan Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil SD Islam Masyithoh Kroya Cilacap	51
B. Penyajian Data dan Analisis	59
1. Penyajian Data	59
a. Kebijakan Branding di SD Islam Masyithoh Kroya Cilacap	59
1) Mengembangkan sikap profesionalisme	60
2) Pembentukan Karakter Siswa	62
3) Melaksanakan Pembelajaran Aktif & Menyenangkan ..	65
4) Mengoptimalkan Sikap Kompetensi	67

5) Menciptakan Lingkungan Sekolah yan Aman dan Nyaman	68
6) Mengutamakan Sikap Keteladanan.....	70
b. Elemen Branding di SD Islam Masyithoh Kroya Cilacap ..	78
1) Akreditasi Sekolah	78
2) Prestasi Siswa	79
3) Daya Saing Lulusan	80
4) Akhlak Siswa	81
5) Wisata Religi.....	83
6) Bakti Sosial di Bulan Ramadhan	85
c. Strategi Branding di SD Islam Plus Masyithoh Kroya Cilacap	86
1) Strategi Branding ke Dalam.....	86
2) Strategi Branding ke Luar	94
d. Dampak Branding di SD Islam Masyithoh Kroya Cilacap..	95
2. Penyajian Data	101

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran-saran	106
C. Kata Penutup	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Pendidikan mempengaruhi secara penuh pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Dalam meningkatkan kualitas manusia Indonesia, pemerintah bukan merupakan satu sistem yang lepas dari pihak swasta dan masyarakat. Ketiganya memiliki hubungan yang tidak terpisahkan dalam peranannya untuk meningkatkan pemerataan dan mutu pendidikan.¹ Sementara itu Pendidikan Nasional kita dihadapkan kepada masalah antara lain peningkatan kualitas, pemerataan kesempatan, keterbatasan anggaran yang tersedia dan belum terpenuhi sumber daya dari masyarakat secara profesional sesuai dengan prinsip pendidikan sebagai tanggung jawab bersama antara pemerintah, masyarakat dan orang tua.

Peran sekolah dituntut memberikan layanan informasi pendidikan dan informasi kegiatan yang ada di sekolah, dengan didasarkan hal tersebut orang tua terus memantau tumbuh kembang seluruh lembaga pendidikan, dengan selalu terpantaunya lembaga pendidikan Dengan terpantaunya lembaga pendidikan tersebut mampu menjalin hubungan baik dengan orangtua. Selain itu lembaga pendidikan juga bersaing demi mendapatkan simpati dari para orangtua. Lembaga pendidikan unggulan saat ini bukan dilihat dari swasta atau negeri, tetapi lembaga yang mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya dalam memproses dan menghasilkan SDM yang berkualitas.

Persaingan antar lembaga pendidikan saat ini semakin ketat. Strategi yang baik dan tepat dapat membangun citra lembaga pendidikan dapat tumbuh dan berkembang. Pelayanan terhadap konsumen merupakan prioritas utama lembaga pendidikan. Membangun citra bukan merupakan hal yang mudah dilakukan. Persaingan antar lembaga pendidikan terus dilakukan demi menarik

¹ Nanang Fattah, *Ekonomi & Pembiayaan Sekolah*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 77.

minat konsumen dalam persaingan. Bentuk persaingan ada yang melakukan dengan cara memperkokoh sumber daya manusia (SDM), ada yang memperkuat bidang fasilitas gedung dan sarana lainnya, ada yang menarik dengan bidang pendanaan, tapi ada pula yang lebih memperhatikan dan memperkuat jaringan dari pada yang lainnya.²

Membangun citra lembaga pendidikan diwujudkan dengan membuat visi misi lembaga pendidikan yang jelas. Lembaga pendidikan juga mampu mengembangkan komunikasi dan kerjasama guna memperoleh citra yang baik (*good will*) dari para orangtua, hubungan baik yang tercipta dengan publiknya baik intern maupun ekstern dapat membentuk opini publik yang menguntungkan lembaga pendidikan.³ Opini publik terus mengalami perubahan, perubahan yang terjadi seiring dengan perubahan penerimaan informasi yang disampaikan haruslah tepat dan akurat sehingga tercipta kepercayaan antar pihak lembaga dengan publiknya, membangun kepercayaan bukanlah hal yang mudah dilakukan, tentunya lembaga harus memiliki keterampilan berkomunikasi mengingat setiap lembaga memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaannya, selain itu hubungan dalam memperoleh kepercayaan harus dilakukan terus menerus dalam jangka waktu yang lama sehingga terbentuk umpan balik dan hasilnya adalah para orang tua merasa simpati terhadap lembaga.

Kepercayaan tumbuh melalui penanaman persepsi publik dengan menggerakkan publik dalam bersikap dan memberikan pengaruh kepada publik lain selain itu kepercayaan publik terhadap lembaga harus dibangun dari dalam lembaga seperti identitas lembaga yang mencirikan perbedaan karakteristik dengan lembaga lain, adanya penentuan ukuran kepercayaan publik terhadap lembaga dan keunggulan yang ditonjolkan sehingga lembaga memiliki nilai lebih dibanding lembaga lain sehingga citra yang baik dapat diraih.

Kepercayaan itu harganya mahal, maka lembaga harus berusaha untuk mempertahankannya. Proses mempertahankan citra tidak lepas dari kualitas

² Dedi Mulyasana, 2012, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal. 185.

³ Sulistyorini, 2006, *Manajemen Pendidikan Islam* (Surabaya: eLKAF), hal. 108.

yang terjamin, kualitas yang terjamin biasanya publik menilai dalam segi *output* (alumni), adanya pemasaran yang tepat sasaran, adanya pelayanan yang memuaskan, adanya bentuk pembinaan hubungan antara lembaga dan publiknya, dan keterukuran loyalitas pengguna lembaga sehingga kepercayaan yang diberikan publik terhadap lembaga dapat terjalin baik dan mampu bertahan dan bergerak dinamis. Membangun kepercayaan dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap lembaga bukanlah hal yang mudah, keduanya perlu diupayakan sehingga citra yang baik dapat terbentuk dan terjamin ketahanannya.

Kepercayaan yang diberikan publik terhadap lembaga selalu mengalami pergeseran, hal ini disebabkan oleh tidak konsistennya lembaga dalam menjamin kualitas dan kuantitas lembaga sebagai penyedia jasa pendidikan, selain itu lembaga tidak mengalami perubahan dalam menghadapi persaingan di era modern, beberapa lembaga mengalami ketidak stabilan sehingga kepercayaan yang diberikan publik terhadap lembaga berkurang, dengan demikian lembaga harus memiliki inisiatif baru dalam menghadapi persaingan secara global, untuk menjaga kelangsungan lembaga dan meningkatkan minat dan kepercayaan terhadap lembaga, ada beberapa hal yang perlu dilakukan lembaga untuk mengangkat citranya, upaya yang dapat dilakukan diantaranya lembaga harus selalu melakukan pengembangan disegala aspek sehingga lembaga terus bergerak maju, perkembangan tersebut tentunya harus terencana, terorganisir, terlaksana dan terevaluasi dengan baik.

Pencitraan lembaga dilakukan dengan cara *persuasive* (membujuk). Upaya *persuasive* (membujuk) adalah serangkaian upaya komunikasi yang berfungsi mempengaruhi psikologis publik melalui beberapa kegiatan seperti penyampaian informasi secara lisan, ceramah, propaganda, lobbying yang ditujukan mempengaruhi cara pandang publik terhadap lembaga.

Era saat ini para orang tua mulai sangat cermat dalam memilih lembaga pendidikan. Biaya pendidikan bukan merupakan halangan yang berarti jika saja pendidikan yang diperoleh sebanding dengan apa yang diperoleh. Masyarakat mulai menyadari dan tidak terpacu dengan biaya pendidikan murah. Selain itu

tidak sedikit lembaga pendidikan yang ditutup karena tidak dapat mempertahankan kepercayaan masyarakat yang diperoleh baik lembaga pendidikan negeri maupun swasta, dengan adanya fenomena tersebut peneliti melakukan riset di satu lembaga pendidikan negeri dan satu lembaga pendidikan swasta yang sudah teruji memiliki citra yang baik dan mampu membangun kepercayaan, mempertahankan kepercayaan, dan mampu mengangkat citra lembaganya.

Lembaga pendidikan tersebut adalah SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap. SD ini memiliki jumlah siswa sebanyak 382 siswa yang dibimbing dan dididik oleh 35 orang guru. Dengan perbandingan jumlah guru dan siswa tersebut sangat memungkinkan bagi siswa untuk mendapatkan layanan pendidikan secara maksimal. Guru lebih dapat mengawasi dan memperhatikan siswa-siswinya dalam bersikap dan berperilaku di lingkungan sekolah. Selain itu, SD ini juga memiliki visi dan misi yang aplikatif, bukan sekedar rumusan angan-angan pihak sekolah, akan tetapi benar-benar terlaksana, sehingga tujuan pendidikan di sekolah ini dapat tercapai dan mendapatkan citra yang baik dari masyarakat. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Kepala Sekolah, Ibu Mariyah Ibtiyah sebagai berikut:

“Salah satu hal yang menjadikan sekolah ini mendapat respond dan citra yang baik dari masyarakat adalah karena sekolah ini dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada siswa, dalam kegiatan pembelajaran, 10 - 15 siswa dibimbing oleh 1 guru. Guru lebih maksimal dalam mengajar dan membimbing siswa, lebih memungkinkan untuk mengaplikasikan visi dan misi sekolah yang memang kami susun sedemikian rupa sehingga mudah diaplikasikan oleh warga sekolah. Kami merumuskan visi dan misi dengan mengacu pada harapan-harapan orang tua dalam menitipkan putra-putrinya di sini, jadi bukan visi misi yang *nggrambyang* yang isinya super baik akan tetapi tidak aplikatif”.⁴

Dalam pelaksanaannya, visi misi sekolah tersebut diwujudkan dalam kegiatan yang berjenjang pada tiap kelas atau tingkatannya. Sebagai contoh, siswa kelas 1 diberikan kegiatan Tahfidzul Qur'an. Tahap awal kegiatan ini berupa belajar membaca Al-Qur'an dan hafalan surat pendek seperti Surat Al-

⁴ Wawancara dengan Kepala SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Maret 2019.

Fatihah, An-Nas, Al-Lahab, dan Al-Kafirun. Kegiatan tersebut dilanjutkan di kelas 2 dengan kegiatan yang sama dan diberi tambahan surat sesuai dengan kemampuan siswa. Begitu seterusnya hingga kelas 6 siswa memiliki keterampilan atau kemampuan menghafal juz 30.

Selain kegiatan yang bertahap untuk tiap kelasnya, sekolah juga mengundang guru dari luar sekolah yang merupakan model langsung dari beragam profesi, seperti: polisi, dokter, tukang cukur, pemadam kebakaran, dan profesi lainnya untuk mengenalkan siswa pada jenis-jenis profesi yang akan menjadi orientasi cita-cita para siswa. Kelas inspiratif ini menjadi salah satu kegiatan favorit siswa, karena melalui kelas inspiratif ini siswa dapat mengobati rasa penasaran mereka mengenai pekerjaan-pekerjaan profesi yang menjadi cita-cita mereka, sekaligus cara untuk mencapainya.

Guna melancarkan program sekolah, pihak sekolah juga menyelenggarakan pertemuan rutin dengan orang tua atau wali siswa setiap sebulan sekali. Dalam pertemuan ini para orang tua dapat menyampaikan harapan-harapan mereka, di sisi lain pihak sekolah juga menawarkan program-program pendidikan yang akan dilaksanakan sekolah, baik program tahunan, bulanan, maupun harian. Dalam pertemuan ini terjalin komunikasi dan hubungan yang baik antara pihak sekolah, orang tua, dan masyarakat. Melalui pertemuan rutin ini pula sekolah mendapatkan apresiasi dan dukungan dari masyarakat, termasuk dalam dukungan pendanaan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, dalam konteks penelitian yang penulis lakukan ini tujuannya adalah untuk mengetahui strategi sekolah dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam yang dilaksanakan oleh SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan, sehingga penulis mengambil judul penelitian: *Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap*.

B. Fokus Penelitian

Pada dasarnya kegiatan *branding* sekolah dimaksudkan untuk membangun citra baik sekolah di mata masyarakat. Hal ini tidak lain bertujuan agar sekolah dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap. Oleh karena itu perlu dilakukan strategi *branding* yang efektif. Strategi *branding* itu sendiri terdiri dari rangkaian kegiatan yang berawal dari perumusan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap pelaksanaan proses *branding*. Yang dikaji dalam penelitian ini hanya pada kegiatan perencanaan yang berupa penentuan kebijakan *branding* dan penerapan strategi *branding*. Bertolak dari latar belakang masalah dan pembatasan masalah tersebut di atas, penulis mengajukan fokus penelitian ini pada:

1. Kebijakan branding di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap.
2. Elemen branding yang dikembangkan di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap
3. Penerapan strategi branding di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap
4. Dampak branding di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Sebagai sebuah alat untuk mencapai tujuan, strategi *branding* harus mampu mencapai keunggulan dalam bersaing. Oleh karena itu strategi *branding* harus dirumuskan dengan matang dan dilaksanakan. Berdasarkan pada latar belakang dan fokus penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini penulis jabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana kebijakan *branding* di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap?
2. Bagaimana elemen *branding* di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap?
3. Bagaimana penerapan strategi *branding* di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap?

4. Bagaimana dampak *branding* bagi Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan kebijakan *branding* di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap.
2. Untuk menganalisis elemen *branding* di Sekolah Dasar Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap.
3. Untuk menganalisis strategi pengembangan *branding* SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap.
4. Untuk menganalisis dampak dari adanya *branding* bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis adalah memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka mengembangkan ilmu pendidikan di bidang manajemen pemasaran dan strategi *branding*.
2. Manfaat praktis meliputi manfaat bagi sekolah, dapat digunakan sebagai sumber pemikiran dalam rangka penyempurnaan konsep maupun implementasi manajemen pemasaran sebagai upaya strategis dalam *branding* sekolah.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami tesis ini maka peneliti akan menyajikan sistematika pembahasan tesis sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini memuat halaman judul, halaman pernyataan keaslian, nota dinas pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar dan halaman daftar isi.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini secara garis besar terdiri dari lima bab yang saling berkaitan, dari kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I merupakan bab yang berisi pendahuluan, di mana dalam bab ini akan menjadi jaminan objektif bahwa penelitian ini dapat dilakukan secara ilmiah (rasional). Oleh karena itu bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teoritis penelitian ini. Di dalamnya memuat paparan tentang variabel penelitian. Oleh karena itu bab ini berisi teori tentang strategi *branding* sekolah.

Bab III merupakan metode penelitian yang merupakan landasan normatif penelitian. Bab ini memuat tentang jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV berisi tentang temuan hasil penelitian tentang kebijakan *branding*, elemen yang membentuk *branding*, strategi *branding* dan dampak dari *branding* di SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap.

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Sisi lain bab ini juga memuat aspek tanggung jawab moral peneliti. Oleh karena itu peneliti memberikan saran-saran kepada pihak terkait. Akhirnya bab ini memuat ungkapan terimakasih dan permohonan untuk para pembaca memberikan kritik yang konstruktif.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.

BAB II

STRATEGI BRANDING SEKOLAH

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Konsep strategi merupakan sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap pelaku organisasi dalam segala macam bidang. Pimpinan suatu organisasi setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan, peraturan, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.⁵ Secara umum strategi memiliki pengertian *suatu garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan*.⁶

Pengertian yang lain diungkapkan bahwa strategi merupakan *seni menggunakan kecakapan dan sumber daya sekolah untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan*.⁷

Suatu lembaga pendidikan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang. Konsep strategi menurut beberapa ahli sebagaimana dikutip oleh Muhandi adalah sebagai berikut:⁸

- a. Chandler mengemukakan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut

⁵ Winardi, *Entrepreneur dan Enterpreneurship*, (Jakarta: Kencana. 2003), hal. 106.

⁶ Syaiful Bahri Djamarah, Aswan Zain. *Strategi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 5.

⁷ Barnawi & Mohammad Arifin, *Buku Pintar Mengelola Sekolah (Swasta)*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal. 61.

⁸ Muhandi, *Strategi Operasi untuk Keunggulan Bersaing*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 9.

pendapat ini strategi sebagai sebuah alat untuk mencapai tujuan memiliki jangka waktu penggunaan yang lebih lama karena tujuannya bukan hanya pada target dan sasaran, akan tetapi pada tujuan jangka panjang.

- b. Learned, Christensen, Andrews, dan Guth mengemukakan strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Strategi dalam pengertian ini lebih spesifik, yakni menghasilkan cara agar dapat bersaing.
- c. Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner mengemukakan strategi merupakan respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi. Berdasarkan pendapat ini strategi bisa berubah-ubah tergantung pada kondisi yang terjadi yang mempengaruhi tercapainya tujuan organisasi.
- d. Porter mengemukakan strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Pendapat ini senada dengan pendapat Learned, Christensen, Andrews, dan Guth.
- e. Andrews dan Chaffe mengemukakan strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders seperti manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan.
- f. Homel dan Prahalad mengemukakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang akan terjadi” bukan “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Lembaga pendidikan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Berdasarkan pengertian strategi menurut para ahli tersebut di atas diperoleh beberapa konsep mengenai strategi sebagai berikut:⁹

- a. *Distinctive Competence* adalah tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu lembaga pendidikan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh lembaga pendidikan pesaing dipandang sebagai lembaga pendidikan yang memiliki “*Distinctive Competence*”. *Distinctive competence* menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. Menurut Day dan Wenshey identifikasi *distinctive competence* dalam suatu organisasi meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya. Dua faktor tersebut menyebabkan lembaga pendidikan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing. Misalnya, menghasilkan produk yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing dengan cara memahami secara detail keinginan konsumen serta membuat program pemasaran yang lebih baik daripada program pesaing. Lembaga pendidikan dapat mengetahui secara tepat keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage* adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan lembaga pendidikan untuk merebut peluang pasar. Menurut Potter ada tiga strategi yang dapat dilakukan lembaga pendidikan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu *cost leadership*, diferensiasi, dan fokus. Lembaga pendidikan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama. Harga jual yang

⁹ *Ibid*, hal. 17.

lebih rendah dapat dicapai oleh lembaga pendidikan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomis, efisiensi produk, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. Lembaga pendidikan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap brand image nilai tertentu pada konsumennya, misalnya persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan yang lebih unggul. Selain itu strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan. Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga (3) tipe strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.¹⁰

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

2. Tahapan Strategi

Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap. Tahap-tahapnya sebagai berikut:

a. Perumusan strategi

Pada tahap ini mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

b. Pelaksanaan strategi

Tahap ini mengharuskan lembaga pendidikan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategis mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif,

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: GRAMEDIA Pustaka Utama, 2010), hal. 3-7.

pengarahan kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.

Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan anggaran, mengembangkan sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi. Berikut macam-macam pelaksanaan strategi.¹¹

1) Strategi Korporasi

- a) Membangun citra merk (*brand image*) lembaga pendidikan akan menjadi peluang bisnis yang dapat menjadi pendapatan (*revenue*) bagi lembaga.
- b) Pengembangan usaha melalui kerjasama dengan mitra strategis.
- c) Strategi memperluas jaringan pendanaan melalui penciptaan prospek usaha yang menarik investor.

2) Strategi Bisnis

- a) Penerapan transaksi lembaga pendidikan dengan sistem administrasi yang akuntabel dan aman.
- b) Menghasilkan produktifitas yang optimal.
- c) Pengembangan teknologi tepat guna melalui terciptanya sistem yang efektif bagi lembaga pendidikan.
- d) Memfasilitasi komunikasi bisnis yang transparan dapat memberikan nilai tambah dan manfaat bagi setiap pelaku atau anggota.

3) Strategi Fungsional / Kegiatan Usaha

- a) Kegiatan Operasional
 - (1) Pengembangan standarisasi proses produksi secara produktif, efisien dan efektif.
 - (2) Perencanaan produksi yang tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hal. 17.

- (3) Melakukan pemantauan dan menciptakan stabilitas harga.
- (4) Pengembangan teknologi pengolahan secara kualitas dan kuantitas yang berkesinambungan dan dapat diserap konsumen dengan baik.
- (5) Sistem distribusi yang tepat waktu dan efisien.
- (6) Perencanaan produksi yang tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan.
- (7) Kualitas dan kuantitas produk yang sesuai kebutuhan konsumen.
- (8) Pengembangan komunitas yang loyal dan profesional sesuai dengan fungsi dan peranannya.
- (9) Menjalin kemitraan bersama masyarakat sekitar dalam pengaplikasian CSR (*Corporate Social Responsibility*).¹²

b) Bidang Administrasi dan Keuangan

- (1) Memfasilitasi seluruh pendanaan yang diperlukan pada kegiatan lembaga pendidikan.
- (2) Menggambarkan seluruh aktifitas usaha dengan memberikan informasi Laporan Keuangan terkini kepada seluruh *Stakeholder*.
- (3) Menciptakan cadangan dana untuk pengembangan usaha.
- (4) Sistem administrasi yang efisien dan efektif, murah dan dapat dipertanggung jawabkan.
- (5) Menciptakan ketersediaan dana yang akan digunakan oleh lembaga pendidikan dengan memperluas sumber pendanaan baik dari Bank dan atau investor.
- (6) Sistem keuangan yang efisien, efektif, bersih dan transparan.
- (7) Menjaga stabilitas arus kas dan likuiditas lembaga pendidikan.
- (8) Sistem Administrasi yang tepat sasaran dan transparan.

¹² *Ibid*, hal. 23.

- (9) Menciptakan skema-skema keuangan yang tepat baik itu modal kerja ataupun investasi yang diperlukan.
- (10) Memberikan keuntungan yang optimal bagi setiap Stakeholder.

c) Bidang SDM dan Organisasi

- (1) Ketersediaan sumber daya manusia yang professional dan berkualitas.
- (2) Menciptakan struktur organisasi yang mampu mendukung seluruh fungsi kinerja lembaga pendidikan dan tidak terbatas dalam pengembangan usahanya.
- (3) Melatih, mengembangkan mitra-mitra profesional untuk mendukung setiap aktifitas lembaga pendidikan.
- (4) Mengembangkan kemampuan lembaga pendidikan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki dengan melakukan Pendidikan/Pelatihan yang berkesinambungan.
- (5) Menciptakan sistem promosi dan mutasi yang sesuai dengan keahlian dan orang yang tepat pada bidangnya.

c. Evaluasi strategi

Tahap ini adalah tahap akhir dari manajemen strategis tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah:

- 1) Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini.
- 2) Mengukur kinerja, dan
- 3) Melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok.

Pendapat lain menyatakan bahwa ada 5 tahap dalam menyusun strategi.¹³ Berikut 5 tahapan dalam menyusun strategi yang baik.

¹³ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal 75.

- a. Membentuk visi strategis mengenai kemana organisasi akan bergerak
- b. Menetapkan tujuan dengan mengubah pandangan strategis menjadi hasil kinerja spesifik yang harus dicapai organisasi tersebut
- c. Merumuskan pilihan strategi untuk mencapai hasil yang diinginkan
- d. Mengeksekusi strategi yang dipilih secara efisien dan efektif
- e. Mengevaluasi efektivitas strategi dan dampaknya terhadap kinerja bisnis.

Tahapan strategi ini lebih detail dibandingkan dengan pendapat yang pertama. Rinciannya adalah sebagai berikut.

a. Mengembangkan Visi Strategis

Visi strategis merupakan aspirasi manajemen mengenai arah masa depan dan juga memberikan gambaran secara rinci mengenai kemana organisasi tersebut akan bergerak. Visi ini sendiri menerangkan tujuan lembaga pendidikan dalam waktu jangka panjang dan membentuk identitas organisasi tersebut.

b. Menetapkan Tujuan Strategis Strategi

Maksud dari menetapkan tujuan disini adalah untuk mengkonversi pernyataan visi dan misi menjadi target kinerja yang spesifik. Setiap unit dalam suatu organisasi memerlukan target yang konkret dimana kinerja dan kontribusi mereka dapat di ukur terhadap pencapaian tujuan organisasi.

c. Merumuskan Strategi Bisnis

Beberapa langkah yang perlu dilakukan suatu organisasi dalam merumuskan strategi adalah:

- 1) Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki dan menentukan misi lembaga pendidikan untuk mencapai visi yang telah dibuat.
- 2) Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh suatu organisasi dalam menjalankan misinya.
- 3) Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.

- 4) Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- 5) Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

d. Mengeksekusi Strategi

Visi serta strategi yang telah dibuat tidak akan berarti jika kita tidak mengerjakannya secara tuntas dan optimal. Tanpa adanya eksekusi, tujuan yang telah diterapkan pun tidak akan pernah tercapai.

e. Mengevaluasi Strategi

Proses pelaksanaan strategi harus dievaluasi secara reguler. Dalam fase evaluasi ini dapat dilihat apakah segalanya sudah berjalan dengan baik atau belum.¹⁴ Dengan adanya evaluasi strategi dapat diketahui apakah perlu ada perubahan strategi atau melanjutkannya.

Pada dasarnya pendapat pertama dan kedua mengenai langkah-langkah strategi hampir sama. Hanya saja pada bagian perumusan visi dan pelaksanaan strategi menurut pendapat kedua dapat dirinci menjadi 2 langkah sebagaimana tersebut di atas. Adapun dalam hal evaluasi strategi keduanya memiliki persamaan.

3. Indikator Strategi Yang Baik

Menurut Barnawi dan Mohammad Arifin, strategi yang berhasil memiliki ciri-ciri sebagai berikut:¹⁵

- a. Konsisten dengan lingkungan internal dan eksternal
- b. Konsisten dengan strategi-strategi yang lain
- c. Fokus dan menyatukan semua sumber daya yang dimiliki sekolah
- d. Fokus pada kekuatan yang dimiliki
- e. Mempertimbangkan risiko yang akan dihadapi
- f. Disusun di atas landasan keberhasilan yang sudah dicapai
- g. Didukung oleh *stakeholder*.

¹⁴ *Ibid*, hal. 77.

¹⁵ Barnawi & Mohammad Arifin, *Buku Pintar Mengelola Sekolah (Swasta)* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal. 61.

B. Konsep Branding

1. Pengertian *Branding*

Branding berasal dari Bahasa Inggris yang secara bahasa dapat diartikan dengan proses membuat atau menyusun *brand* atau merek. *Brand* atau merek itu sendiri menurut Wirania Swasty adalah penanda suatu produk atau jasa yang terdiri dari unsur visual (logo, mascot, kemasan) maupun unsur verbal (nama, *tagline*, *jingle*) yang membedakan dengan pesaing sejenis. Tidak hanya sebagai pendanda, lebih jauh merek memiliki makna yang berkaitan dengan kinerja produk atau jasa tersebut.

Adapun menurut Philip Kotler, *brand* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.¹⁶ Lambat laun definisi *branding* semakin berkembang hingga kini *branding* didefinisikan sebagai kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan lembaga pendidikan dalam rangka proses membangun dan membesarkan *brand*. Bagi lembaga pendidikan *branding* bukan hanya sekedar merk atau produk dikenal tetapi juga sebagai *image* lembaga pendidikan secara keseluruhan atau bagaimana masyarakat merasa bahwa lembaga pendidikan merupakan yang terbaik.

Definisi merek atau *brand* yang lain diungkapkan oleh beberapa ahli berikut:

- a. Menurut Amitha, Anan, Brindha, Agha, and Poojary citra merek adalah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap sebuah merek.¹⁷ Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek, akan memungkinkan untuk melakukan pembelian.

¹⁶ Philip Kotler Terj. Ahmad Amin, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2003), hal. 9.

¹⁷ Amitha KN, Anan Akhtar, Brindha N, Agha, and Nagesh Poojary, *Brand in Sultanate of Oman: Customers Perspective*, *Journal of Supply Chain and Customer Relationship Management*, Vol 2013. Article ID 535786, (2013) , hal. 9.

- b. Menurut Tjiptono, *brand image* atau *brand description* yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.¹⁸
- c. Menurut Kotler dan Keller citra merek didefinisikan sebagai “*the set of beliefs consumers hold about a particular brand*”.¹⁹ Dengan demikian citra merek adalah sejumlah kepercayaan yang dipegang konsumen berkaitan dengan merek.
- d. Surachman mendefinisikan citra merek sebagai bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan seperti lambang, desain huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya.²⁰ Dengan demikian citra merek dapat diartikan sebagai gambaran atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek di benak konsumen.

Dengan demikian *branding* merupakan keseluruhan proses dalam memilih unsur, nilai, hingga janji apa yang dimiliki oleh suatu entitas, yang dalam penelitian ini adalah sekolah.

Xian menyatakan bahwa *brand image* memiliki tiga komponen yaitu: *corporate image* (citra perusahaan), *user image* (citra pengguna), dan *product image* (citra produk).²¹ Citra dari sebuah perusahaan berawal dari perasaan pelanggan dan para pelaku bisnis tentang organisasi yang bersangkutan sebagai produsen produk tersebut sekaligus sebagai hasil evaluasi individual tentang hal yang sama. Adapun *User image* atau citra pemakai mengacu pada apakah kepribadian merek sesuai dengan konsumen. Sedangkan citra produk adalah suatu pandangan masyarakat terhadap suatu produk atau kategori suatu produk.

Ketiga pengukuran citra merek tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

¹⁸ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Seri Manajemen Merek 01: Manajemen & Strategi Merek*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hal. 13.

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Marketing Management Edisi ke-14, Global Edition*, (Pearson Prentice Hall, 2012), hal. 7.

²⁰ S. Surachman, *Dasar-dasar Manajemen Merek*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2012), hal. 67.

²¹ Gou Li Xian, dkk, *Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions, Journal of Computers* (6) 9: 1875-1879.

a. Keunggulan asosiasi merek

Keunggulan asosiasi merek dapat membuat konsumen percaya bahwa atribut dan manfaat yang diberikan oleh suatu merek dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga menciptakan sikap yang positif terhadap merek tersebut. Tujuan akhir dari setiap konsumsi yang dilakukan oleh konsumen adalah mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dan keinginan mereka. Adanya kebutuhan dan keinginan konsumen melahirkan harapan, di mana harapan tersebut yang diusahakan oleh konsumen untuk dipenuhi melalui kinerja produk dan merek yang dikonsumsinya. Apabila kinerja produk atau merek melebihi harapan, maka konsumen akan puas, dan demikian juga sebaliknya.

b. Kekuatan asosiasi merek

Kekuatan asosiasi merek tergantung pada bagaimana informasi tersebut dikelola oleh data sensoris di otak sebagai bagian dari citra merek.

2. Fungsi dan Tujuan *Branding*

Membangun citra bagi merk merupakan kegiatan yang memiliki fungsi dan tujuan. Berikut adalah fungsi *branding*:

- a. Sebagai pembeda, di mana lembaga pendidikan yang memiliki *brand* kuat akan mudah dibedakan dengan kompetitor.
- b. Promosi dan daya tarik, jika Anda memiliki *brand* yang kuat maka promosi akan lebih mudah dilakukan. Pelanggan cenderung memilih *brand* yang kuat dan loyal terhadap *brand* yang sama.
- c. Membangun citra, keyakinan, jaminan kualitas dan prestise, beberapa hal ini akan membuat bisnis Anda menjadi mudah diingat.
- d. Pengendali pasar: *brand* yang kuat dapat mengendalikan pasar karena masyarakat telah mengenalnya.²²

²² Kevin Keller Terj. Sri Hidayati, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, & Managing Brand Equity*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 21.

Sementara tujuan dari *branding* sendiri adalah untuk membentuk persepsi masyarakat, membangun rasa percaya masyarakat kepada brand dan membangun rasa cinta masyarakat kepada brand. Tujuan branding ini merupakan salah satu hal yang sangat bermanfaat bagi lembaga pendidikan. Branding yang kuat akan membuat pelanggan lebih percaya dengan produk Anda dan lebih loyal terhadap lembaga pendidikan.

Sebagaimana yang disebutkan di atas bahwa *branding* merupakan hal penting bagi lembaga pendidikan terlebih di era sekarang. Salah satu alasannya yaitu karena akan ada banyaknya manfaat yang dapat diperoleh lembaga pendidikan.

- a. Memberikan daya tarik bagi konsumen.
- b. Memudahkan lembaga pendidikan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa Anda.
- c. Membuka peluang lembaga pendidikan untuk menetapkan harga jual yang tinggi.
- d. Peluang bagi Anda sebagai pelaku usaha untuk melakukan diferensiasi produk
- e. Menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk lembaga pendidikan dengan produk milik kompetitor.

3. Unsur *Branding*

Kegiatan *branding* memiliki unsur-unsur pembentuk sebagai berikut:

- a. Nama merek
- b. Logo, meliputi tipe logo, monogram, bendera, dan seterusnya.
- c. Tampilan visual, seperti desain produk, desain kemasan, desain seragam, dan lain-lain.
- d. Juru bicara, seperti co-founder, maskot, tokoh lembaga pendidikan
- e. Suara, seperti ikon bunyi, nada, lagu
- f. Kata-kata, meliputi slogan, *tagline*, *jingle*, dan lain-lain.²³

²³ Fandy Tjoptono, *Brand Management & Strategi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hal. 35.

4. Jenis *Branding*

Berdasarkan bentuknya, *branding* bisa memiliki jenis-jenis berikut:

a. *Product branding*

Adalah jenis *branding* yang paling umum. Hal ini karena produk atau merek yang berhasil adalah produk yang mampu mendorong konsumen untuk memilih produk miliknya di atas produk kompetitor.

b. *Personal branding*

Merupakan alat pemasaran yang paling populer di kalangan *public figure* seperti artis, musisi, politisi, dan lainnya sehingga mereka memiliki pandangan tersendiri di mata masyarakat.

c. *Corporate branding*

Semua aspek lembaga pendidikan mulai dari produk atau jasa yang ditawarkan sampai kontribusi karyawan dimata masyarakat. *Corporate branding* sangat penting untuk mengembangkan reputasi lembaga pendidikan di pasar.

d. *Destination branding*

Memiliki tujuan untuk mengenalkan produk atau jasa ketika suatu nama lokasi disebutkan seseorang. Jadi saat seseorang menyebut nama kota misalnya Yogyakarta maka orang dapat langsung mengingat gudeg atau bakpia.

e. *Cultural branding*

Mengembangkan reputasi tentang lingkungan dan orang-orang dari lokasi atau kebangsaan tertentu.²⁴

C. Branding Sekolah

1. Pengertian Branding Sekolah

School Branding, yaitu usaha yang digunakan oleh sekolah untuk menjadikan sekolah mereka dikenal, diingat dan memiliki penilaian

²⁴ Andi M. Sadat, *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 64.

tersendiri pada masyarakat umum.²⁵ Brand alias merek bagi sekolah bukan sekedar nama dan lokasi melainkan sebuah identitas untuk dikenal dan dapat dibedakan mutu pelayanannya dari sekolah lain. Strategi branding sekolah menjadi sangat penting bagi sekolah-sekolah utamanya pada sekolah swasta. Karena itu sekolah harus mampu menampilkan proses pelayanan pendidikan melalui atribut kegiatan belajar mengajar yang unik, meliputi mutu KBM, kepuasan belajar siswa, prestasi siswa dan mutu *outcome*. Sekolah juga mampu memberi kesan yang mendalam kepada siswa dan masyarakat tentang manfaat bersekolah di tempat tersebut. Siswa dan masyarakat mendapatkan “value” bersekolah (*brand value*), bukan hanya akademik, namun juga daya saing dan akhlak mulia. Sekaligus sekolah dapat membidik “*costumer*” yang menjadi target market-nya.

Dalam pendidikan merek (*brand*) adalah nama, istilah, simbol atau rancangan atau kombinasi dari semua yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi jasa pendidikan yang telah diterapkan atau melekat pada suatu lembaga pendidikan tertentu. Hal ini digunakan untuk memberikan sebuah nama yang telah ada dalam lembaga pendidikan dan untuk membedakan antara lembaga yang satu dengan yang lainnya.

Sekolah harus memiliki brand yang membuat orang tua berpikir untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut khususnya orang tua yang sudah memiliki rancangan masa depan untuk anaknya. Sebagai contoh, orang tua yang menilai anaknya suka dengan teknologi maka dia akan mencari sekolah yang mampu mendukung dan meningkatkan kemampuan dari anaknya tersebut dalam bidang teknologi.

Sekolah dalam perubahan paradigma pendidikan saat ini sudah perlu menciptakan brand mereka sendiri layaknya sebuah lembaga pendidikan menciptakan brand untuk mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas. Adapun langkah yang dapat dilakukan dalam menciptakan branding sekolah dapat digambarkan sebagai berikut:

²⁵ Fredy Rangkuti, *The Power Of Brand*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2011), hal. 26.

- a. Merumuskan Visi, Misi dan Tujuan sekolah. Sekolah harus merumuskan kembali ketiga hal tersebut sesuai dengan perkembangan zaman saat ini dan mengacu pada perkembangan dunia yang akan datang.
- b. Tentukan output yang akan dihasilkan. Hal ini penting karena ini akan menjadi salah satu pertimbangan orang tua dalam memasukkan anaknya ke sebuah sekolah. Misalkan jika anak lulus dari sekolah ini dijamin mampu berbahasa mandarin dengan baik. Jadi, orang tua yang ingin anaknya fasih dalam berbahasa mandarin akan menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut.
- c. Buat Slogan yang menarik dari sekolah. Slogan yang menarik dan mudah diingat oleh masyarakat, akan membuat sekolah lebih mudah dalam mempromosikan sekolah mereka. Perhatikan slogan dari lembaga pendidikan yang terkenal, mereka membuat slogan dengan sangat kreatif sehingga masyarakat luas mudah mengingat slogan mereka.
- d. Bentuk team marketing. Pastikan perubahan Visi, Misi, dan Tujuan sekolah tersampaikan dengan baik kepada masyarakat dan hal ini tidaklah menjadi tugas Guru tetapi harus dibentuk sebuah team yang bertugas menyampaikan hal tersebut kepada masyarakat luas.
- e. Program pasca sekolah. Untuk memastikan output dari sekolah sudah benar-benar sesuai dengan visi dan misi sekolah maka sekolah perlu memonitor dari lulusan-lulusannya serta membantu para siswanya jika mereka keluar dari misi awal ketika di sekolah. Hal ini jarang sekali diperhatikan sekolah, banyak yang beranggapan jika telah selesai UNBK dan malam perpisahan maka itu bukan lagi tanggung jawab sekolah padahal apa yang terjadi pada lulusan mereka akan menentukan nasib sekolah mereka ke depannya.
- f. Belajar dari Kompetitor. Apa kelebihan dari sekolah lain, apa kelebihan yang dapat ditawarkan oleh sekolah anda dan mengapa sekolah anda merasa lebih baik dari sekolah kompetitor.
- g. Maksimalkan perkembangan teknologi dalam melakukan promosi. Perkembangan teknologi khususnya media sosial telah membuat

pergeseran dalam bidang marketing, teknologi saat ini memberikan kemudahan dalam melakukan promosi secara luas kepada masyarakat luas seperti memanfaatkan media sosial dalam melakukan promosi dan itu bisa dimanfaatkan oleh sekolah untuk mempromosikan sekolah.

- h. Libatkan dunia usaha dan dunia industri. Sebuah sekolah akan lebih cepat dalam menciptakan Brand adalah sekolah yang melibatkan dunia usaha dan dunia industri, dimana sekolah tersebut didukung oleh sebuah lembaga pendidikan besar sehingga mereka memiliki brand yang kuat yang sulit untuk digeser oleh sekolah lain

2. Elemen Brand Sekolah

Pada dasarnya sekolah sebagai lembaga yang menyelenggarakan jasa pendidikan memiliki elemen brand yang bersifat *tangible* (nyata, bisa dilihat) dan *intangible* (tidak nyata, tidak terlihat oleh kasat mata). Elemen-elemen tersebut dapat dijabarkan menjadi nama merek, URL (*Uniform Resource Locarors*), logo, symbol, karakter, juru bicara, slogan, jingles, kemasan, dan signage.²⁶ Secara lebih rinci elemen-elemen tersebut diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 1
Elemen *Branding* Sekolah

No	Elemen <i>Tangible</i> Visual	Elemen <i>Intangible</i>
1	Simbol dan slogan	Identitas, merek korporat, komunikasi terintegrasi, relasi pelanggan
2	Nama, logo, warna, <i>brand mark</i> , dan slogan iklan	-
3	Nama, merek dagang	Positioning, komunikasi merek
4	Kapabilitas fungsional, nama, proteksi hukum	Nilai simbolis, layanan, tanda kepemilikan, shorthand notation
5	Fungsionalitas	Representasionalitas
6	Kehadiran dan kinerja	Relevansi, keunggulan, ikatan khusus
7	Nama unik, logo, desain grafis dan fisik	-
8	Bentuk fisik	Kepribadian, relasi, budaya,

²⁶ Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), , hal. 4.

		refleksi, citra diri
9	Nilai fungsional	Nilai social dan personal

Frank Jefkins dalam bukunya yang berjudul *Public Relations* sebagaimana dikutip oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro A mengemukakan jenis-jenis citra atau *brand* sebagai berikut:

- a. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra/*brand*) manajemen terhadap public eksternal dalam melihat lembaga pendidikan.
- b. *The current image* (citra masih hangat), yaitu: citra yang terdapat pada public eksternal yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dalam pemahaman public eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
- c. *The wish image* (citra yang diharapkan), yaitu: manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
- d. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu: citra yang dibentuk oleh sejumlah individu atau kantor cabang perwakilan yang membentuk citra yang belum tentu sama dengan citra keseluruhan organisasi atau lembaga pendidikan.

Adapun Buchori Alma mengambil benang merah unsur-unsur citra lembaga pendidikan Islam jika diambil dari elemen citra tersebut di atas sebagai berikut:²⁷

- a. *Mirror image* atau cerminan citra, bahwa suatu lembaga pendidikan harus mampu melihat sendiri bagaimana citra yang mereka tampilkan dalam melayani publiknya. Lembaga pendidikan harus mampu melakukan refleksi diri dalam memberikan layanannya.
- b. *Multiple image*, yakni citra yang muncul pada lembaga pendidikan pada sector-sektor tertentu yang menjadi bagian dari pelayanan sebuah lembaga pendidikan.

²⁷ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan*, hal. 92-93.

- c. *Current image*, yaitu bagaimana citra terhadap lembaga pendidikan pada umumnya (secara general). *Current image* ini biasanya yang menjadi citra sebenarnya sebuah lembaga pendidikan.

D. Strategi *Branding* Sekolah

1. Kebijakan *Branding* Sekolah

Mazmanian dan Sabatier dalam Wahab, implementasi kebijakan adalah pelaksana keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang.²⁸ Namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan eksekutif yang penting atau badan peradilan lainnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin di capai dengan berbagai cara untuk menstruktur atau mengatur proses implementasinya.

Sedangkan menurut teori Van Meter dan Van Horn dalam Agostino, mendefinisikan implementasi kebijakan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan.²⁹ Adapun implementasi kebijakan menyangkut tiga hal, yaitu sebagai berikut:

- a. Adanya tujuan atau sasaran kebijakan
- b. Adanya aktivitas atau kegiatan pencapaian tujuan
- c. Adanya hasil kegiatan.

Menurut Anderson dalam Fadillah Putra, implementasi kebijakan dapat dilihat dari empat aspek yaitu sebagai berikut:³⁰

- a. *Who is involved in policy implementation*, yang berarti siapa yang mengimplementasikan kebijakan.

²⁸ Abdul Wahab, 2001, *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*, (Jakarta: Sinar Grafika), hal. 68.

²⁹ Leo Agostino, 20016, *Dasar-dasar Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta), hal. 139.

³⁰ Fadillah Putra, 2003, *Paradigma Kritis dalam Studi Kebijakan Publik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hal. 82.

- b. *The nature of the administrative process*, yang berarti hakekat dari proses administrasi.
- c. *Compliance with policy content*, yang berarti kepatuhan kepada kebijakan.
- d. *Impact*, yang berarti efek dan dampak dari implementasi kebijakan

Sementara itu menurut Edward dalam Winarno, implementasi kebijakan adalah tahap pembuatan kebijakan antara pembentukan kebijakan dan konsekuensi-konsekuensi kebijakan bagi masyarakat yang dipengaruhinya.³¹ Jika suatu kebijakan tidak tepat atau tidak mengurangi masalah yang merupakan sasaran kebijakan, maka kebijakan itu mungkin akan mengalami kegagalan sekalipun kebijakan yang cemerlang mungkin juga akan mengalami kegagalan jika kebijakan tersebut kurang di implementasikan dengan baik oleh para pelaksana kebijakan.

Implementasi merupakan sebuah tahap yang paling krusial dalam proses kebijakan publik. Suatu program kebijakan harus di implementasikan agar supaya mempunyai dampak dan tujuan yang diinginkan. Menurut Wiliam. N. Dun menganjurkan bahwa di setiap tahapan proses kebijakan publik, termasuk tahapan implementasi kebijakan penting dilakukan analisa.³² Analisa yang dimaksud tidak identik dengan evaluasi karena dari tahapan penyusunan agenda hingga evaluasi kebijakan (*policy evaluation*) sudah harus dilakukan analisis.

Dalam beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa implementasi kebijakan mengarah pada suatu aktivitas atau suatu kegiatan yang dinamis dan bertanggung jawab dalam melaksanakan program serta menetapkan tujuan dari kebijakan tersebut sehingga pada akhirnya akan mendapatkan suatu hasil yang sesuai dengan tujuan atau sasaran kebijakan itu sendiri. Kebijakan publik yang saat ini diimplementasikan oleh SD Islam

³¹ Budi Winarno, 2002, *Kebijakan Publik; Teori dan Proses*, (Yogyakarta: Media Presindo), hal. 125.

³² William. N. Dun, 2000, *Analisis Kebijakan Publik*. (Yogyakarta: Gajah Mada University Press), hal. 24-25.

Masyitoh Kroya adalah sekolah unggul dalam hal ilmu agama dan umum yang bercirikan system *full day school*.

2. Langkah-langkah *Branding* Sekolah

Langkah-langkah melakukan pencitraan sekolah atau *school branding* dapat dilakukan dengan cara berikut.³³

- a. Membuat logo atau Seragam Sekolah yang menarik, keren atau *eye catching*. Logo atau seragam sekolah dengan berbagai filosofi sesuai dengan misi sekolah. Logo atau seragam dapat menjadi dokumentasi yang bisa dilihat, dikenang lewat display di dinding-dinding sekolah, kelas, website, blog, cerita sejarah sekolah, dsb.
- b. Fokus pada tujuan pendidikan nasional & tujuan yang sesuai dengan jenjang pendidikan sekolah, berusaha agar semua sumberdaya berjalan ke arah tujuan. Ada contoh sekolah yang menyatakan Ketuhanan dan Kejujuran adalah nilai-nilai yang diterapkan sekolah, ketika ada murid yang menyontek saat ulangan harian atau diketahui mencuri di sekolah mendapat sanksi dikeluarkan dari sekolah. Sekolah-sekolah seperti itu selalu banyak yang berminat walau harus membayar biaya yang mahal untuk diterima di sekolah itu.
- c. Pembeda atau Ciri Khas. Orang tua memasukkan anaknya ke sekolah yang punya kelebihan atau pembeda dari sekolah lain, pembeda itu bisa berupa nilai-nilai atau skill yang diajar atau terus dilaksanakan selama murid bersekolah disana. Terlalu berat untuk melaksanakan atau memperlihatkan output semua tujuan pendidikan di Sekolah, pilih saja satu atau sedikit karakter unggulan sebagai pembeda yang bisa dilihat orang tua murid. Sebagai contoh sekolah yang menyatakan menanamkan nilai ketaqwaan melakukan berbagai kegiatan yang pada akhirnya memperlihatkan sikap taqwa murid sekolah itu lebih baik dari murid sekolah lain, hal ini membuat masyarakat senang menyekolahkan

³³ Dedi Dwitagama, *Pencitraan Sekolah, Pendidika Karakter, Branding Sekolah*, (Jakarta: Indeks, 2011), hal. 7.

anaknyanya disana karena merasakan perbedaan tingkah laku anaknyanya sebelum dan setelah bersekolah disana.

- d. Menyenangkan. Suasana sekolah harus memberi rasa senang dan membuat betah semua warganya, tak ada rasa takut atau cemas. Menjadikan murid, orang tua, guru & karyawan betah berada di sekolah karena teduh, nyaman serta keramahan warga sekolah.
- e. Mengkomunikasikan atau mengabarkan. Sekolah harus secara sadar merekam atau mendokumentasikan berbagai aktifitas sekolah, keunikan peserta didik, guru, karyawan, prestasi, proses latihan dan semua hal yang ada di Sekolah dalam bentuk Foto, Video dan menyeleksi foto-foto dan video terbaik untuk dipublikasikan dalam bentuk brosur, website, blog, instagram, youtube dan berbagai platform media sosial. Guru bisa memberikan tugas belajar, yang pada zaman dulu harus dicetak, kini bisa dirubah dengan meminta murid mempublikasikan di blog, youtube atau media sosial lainnya yang bisa menjadi memory atau kenangan serta materi promosi pencitraan yang alami tentang apa yang dilakukan di dalam Sekolah Anda.
- f. ATM (amati, tiru, dan modifikasi) sekolah yang bagus. Amati berbagai hal dari sekolah yang bagus menurut Anda, Tiru hal-hal bagus, Modifikasi cara melakukan hal-hal bagus disesuaikan dengan kondisi sekolah Anda. Melakukan ATM (Amati, Tiru dan Modifikasi) bisa dilakukan dengan berkunjung ke sekolahan bagus yang terdekat, tak perlu studi banding hingga naik pesawat.
- g. Ciptakan budaya menghargai prestasi. Prestasi apapun yang diperoleh murid, guru, karyawan sekolah harus selalu mendapat apresiasi dari semua warga sekolah, sehingga muncul semangat berprestasi dan budaya membicarakan prestasi di sekolah jadi kebahagiaan bersama.³⁴
- h. Pembiasaan evaluasi, introspeksi dan berubah. Salah, keliru, gagal, benar, dan sukses adalah proses hidup yang selalu kita jumpai, apapun yang diperoleh harus dievaluasi, untuk jadi bahan perbaikan yang akan

³⁴ *Ibid*, hal. 9.

dilakukan di masa depan, sehingga perubahan selalu tidak bisa dihindari, agar bisa terus bertahan di dunia yang terus berubah.

Adapun menurut Hermawan Kertajaya, *branding* sendiri merupakan proses atau perjalanan dari customer dalam hal ini wali murid, langkah-langkah strateginya adalah sebagai berikut.³⁵

a. *Aware*

Pada tahap ini, *branding* sekolah berfokus pada bagaimana cara menyebarluaskan informasi tentang sekolah sebanyak mungkin dan indikator keberhasilannya adalah masyarakat khususnya calon wali murid yang menjadi target agar menyadari keberadaan sekolah kita (*brand* sekolah). Definisi lain dikenal dengan istilah publikasi. Pada tahap ini channel (saluran) yang digunakan juga bervariasi, tergantung dari bagaimana karakteristik dari calon walimurid yang dibidik.

b. *Appeal*

Pada tahap ini target kita, calon wali murid telah mengetahui eksistensi sekolah dan mulai tertarik. Bisa setelah mereka menemukan brosur yang terunggah di media sosial, brosur yang disebar ataupun spanduk yang terpasang di tepi jalan.

c. *Ask*

Setelah target kita mengetahui sekaligus tertarik, mereka akan melakukan investigasi dengan bertanya lebih lanjut. Oleh karena itu, penting sekali di media publikasi atau pemasaran terdapat nomor kontak atau cara untuk mendapatkan informasi lebih detail. Bisa dengan nomor kontak, nomor telp sekolah, email, website ataupun yang lainnya. Sekali lagi disesuaikan dengan karakteristik dari target.

d. *Act*

Pada tahap ini berarti calon wali murid telah melakukan pendaftaran ke sekolah. Tahap ini meskipun sudah bisa dikatakan pendekatan marketing telah berhasil. Namun, perjalanan customer belum

³⁵ Hermawan Kertajaya, *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2013), hal. 28.

selesai. Mengapa? Karena buktinya, banyak sekali organisasi maupun perusahaan yang berakhir kolaps meskipun telah memiliki jumlah closing yang cukup banyak. Oleh karena itu, prinsip layanan prima menjadi pondasi yang harus dipenuhi oleh sekolah atau lembaga untuk mempertahankan tahap ini, dan harapannya bisa bergeser ke tahap berikutnya.

e. *Advocate*

Tahap ini menjadi jawaban, mengapa 4A saja tidak cukup untuk membuat sekolah maupun lembaga bisa mempertahankan walimurid. Mereka harus bisa kita ajak dan arahkan untuk menjadi *advocate* atau menjadi agen publikasi, yang bahasa kerennya *endorser* atau *influencer* kepada lingkaran terdekat wali murid kita.

Indikator keberhasilan dari tahap ini adalah seberapa banyak walimurid kita yang dengan ikhlas dan bahagia turut serta aktif dalam sosialisasi program, layanan maupun kegiatan publikasi lainnya. Semata-mata bukan untuk mendapatkan insentif tambahan, tetapi memang mereka benar-benar ingin menjadi bagian dari penyeru atas kepuasan yang mereka peroleh selama ini.

3. Indikator Sekolah Yang Baik

Menurut Kemendiknas, sekolah yang bermutu secara inklusif memuat elemen-elemen sekolah yang efektif (*effective school*) dapat diuraikan dengan pendidikan sistem yaitu berdasarkan pada input, proses dan output.

a. Input Pendidikan

- 1) Sekolah memiliki kebijakan , tujuan dan sasaran mutu yang jelas
- 2) Memiliki sumber daya sekolah selalu tersedia dan siap di gunakan secara optimal
- 3) Memiliki staf sekolah yang berkompetensi dan berkualitas tinggi
- 4) Sekolah memiliki harapan prestasi yang tinggi
- 5) Sekolah selalu fokus pada manajemen yang memadai.

b. Proses pendidikan

- 1) Proses menekan mengajar yang efektif dan menekankan internalisasi tentang apa yang akan diajarkan selain ditekankan pada belajar mengetahui (*learning to know*), belajar bekerja (*learning to do*), belajar hidup bersama (*learning to life together*) dan belajar menjadi diri sendiri (*learning to be*).
- 2) Kepemimpinan sekolah yang kuat, dalam hal ini kemampuan kepala sekolah untuk menggerakkan sumber daya sekolah guna mencapai tujuan.
- 3) Lingkungan sekolah yang aman, nyaman dan tertib.
- 4) Pengelolaan tenaga kependidikan yang efektif. Mulai dari analisis kebutuhan, pekerjaan pengembangan, evaluasi kerja, hubungan kerja hingga imbal jasa.
- 5) Sekolah memiliki budaya mutu yang terdiri dari elemen: informasi kualitas harus digunakan untuk perbaikan, kewenangan sebatas tanggung jawab, penghargaan atau sanksi atas hasil, kolaborasi dan sinergi sebagai basis kerjasama, warga sekolah aman dengan pekerjaannya, penanaman keadilan, imbal jasa harus sepadan dengan nilai dan rasa kepemilikan sekolah.
- 6) Sekolah memiliki teamwork yang kompak, cerdas dan dinamis.
- 7) Sekolah memiliki kewenangan (kemandirian). Sekolah dituntut untuk tidak selalu tergantung pada atasannya.
- 8) Partisipasi yang tinggi dari warga sekolah dan masyarakat terhadap sekolah.
- 9) Sekolah memiliki keterbukaan (trasparansi) manajemen
- 10) Sekolah memiliki kemauan untuk berubah (psikologi dan fisik)
- 11) Sekolah melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan.
- 12) Sekolah melakukan komunikasi yang baik baik secara internal maupun eksternal.

- 13) Sekolah memiliki akuntabilitas sebagai bentuk pertanggungjawaban yang harus dilakukan sekolah terhadap keberhasilan program yang telah dilaksanakan.

c. Output pendidikan

Output sekolah/prestasi sekolah dihasilkan oleh proses pembelajaran dan manajemen di sekolah. Output sekolah dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

- 1) Output berupa prestasi akademik, misalnya nilai hasil Ujian Nasional, lomba karya ilmiah dan lain-lain.
- 2) Output prestasi non akademik, misalnya keingintahuan yang tinggi, harga diri, kejujuran, kerjasama yang baik, rasa kasih sayang yang tinggi, toleransi dan lain-lain

Indikator- indikator di atas akan memberikan implikasi kepada hasil pendidikan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Peserta didik menunjukkan tingkat penguasaan yang tinggi terhadap tugas belajar sesuai dengan tujuan dan sasaran pendidikan sehingga memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.
- b. Hasil pendidikan sesuai dengan kebutuhan lingkungan.
- c. Hasil pendidikan sesuai dengan kebutuhan peserta didik sehingga dapat melakukan sesuatu untuk keperluan hidupnya dalam rangka menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dalam kehidupan di masyarakat.
- d. Hasil pendidikan tidak mengakibatkan adanya pemborosan ekonomi maupun pemborosan social
- e. Hasil pendidikan dapat menghasilkan sesuatu yang produktif
- f. Hasil pendidikan dapat dipertanggungjawabkan dari segi kemampuannya
- g. Hasil pendidikan memberikan sesuatu yang memenuhi spesifikasi dan bernilai tinggi sehingga mengakibatkan justifikasi uang yang dikeluarkan pemakainya
- h. Hasil pendidikan dapat merespon kebutuhan masyarakat
- i. Hasil pendidikan dapat dimanfaatkan dalam jangka yang relatif lama

j. Pendidikan dapat memberikan sesuatu yang menarik dan berseni.

4. Motivasi Pelanggan

a. Pengertian Motivasi

Motivasi dapat dipandang sebagai perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya *feeling* dan didahului dengan adanya tanggapan terhadap adanya tujuan.³⁶ Dengan demikian, motivasi mengandung pengertian:

- 1) Motivasi mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu,
- 2) Motivasi ditandai oleh adanya rasa atau *feeling*, afeksi yang dapat menentukan tingkah laku manusia
- 3) Motivasi dirangsang karena adanya tujuan.

Sedangkan fungsi motivasi bagi seseorang antara lain:

- 1) Sebagai motor penggerak
- 2) Menentukan arah perbuatan,
- 3) Mencegah penyelewengan dari jalan yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan,
- 4) Menyeleksi perbuatan diri, mana yang bisa mengantarkan pada pencapaian tujuan, dan mana yang tidak dapat menguntungkan untuk pencapaian tujuan.

b. Macam-macam Motivasi

Jika dilihat dari asal munculnya motivasi kerja, maka bentuk motivasi kerja dapat dibedakan menjadi dua, yakni:

1) Motivasi Intrinsik

Yang dimaksud motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu.³⁷ Sebagai contoh seseorang yang senang bekerja karena ia mencintai pekerjaannya, tidak usah ada yang menyuruh atau

³⁶ Abdurrahman Abror, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 7.

³⁷ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya; Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara), hal. 7.

mendorongnya, ia sudah rajin mencari buku-buku untuk bekerja. Kemudian kalau dilihat dari segi tujuan kegiatan yang dilakukannya (misalnya kegiatan kerja), maka yang dimaksud dengan motivasi intrinsik ini adalah ingin mencapai tujuan yang ada di dalam perbuatan bekerja itu sendiri. Sebagai contoh konkrit: seorang guru yang mengajar karena betul-betul ingin mewariskan ilmunya pada siswanya. Itulah sebabnya motivasi intrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas bekerja dimulai dan diteruskan berdasarkan suatu dorongan dari dalam diri dan secara mutlak berkait dengan aktivitas kerjanya. Seperti dicontohkan di atas bahwa seorang guru mengajar, memang benar-benar ingin mengetahui segala sesuatunya, bukan karena ingin pujian atau ganjaran dari atasannya.

Perlu diketahui bahwa guru yang memiliki motivasi intrinsik akan memiliki tujuan menjadi orang yang berguna bagi siswa-siswanya dan orang lain dengan menularkan ilmunya. Satu-satunya jalan untuk menuju ke tujuan yang ingin dicapai ialah bekerja dengan mengajarkan ilmunya pada siswa-siswanya, sebab hanya dengan itulah siswa-siswanya dapat mewarisi ilmunya.

2) Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar. Sebagai contoh seseorang yang bekerja karena akan mendapat upah atau bayaran atau gaji. Jadi yang penting adalah upah bukan pekerjaan itu sendiri yang membuat ia puas. Oleh karena itu, motivasi ekstrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas bekerja dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak secara mutlak berkaitan dengan aktivitas bekerja.

Perlu ditegaskan, bukan berarti bahwa motivasi ekstrinsik ini tidak baik dan tidak penting, sebab kemungkinan besar keadaan pekerja, dalam hal ini adalah guru, itu dinamis, berubah-ubah dan juga

mungkin komponen-komponen lain dalam kegiatan mengajar ada yang kurang menarik bagi guru, sehingga diperlukan motivasi ekstrinsik.³⁸

c. Faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Sardiman AM. mengatakan bahwa seseorang melakukan aktivitas (kerja) didorong oleh adanya motivasi yang muncul karena motif atau faktor-faktor tertentu.³⁹ Motif atau faktor-faktor inilah yang secara langsung mempengaruhi motivasi kerja seseorang, yang menurut Maslow adalah kebutuhan, baik kebutuhan secara psikologis maupun secara biologis.

Selain teori kebutuhan Maslow sebagaimana tersebut di atas, S. Nasution mencatat beberapa kebutuhan yang mempengaruhi motivasi manusia untuk mencapainya, yakni:⁴⁰

- 1) Kebutuhan untuk beraktivitas,
- 2) Kebutuhan untuk menyenangkan orang lain,
- 3) Kebutuhan untuk mencapai hasil,
- 4) Kebutuhan untuk mengatasi kesulitan.

Sofyandi dan Iwa Garniwa menambahkan lagi teori tentang motivasi yang juga merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi, diantaranya teori dari Mc. Gregor yang memandang bahwa seseorang terdorong melakukan sesuatu (memiliki motivasi) karena adanya pembawaan yang berupa kesenangan terhadap objek. Dengan demikian, kesenangan seseorang pada pekerjaan tertentu akan mempengaruhi motivasinya dalam bekerja. Selain itu juga ada teori dari Herzberg yang dinamakan *hygiene theory*, yang melihat bahwa motivasi seseorang dipengaruhi oleh adanya kepuasan dan ketidakpuasan.⁴¹

³⁸ *Ibid*, hal. 34.

³⁹ Sardiman AM, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. (Jakarta: Rajawali Press, 2017), hal. 20.

⁴⁰ S. Nasution, *Asas-asas Kurikulum*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hal.15.

⁴¹ Herman Sofyandi & Iwa Garniwa, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 107.

Dari uraian tersebut di atas, dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dapat terbagi menjadi dua sebagaimana macam motivasi itu sendiri, yakni faktor pribadi atau dari dalam dan faktor lingkungan atau dari luar. Yang termasuk faktor dari dalam adalah motif berprestasi dan kesenangan terhadap sesuatu. Sedangkan faktor dari lingkungan adalah motif berafiliasi, adanya hukuman atau ganjaran, tujuan yang ingin dicapai, dan lain-lain yang merangsang motivasi ekstrinsik.

5. Strategi Humas dalam Komunikasi

Strategi merupakan sebuah cara untuk menjaga kelangsungan lembaga dan mewujudkan harapan lembaga, Menurut Jack Trout dalam Suyanto inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata di kepala.⁴² Sedangkan menurut Ruslan alternatif yang optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations*.⁴³ Strategi dapat diartikan sebagai langkah dalam mempertahankan diri, mengenali kelemahan dan kekuatan untuk bersaing dan membuat persepsi baik pada publik untuk mewujudkan tujuan lembaga.

Strategi merupakan langkah mencapai tujuan lembaga pendidikan melalui keputusan kondisional yang mengacu pada pandangan publik terhadap lembaga. Tujuannya untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*good will*) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan (atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang baik dengan publik). Dengan kata lain lembaga pendidikan berusaha untuk mengacu pada tercapainya komunikasi yang

⁴² Asep Herman Suyanto, 2007. *Web Design Theory And Practices*, (Yogyakarta : Andi Offset), hal. 16.

⁴³ Ruslan, Rosady, 2010, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hal. 134.

sifatnya kedalam dan keluar guna memperoleh opini publik yang baik, dan menciptakan hubungan yang baik dengan publiknya.

Adapun citra merupakan cara bagaimana pihak lain memandang sebuah lembaga, seseorang, suatu komite atau suatu aktifitas. Secara garis besar citra adalah perangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu, yang dimaksud membangun citra adalah bagaimana membentuk cara pandang terhadap lembaga pendidikan baik secara eksternal maupun internal melalui aktifitas dan langkah yang terukur. secara konseptual strategi humas dalam membangun citra lembaga adalah serangkaian cara yang didasarkan pada situasi kondisional untuk membangun opini publik guna memperoleh citra yang baik bagi lembaga.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Karya ilmiah yang berjudul “Strategi kepala Madrasah dalam meningkatkan citra madrasah, Madrasah Aliyah Negeri Kandat.” Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pencitraan yang telah dibentuk tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat. hal ini karena kepala madrasah telah mempertimbangkan semua bentuk organisasi yang digambarkan dalam strategi yang disusun secara etika dan kepentingan masyarakat. Kepala madrasah harus mempunyai program yang dapat dijalankan menggunakan strategi yang tepat sehingga mampu menyesuaikan diri sesuai dengan norma-norma yang diakui masyarakat.
2. Penelitian karya Ira Nur Harini yang berjudul: “*Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al- Hikmah Surabaya)*”. Penelitian ini mengkaji fungsi-fungsi manajerial bagian humas dalam peningkatan pencitraan sekolah di SMP Al-Hukmah Surabaya. Hasil penelitian ini antara lain: perencanaan hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan pencitraan sekolah di SMP Al-Hikmah Surabaya melibatkan semua pengelola sekolah dengan

mengagendakan semua kegiatan humas melalui rapat tahunan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan rancangan penelitian studi kasus menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dalam pengumpulan datanya. Inilah persamaannya dengan penelitian penulis. Perbedaannya antara lain pada focus kajian. Jika penelitian Ira memfokuskan kajian pada fungsi-fungsi manajemen humas dalam pencitraan sekolah, maka penelitian ini memfokuskan penelitian pada strategi membangun citra lembaga pendidikan Islam dengan mengambil kasus di SD Islam Masyitoh Kroya, yang meliputi: cara membangun, cara mempertahankan, cara meningkatkan, dan dampak dari pencitraan di SD tersebut.

3. Penelitian karya Yuning Swastiti yang berjudul: *Membangun Citra SMK melalui Peran dan Strategi Humas (Studi SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto)*. Penelitian ini juga merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan rancangan studi kasus di SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto yang mengkaji peran dan strategi humas dalam membangun citra sekolah. Perbedaannya adalah jika penelitian Yuning memfokuskan pada peran dan strategi humas saja, maka penelitian ini tidak hanya pada humas saja, akan tetapi juga melalui kesiswaan dan bidang lainnya.
4. Penelitian karya Yulia Rukmana yang berjudul: *“Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mendeskripsikan dan membandingkan strategi yang dipilih oleh SMA Negeri 3 Malang dengan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dalam membangun *brand image* guna meningkatkan daya saing sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa
5. Penelitian karya Siti Ma’rifatul Hasanah yang berjudul: *“Strategi Membangun Brand Image Perguruan Tinggi Agama ISLAM Negeri (Studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”*. Penelitian ini juga merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang memfokuskan

penelitian pada *brand image* UIN Maulana Malik Ibrahim Malang perspektif *key stakeholders*, strategi membangun *brand image* yang dilakukan oleh Pimpinan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan kendala dan solusi yang dilakukan oleh Pimpinan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* UIN Malik Ibrahim dalam perspektif *key stakeholders* dipersepsikan sebagai universitas Islam yang mengintegrasikan agama dan sains, memadukan konsep pesantren dan universitas, memiliki lembaga pendalaman dan *tahfidz Al-Qur'an*, memiliki bangunan fisik yang baik dan layak sebagai universitas, memiliki banyak fakultas dan jurusan, dan memiliki program bilingual. Adapun strategi yang digunakan pimpinan untuk membangun *brand image* terbagi menjadi 2 tahap, yakni: formulasi strategi berdasarkan QS. Al-'Alaq ayat 1-5 dan implementasi strategi.

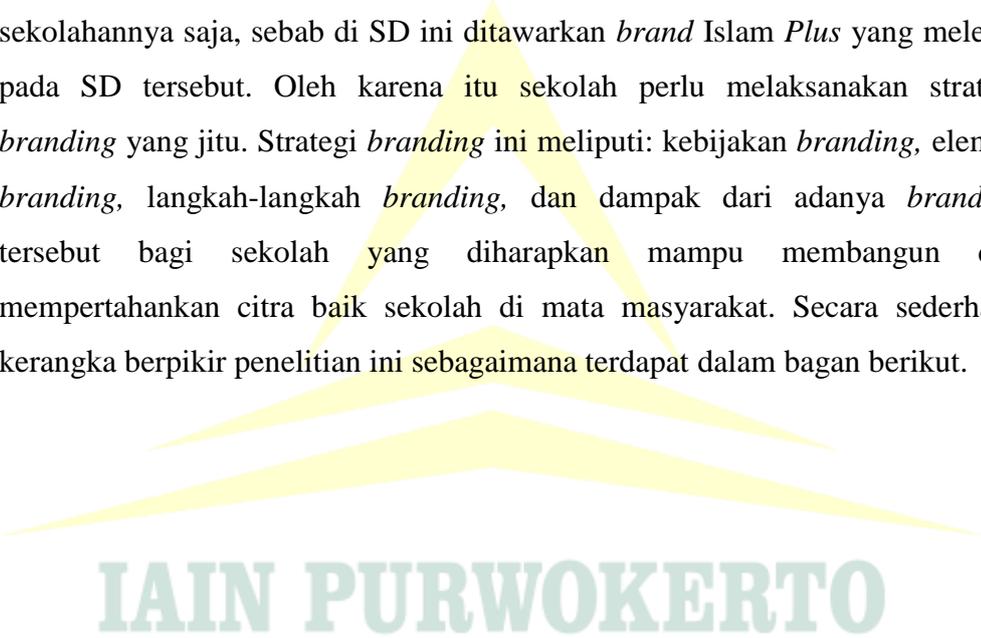
6. Penelitian karya Amri Hariri yang berjudul: "*Strategi Personal Branding Pustakawan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Purwokerto*". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan analisis deskriptif yang memfokuskan kajian pada *personal branding* yang menggunakan teori Peter Montoya tentang *the eight laws of personal branding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada persamaan dan perbedaan komponen strategi dalam membangun *personal branding* dengan teori yang dikemukakan oleh Peter Montoya. Kesamaan yang ditemukan antara lain pada komponen kompetensi, spesifikasi, kepemimpinan, dan kepribadian. Adapun perbedaan yang ditemukan adalah adanya *good will*. Strategi *personal branding* pustakawan Perpustakaan UMP ada 7 strategi untuk membentuk persepsi public bahwa pustakawan perpustakaan UMP adalah seorang yang ramah, jujur, sopan, santun, bertanggung jawab, disiplin, dan penuh profesionalitas.

Demikianlah beberapa penelitian yang memiliki persamaan dengan penelitian penulis. Adapun penelitian ini memfokuskan penelitian pada 4 (empat) hal, yakni: kebijakan *branding* yang diambil oleh SD Islam Plus Masyitoh Kroya, Elemen *branding* di SD Islam Plus Masyitoh Kroya, langkah-

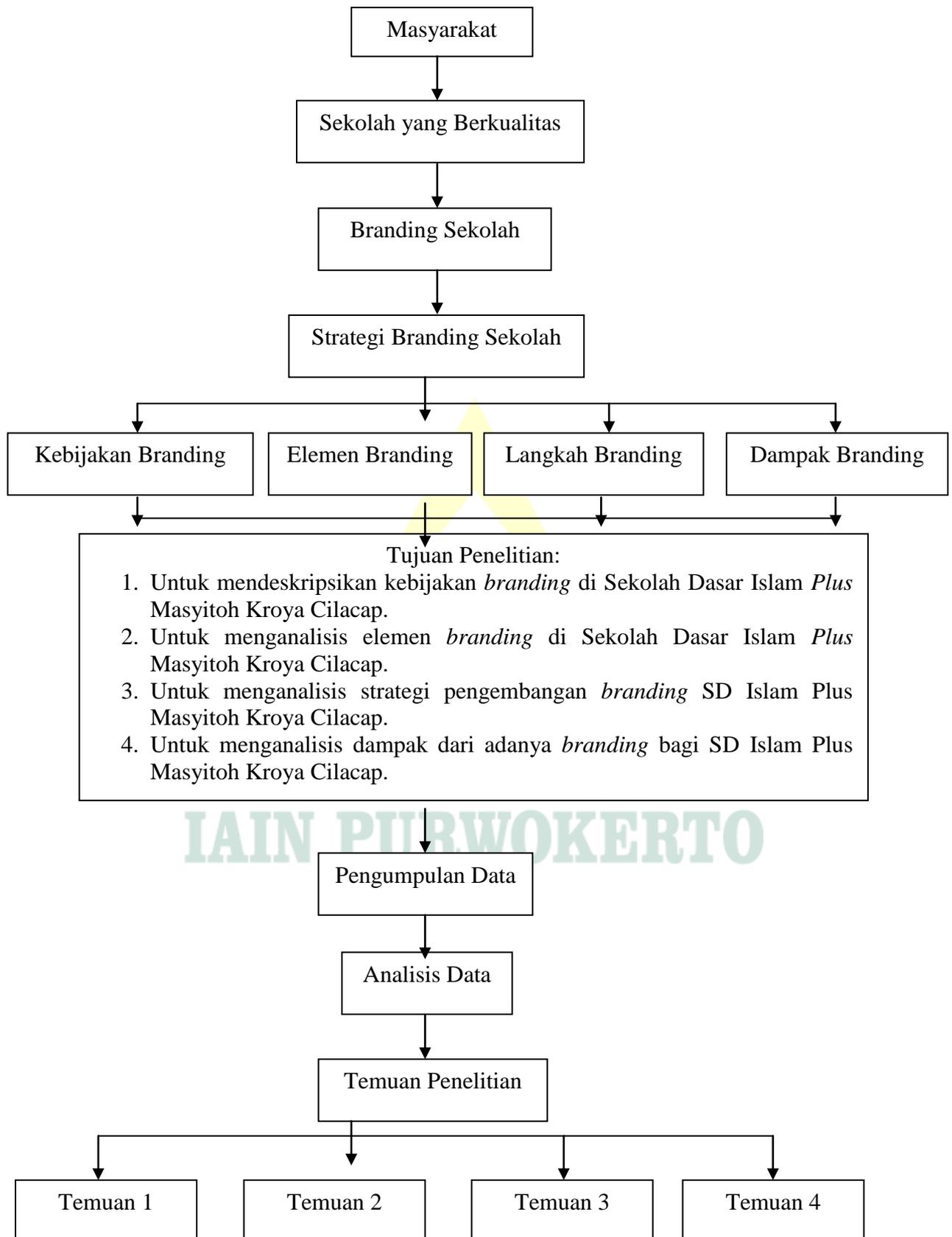
langkah pembentukan *branding* SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, dan dampak *branding* bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

F. Kerangka Berpikir

Citra baik sekolah bukanlah hal gratis yang diperoleh secara cuma-cuma dari masyarakat, akan tetapi melalui sebuah upaya, salah satunya adalah strategi *branding*. Strategi *branding* merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan citra dan kesan positif yang melekat pada sekolah, dalam penelitian ini adalah SD Islam *Plus* Darul Falah Kroya. Masyarakat diharapkan tertarik untuk menyekolahkan putra-putrinya dari mendengar nama sekolahnya saja, sebab di SD ini ditawarkan *brand* Islam *Plus* yang melekat pada SD tersebut. Oleh karena itu sekolah perlu melaksanakan strategi *branding* yang jitu. Strategi *branding* ini meliputi: kebijakan *branding*, elemen *branding*, langkah-langkah *branding*, dan dampak dari adanya *branding* tersebut bagi sekolah yang diharapkan mampu membangun dan mempertahankan citra baik sekolah di mata masyarakat. Secara sederhana kerangka berpikir penelitian ini sebagaimana terdapat dalam bagan berikut.



IAIN PURWOKERTO



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya yang beralamat di Jalan Cenderawasih No. 20 Bajing Kulon Kroya Cilacap. Lokasi ini dipilih dengan alasan sebagai berikut:

1. SD Islam Plus Masyitoh Kroya merupakan sekolah swasta yang memiliki daya saing tinggi di lingkungan wilayah kecamatan Kroya, terbukti dengan jumlah siswa yang sekolah di sekolah ini.
2. SD Islam Masyitoh menyediakan fasilitas yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan belajar dan mengajar
3. SD Islam Masyitoh Kroya tidak hanya memberikan bekal ilmu pengetahuan saja, tetapi juga memberikan bekal ilmu agama yang kuat salah satunya dengan pembiasaan rutin dan insidental untuk pembentukan akhlak siswa.

Penelitian ini dilakukan pada pertengahan tahun 2018, tepatnya mulai bulan Juli 2018 sampai bulan Desember 2019.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Data yang hendak dikumpulkan adalah tentang strategi membangun citra atau strategi *branding* lembaga pendidikan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap. Ungkapan tersebut jelas bahwa penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mendalam tentang bentuk pencitraan lembaga pendidikan tersebut. Disamping itu, ungkapan konsep tersebut lebih menghendaki makna yang berada di balik deskripsi data tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena data yang diperoleh berdasarkan pada fenomena atau latar alami (*natural setting*) sebagai sumber data langsung. Pemaknaan terhadap data tersebut hanya dapat dilakukan apabila diperoleh kedalaman atas fakta yang diperoleh.

Penelitian ini diharapkan dapat menemukan sekaligus mendeskripsikan data secara menyeluruh dan utuh mengenai strategi membangun citra lembaga

pendidikan di SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap. Masalah utama penelitian ini adalah bagaimana strategi yang digunakan di lembaga tersebut.

Rancangan atau desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus karena yang menjadi lokasi penelitian hanya menyangkut fenomena dan realitas yang ada di lingkungan di SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap. Menurut Muhadjir secara umum studi kasus memberikan akses atau peluang yang luas kepada peneliti untuk menelaah secara mendalam, detail, intensif, dan menyeluruh terhadap unit sosial yang diteliti.⁴⁴ Itulah kekuatan utama sebagai karakteristik dari studi kasus. Salim mengungkapkan bahwa pada intinya studi kasus berusaha untuk menyoroti suatu keputusan atau seperangkat keputusan, mengapa keputusan itu diambil, bagaimana diterapkan dan apakah hasilnya.⁴⁵ Dalam penelitian ini keputusan yang dimaksud adalah tentang strategi membangun citra lembaga pendidikan di SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap.

C. Data dan Sumber Data

Subyek penelitian sebagaimana ditulis Oleh Umi Zulfa dengan mengutip pendapat Suharsimi Arikunto adalah barang atau manusia atau tempat yang bisa memberikan informasi penelitian.⁴⁶ Oleh karena itu subjek penelitian yang menjadi sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, sumber data primer berupa manusia dan sumber data sekunder berupa non manusia atau dokumen. Sumber data penelitian ini yang berasal dari manusia sebagai subjek atau informan kunci adalah kepala sekolah/madrasah, guru dan karyawan SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap. Sedangkan sumber data yang dilakukan peneliti yang berasal dari bukan manusia adalah dokumen-dokumen yang relevan dengan fokus penelitian seperti: foto-foto dan dokumen-dokumen sekolah.

⁴⁴ Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sararsin, 2008), hal. 60.

⁴⁵ Agus Salim, 2001, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Tiara Wacana), hal. 37.

⁴⁶ Umi Zulfa, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Cahaya Ilmu, 2010), hal. 93.

D. Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh data secara holistik dan integratif, serta memperhatikan relevansi dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan strategi multi teknik sebagai cara untuk mengumpulkan data. Observasi, wawancara, dan studi dokumentasi dimanfaatkan secara bersama-sama untuk memperoleh data selengkap dan sesempurna mungkin, karena data hasil dari tiap-tiap teknik ini sifatnya saling melengkapi. Observasi merupakan teknik utama, dan yang lainnya merupakan pelengkap atau pengeceknnya. Adapun rincian operasionalnya adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti baik langsung maupun tidak langsung.⁴⁷ Dengan teknik observasi Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan tidak langsung tentang pelaksanaan strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap. Sasaran dari kegiatan observasi ini meliputi: kondisi madrasah, elemen *branding*, tahap-tahap strategi *branding*, dan dampak dari pelaksanaan kegiatan pencitraan pendidikan di SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴⁸ Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur untuk mendapatkan data secara lebih luas dan tidak keluar dari masalah. Wawancara ini digunakan untuk memperoleh data berupa hal-hal tersembunyi di balik fakta yang ditemui ketika observasi. Selain berfungsi untuk melengkapi data hasil observasi, wawancara juga dilakukan guna mengecek kebenaran data hasil observasi.

⁴⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian Jilid 1*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hal. 151.

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 186.

Dalam wawancara ini, peneliti memilih informan-informan yang dianggap mengetahui persoalan yang diteliti, diantaranya Kepala Madrasah, Guru dan Karyawan. Dari kepala sekolah dapat diperoleh informasi terkait strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap yang dilaksanakan oleh guru sesuai dengan kebijakan kepala madrasah. Sedangkan dari guru dan karyawan dapat diperoleh informasi terkait pelaksanaan strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap yang dilakukan kepala madrasah.

3. Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis maupun gambar.⁴⁹ Data dokumen ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Dalam banyak hal, dokumen dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan permasalahan-permasalahan yang diteliti.

Dokumen yang diteliti terkait dengan program-program kerja, hasil-hasil rapat, hasil-hasil pelaksanaan program dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dokumen-dokumen ini dapat berupa naskah, diktat, makalah, dan foto.

E. Teknik Analisis Data

Melakukan analisis berarti melakukan kajian untuk memahami struktur atau fenomena-fenomena yang berlaku di lapangan. Analisis dilaksanakan dengan melakukan telaah terhadap fenomena atau peristiwa secara keseluruhan, maupun bagian-bagian yang membentuk fenomena tersebut serta hubungan keterkaitannya. Menurut Bogdan dan Taylor menyatakan analisis data digunakan sebagai proses mencari usaha secara formal untuk menentukan tema

⁴⁹ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 221.

dan merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha memberikan bantuan pada tema atau ide itu.

Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain berkenaan dengan strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap yang telah dikumpulkan untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai data tersebut, untuk selanjutnya mengkomunikasikan mengenai apa yang telah ditemukan.

Analisis data ini merupakan upaya untuk menata, menyusun, dan memberi makna pada data kualitatif yang telah dikumpulkan, sehingga dapat memberi jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan, tentunya agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan yaitu analisis data dari Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tiga alur yang saling berkaitan antara satu dengan lainnya. Ketiga alur tersebut meliputi: *pertama*, reduksi data, yaitu satu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga bisa ditarik suatu kesimpulan akhir; *kedua*, penyajian data yang dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari data-data yang telah diperoleh, kemudian diisusun secara sistematis, dari bentuk informasi yang kompleks menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami; *ketiga*, penarikan kesimpulan yang merupakan bagian akhir dari penelitian ini.

Reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama penelitian berlangsung. Setelah pengumpulan data selesai dilakukan, semua catatan lapangan dibaca, dipahami dan dibuat ringkasan kontak yang berisi uraian hasil penelitian terhadap catatan lapangan, pemfokusan, dan penjawaban terhadap masalah yang diteliti.

Selanjutnya data tentang strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap yang diperoleh dari penelitian ini dituangkan dalam bentuk kata-kata, kalimat-kalimat, ataupun

paragraf-paragraf. Oleh karena itu data disajikan dalam bentuk teks atau uraian naratif. Data yang diperoleh berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau paragraf-paragraf, baik penuturan informan, hasil observasi dan dokumentasi, maka agar dapat tersaji dengan baik dan mudah dicari dan ditelusuri kembali kebenarannya, maka selanjutnya diberi catatan akhir.

Akhirnya, analisis data yang dilakukan selama pengumpulan data dan sesudah pengumpulan data digunakan untuk menarik suatu kesimpulan, sehingga dapat menggambarkan secara mendalam tentang strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan SD Islam Plus Masyitoh Kroya Cilacap.

Jadi, tiga jenis kegiatan analisis dan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Seorang peneliti harus siap bergerak diantara 4 sumbu, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan selama pengumpulan data. Selanjutnya bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan selama sisa waktu penelitiannya. Karena sifatnya yang bolak-balik tersebut, maka model ini disebut dengan analisis data model interaktif.⁵⁰

F. Pengecekan Keabsahan Data

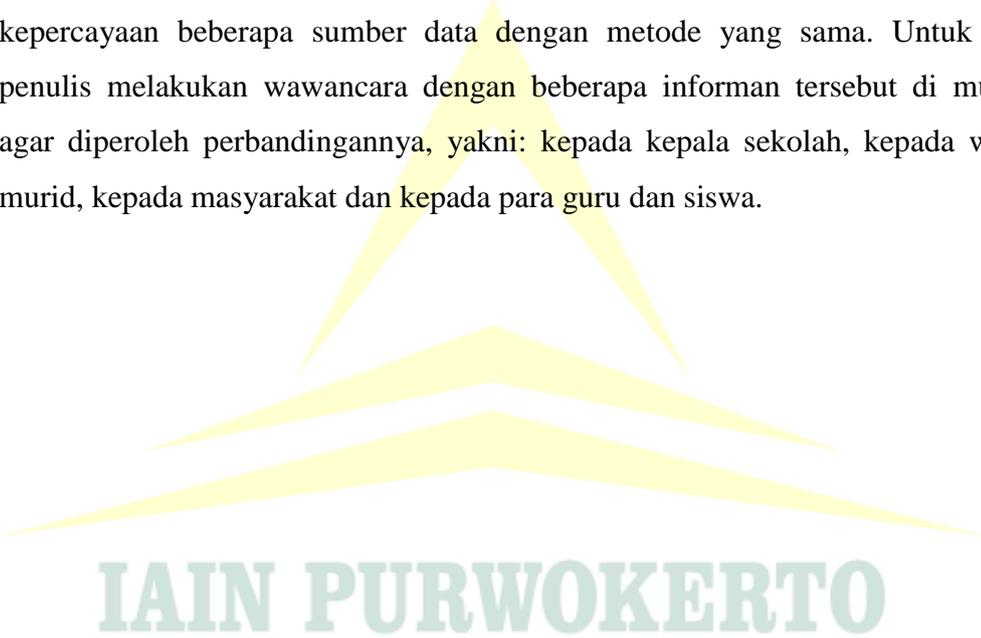
Untuk menguji keabsahan data, peneliti akan menggunakan triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁵¹ Menurut Denzin, sebagaimana dikutip oleh Lexy J. Moleong terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan, yaitu: dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Namun di sini peneliti hanya akan menggunakan dua macam teknik saja, yaitu dengan sumber dan metode.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 225.

⁵¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 330.

Triangulasi dengan metode akan dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan tujuan memperkaya data hingga data yang absah dapat ditemukan. Untuk itu peneliti menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi guna menelusuri kebenaran hasil pengumpulan data dari salah satu metode tersebut yang dilakukan terhadap informan mengenai strategi membangun citra lembaga pendidikan Islam di SD Islam Plus Masyitoh Kroya. Dengan kata lain dilakukan pengecekan hasil wawancara dengan observasi dan mengecek hasil wawancara dengan dokumentasi, atau sebaliknya.

Triangulasi dengan sumber dilakukan dengan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Untuk itu penulis melakukan wawancara dengan beberapa informan tersebut di muka agar diperoleh perbandingannya, yakni: kepada kepala sekolah, kepada wali murid, kepada masyarakat dan kepada para guru dan siswa.



IAIN PURWOKERTO

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini penulis mendeskripsikan temuan hasil penelitian mengenai strategi *branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Strategi *branding* ini meliputi: kebijakan *branding*, elemen *branding*, langkah-langkah *branding*, dan dampak dari *branding* sekolah di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

A. Profil SD Islam Masyitoh Kroya Cilacap

1. Gambaran Umum Sekolah

SD Islam Plus Masyitoh Kroya merupakan lembaga pendidikan formal tingkat dasar yang berdiri di bawah naungan Yayasan Miftahul Huda pada tanggal 2 Juli 2001 dengan SK Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Cilacap No. 420/02867/02/03, dengan Nomor Identitas Sekolah (NIS) 100680 dan Nomor Statistik Bangunan (NSB) 11022199040043011, serta Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 20300760. Dengan demikian sekolah ini telah melaksanakan kegiatan pendidikan selama kurang lebih 18 tahun.

Sejak awal berdirinya, sekolah ini mengusung tujuan membentuk pribadi mukmin dan muslim ala *ahlussunnah wal jama'ah*, berakhlak mulia, berilmu tinggi, berpandangan luas, berkehidupan layak, bertaqwa kepada Allah SWT., taat beragama dan cinta nusa dan bangsa, dengan tujuan ikut serta memperjuangkan masyarakat Indonesia yang bahagia dan sejahtera dunia akhirat di bawah lindungan Allah SWT. SD Islam Plus Masyitoh menerapkan model *Total Quality Management* (TQM) dengan aspek pentingnya perbaikan terus menerus guna mencapai tujuan pendidikan dan mencapai serta mempertahankan mutu yang diharapkan oleh masyarakat.

Selain menerapkan TQM dalam kegiatan managemennya, SD Islam Masyitoh juga menerapkan suatu sistem pembelajaran *semi full day school* yang segala aktivitas anak di sekolah dikemas dalam suatu system pendidikan yang terpadu.

2. Visi, Misi, dan Tujuan Sekolah

SD Islam Plus Masyitoh memiliki visi: “Terwujudnya Generasi Sholeh Cendekia” dengan misi sebagai berikut:

- a. Mengembangkan sikap profesionalisme, disiplin, dan amanah yang berorientasi pada peserta didik agar lebih aktif, inovatif, religius berkarakter, dan mampu bereksplorasi dalam bingkai aqidah Islam ala *ahlussunnah wal jama'ah*.
- b. Mengembangkan budaya gemar membaca, rasa ingin tahu, bertoleransi, bekerja sama, saling menghargai, disiplin, jujur, kerja keras, kreatif dan mandiri.
- c. Melaksanakan pembelajaran yang aktif, kreatif, efisien, dan menyenangkan serta bimbingan belajar secara aktif sehingga peserta didik berkembang secara optimal.
- d. Mengoptimalkan sikap kompetensi secara sehat, meraih prestasi, baik secara akademis maupun non akademis.
- e. Menciptakan lingkungan sekolah yang rapi, bersih, aman, dan nyaman.
- f. Mengutamakan sikap keteladanan dari segenap warga sekolah sebagai suatu kebiasaan secara konsisten dan mewujudkan karakter peserta didik.⁵²

Berdasarkan visi, misi, dan tujuan pendidikan dasar, maka SD Islam Plus Masyitoh Kroya melaksanakan kegiatan pendidikan dengan mengacu pada tujuan berikut:

- a. Mencetak lulusan yang berkualitas, memiliki pengetahuan yang luas dan keterampilan sebagai bekal melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.
- b. Membentuk peserta didik yang bertaqwa kepada Allah SWT.
- c. Mampu melaksanakan sholat 5 waktu dengan benar dan penuh kesadaran
- d. Patuh dan hormat kepada orang tua.
- e. Semua warga sekolah memiliki kegemaran membaca yang ditunjukkan dalam kegiatan literasi harian
- f. Semua warga sekolah memiliki sikap kerja sama, saling menghargai, disiplin, jujur, kerja keras, kreatif, dan mandiri dalam belajar di sekolah sehari-hari.
- g. Semua pendidik melaksanakan dan mengembangkan pembelajaran PAKEM setiap hari sehingga peserta didik dapat bermain sambil belajar dan belajar seraya bermain.
- h. Semua warga sekolah memiliki jiwa kompetisi positif sehingga mampu berprestasi di bidang akademik dan non akademik di tingkat kecamatan dan kabupaten.

⁵² Nur Azizah, dkk., *Sekilas tentang SDIPM, Membentuk Generasi Sholeh Cendekia*, (Kroya: SD Islam Plus Masyitoh Kroya, 2019), hal. 3

- i. Semua warga sekolah memiliki dan membiasakan budaya bersih, peduli pada diri sendiri dan lingkungan dalam kehidupan di sekolah.
- j. Membiasakan warga sekolah untuk mampu memberi dan menjadi teladan yang baik secara konsisten dalam mewujudkan karakter peserta didik.

Adapun target lulusan SD Islam Plus Masyitoh Kroya diharapkan:

- a. Memiliki akhlak yang baik (karimah) dengan karakter lulusan sebagai berikut :
 - 1) Sholat lima waktu dengan penuh kesadaran
 - 2) Hormat dan patuh kepada orang tua
 - 3) Disiplin
 - 4) Percaya diri
 - 5) Budaya bersih
 - 6) Senang membaca
 - 7) Berperilaku baik
- b. Akademis Optimal
 - 1) Nilai Ujian Akhir : Rata-rata individu dan kelompok : 8,00
 - 2) Hafal Juz 30 dengan baik dan benar
 - 3) Mampu membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar
 - 4) Mampu menghafal, memahami dan melaksanakan minimal 20 hadis pilihan
 - 5) Kemampuan membaca efektif
 - 6) Kemampuan komunikasi dengan baik.⁵³

3. Kurikulum Sekolah

Kurikulum yang digunakan di SD Islam Plus Masyitoh adalah kurikulum 2013 dengan muatan Kurikulum Nasional berupa Pendidikan Agama dan Budi Pekerti, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Bahasa Indonesia, Matematika, Ilmu Pengetahuan Alam, dan Ilmu Pengetahuan Sosial, dan Muatan Lokal berupa mata pelajaran Seni Budaya dan Prakarya, Pendidikan Jasmani dan Olahraga Kesehatan, Bahasa Jawa, dan Komputer.

Ada mata pelajaran ciri khusus yang menjadi ciri identitas SD Islam Plus Masyitoh ini, yakni: Al-Qur'an, Fiqih/ Ibadah, Sejarah Kebudayaan Islam, Hadits, Bahasa Arab, dan Tahfidzul Qur'an. Berikut uraiannya.

⁵³ *Ibid*, hal. 5.

a. Pembelajaran Al-Qur'an

Program pembelajaran Al-Qur'an dan Tahfidzul Qur'an dimulai dari kelas I semester 1 hingga kelas VI semester 2. Pembelajaran Al-Qur'an menggunakan metode qira'ati dengan rasio pembelajaran 1 guru: 15 siswa. Program Pembelajaran Al-Qur'an ini dipadukan juga dengan kegiatan bina sholat khushyuk yang dilakukan secara bertahap yang diperkirakan secara matang sesuai perkembangan anak.

Tabel 4.1
Target Pembelajaran Al-Qur'an dan Bina Sholat Khushyuk.

Kelas	Semester	Target
I	1	Tuntas Qira'ati sampai jilid 2 Hafal do'a harian, baca dan gerakan sholat
	2	Tuntas Qira'ati sampai jilid 4 Hafal do'a harian, bacaan, dan gerakan sholat
II	1	Tuntas Qira'ati sampai jilid 6 Hafal do'a harian, bacaan, dan gerakan sholat
	2	Tuntas Qira'ati sampai jilid 8
III	1	Tuntas Qira'ati sampai jilid 10 Hafal do'a harian, bacaan, gerakan sholat, dzikir, dan do'a
	2	Al-Qur'an Sholat, dzikir, dan do'a
IV	1	Al-Qur'an do'a harian, bacaan, gerakan sholat, dzikir, dan do'a
	2	Al-Qur'an do'a harian, bacaan, gerakan sholat, dzikir, dan do'a
V	1	Al-Qur'an do'a harian, bacaan, gerakan sholat, dzikir, dan do'a serta memahami maknanya
	2	Al-Qur'an do'a harian, bacaan, gerakan sholat, dzikir, dan do'a serta memahami maknanya
VI	1	Al-Qur'an dan do'a harian, bacaan, gerakan sholat, dzikir, dan do'a serta memahami maknanya
	2	Al-Qur'an dan do'a harian, bacaan, gerakan sholat, dzikir, dan do'a serta memahami maknanya

b. Fiqih

Pembelajaran Fiqih memiliki tujuan agar peserta didik dapat :

- 1) Mengetahui dan mempelajari cara-cara pelaksanaan hukum Islam baik yang menyangkut aspek ibadah maupun muamalah, untuk dijadikan pedoman hidup dalam kehidupan pribadi dan social.
- 2) Melaksanakan dan mengamalkan ketentuan hukum Islam dengan benar dan baik, sebagai perwujudan dari ketaatan dalam menjalankan ajaran agama Islam baik dalam hubungan dengan sesama manusia dan makhluk lainnya, maupun hubungan dengan lingkungannya.

c. Sejarah Kebudayaan Islam (SKI)

Pembelajaran SKI bertujuan agar peserta didik dapat memperoleh pelajaran yang berharga dari perjalanan seorang tokoh atau generasi zaman dahulu. Peserta didik dapat meneladani sifat-sifat yang baik dari para tokoh Islam zaman dahulu.

d. Hadits

Pembelajaran hadits bertujuan untuk mempersiapkan peserta didik sejak dini agar memahami, terampil melaksanakan, dan mengamalkan isi kandungan hadis dalam kehidupan sehari-hari sehingga menjadi orang yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT.

e. Bahasa Arab

Mata pelajaran bahasa Arab merupakan mata pelajaran yang diarahkan untuk mendorong, membimbing, mengembangkan, dan membina kemampuan serta menumbuhkan sikap positif terhadap bahasa Arab baik reseptif maupun produktif. Kemampuan reseptif merupakan kemampuan untuk memahami pembicaraan orang lain dan memahami bacaan. Kemampuan produktif adalah kemampuan menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi baik secara lisan maupun tulis.

f. *Tahfidzul Qur'an*

Program *Tahfidzul Qur'an* dilaksanakan setiap hari melalui tadarus klasikal maupun individu dengan bimbingan guru kelas dan guru bidang studi. Hal bertujuan agar peserta didik hafal dengan sendirinya

tanpa merasa terbebani, bacaan dan hafalan yang dikuasai peserta didik akan semakin baik dan bertambah dari hari ke hari karena membaca dan menghafal Al-Qur'an menjadi kebiasaan sehari-hari.

Adapun materi *tahfidzul Qur'an* SD Islam Plus Masyitoh Kroya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2
Materi *Tahfidzul Qur'an* SD Islam Plus Masyitoh Kroya

Kelas	Semester 1	Semester 2
1	Al-Fatihah, An-Nas, Al-Falaq, Al-Ikhlas, Al-Lahab, An-Nashr, dan Al-Kafiruun	Al-Kautsar, Al-Maa'uun, Al-Quraisy, Al-Fiil, Al-Humazah, Al-'Ashr, dan At-Takaatsur
2	Al-Qoori'ah, Al-'Aadiyaat, Al-Zalزالah, Al-Qadr, dan Al-'Alaq	At-Tiin, Al-Insyiroh, Ad-Dhuha, Al-Lail, dan Asy-Syams
3	Al-Bayyinah, Al-Balad, Al-Fajr, dan Al-Ghoosyiyah	Al-A'laa, At-Thooriq, Al-Buruj, l-Insyiqoq
4	Muroja'ah dari QS. An-Nas s.d. Asy-Syams, Al-Muthoffifiin	Al-Infithoor, 'Abasa, dan An-Naaziat
5	AnNaziat, An-Naba	Al-Waqi'ah
6	Al-Mulk, muroja'ah dari awal	Ar-Rohman dan Muroja'ah dari awal

4. Keadaan Siswa, Guru, dan Karyawan

Peserta didik di SD Islam Plus Masyitoh Kroya selalu bertambah dari tahun ke tahun. Berikut data jumlah peserta didik dari tahun pelajaran 2009/2010 sampai tahun pelajaran 2019/2020.⁵⁴

⁵⁴ Dokumentasi Data SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap, dikutip tanggal 2 April 2019.

Tabel 4.3
Kondisi Siswa dari Tahun ke Tahun

Tahun	2009/2010				2010/2011			
Kelas	Jumlah siswa			Jumlah Rombel	Jumlah siswa			Jumlah Rombel
	Putra	Putri	Jumlah		Putra	Putri	Jumlah	
1	28	35	63	2	38	38	76	2
2	23	32	55	2	28	35	63	2
3	19	19	38	1	23	32	55	2
4	32	23	55	2	19	19	38	1
5	21	13	34	1	32	28	60	2
6	14	15	29	1	21	13	34	1
Jumlah	137	137	274	9	161	165	324	10

Tabel 4.4
Kondisi Siswa dari Tahun ke Tahun

Tahun	2011/2012				2012/2013			
Kelas	Jumlah siswa			Jumlah Rombel	Jumlah siswa			Jumlah Rombel
	Putra	Putri	Jumlah		Putra	Putri	Jumlah	
1	23	26	49	2	31	23	54	2
2	38	38	76	2	23	26	49	2
3	28	35	63	2	38	38	76	2
4	23	32	55	2	28	35	63	2
5	15	21	36	1	23	32	55	2
6	31	23	54	2	15	21	36	1
Jumlah	158	175	331	11	158	175	331	11

Tabel 4.5
Kondisi Siswa dari Tahun ke Tahun

Tahun	2013/2014				2014/2015			
Kelas	Jumlah siswa			Jumlah Rombel	Jumlah siswa			Jumlah Rombel
	Putra	Putri	Jumlah		Putra	Putri	Jumlah	
1	37	44	81	3	35	28	63	2
2	22	29	51	2	39	42	81	3
3	25	36	61	2	23	31	54	2
4	35	37	72	2	25	35	60	2
5	29	32	61	2	35	35	70	2
6	20	33	53	2	29	33	62	2
Jumlah	168	211	379	13	186	204	390	13

Tabel 4.6
Kondisi Siswa dari Tahun ke Tahun

Tahun	2015/2016				2016/2017			
Kelas	Jumlah siswa			Jumlah Rombel	Jumlah siswa			Jumlah Rombel
	Putra	Putri	Jumlah		Putra	Putri	Jumlah	
1	31	32	63	2	30	26	55	2
2	39	25	64	2	31	33	64	2
3	39	42	81	3	38	25	63	2
4	22	32	54	2	38	45	83	3
5	28	35	63	2	23	31	54	2
6	32	34	66	2	26	34	60	2
Jumlah	191	200	391	13	186	194	379	13

Tabel 4.7
Kondisi Siswa dari Tahun ke Tahun

Tahun	2017/2018				2018/2019			
Kelas	Jumlah siswa			Jumlah Rombel	Jumlah siswa			Jumlah Rombel
	Putra	Putri	Jumlah		Putra	Putri	Jumlah	
1	30	33	63	2	26	31	57	2
2	31	24	55	2	30	34	64	2
3	31	34	65	2	35	24	59	2
4	38	27	65	2	28	34	62	2
5	38	44	82	3	36	28	64	2
6	24	32	56	2	38	44	82	3
Jumlah	192	194	386	13	193	193	386	13

Tabel 4.8
Kondisi Siswa dari Tahun ke Tahun

Tahun	2019/2020			
Kelas	Jumlah siswa			Jumlah Rombel
	Putra	Putri	Jumlah	
1	53	57	110	4
2	29	32	61	2
3	29	34	63	2
4	33	27	60	2
5	27	38	65	2
6	36	27	63	2
Jumlah	207	215	422	14

5. Keadaan Sarana dan Prasarana

Kondisi sarana dan prasarana yang tersedia di SD Islam Masyitoh Kroya digambarkan pada tabel 3.9 berikut.

Tabel 4.9
Kondisi Sarana SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya

No	Ruang Bangunan	Jumlah	Kondisi
1	Ruang kelas	14	Baik
2	Ruang guru	1	Baik
3	Ruang kepala sekolah	1	Baik
4	Ruang bendahara / TU	1	Baik
5	Ruang perpustakaan	1	Baik
6	Ruang computer	1	Baik
7	Mushola	1	Baik
8	Ruang UKS	1	Baik
9	Ruang BP	1	Baik
10	Koperasi	1	Baik
11	Dapur	1	Baik
12	Kantin	-	-
13	Kamar mandi/ WC	15	Baik
14	Lapangan upacara	1	Baik
15	Buku pegangan guru	208	Baik
16	Buku pegangan murid	945	Baik
17	Buku perpustakaan	7246	Baik

B. Penyajian Data dan Analisis Data

1. Penyajian Data

a. Kebijakan *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya

Sekolah unggulan adalah citra yang ingin dibentuk dan melekat pada SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Oleh karena itu SD ini memilih nama Islam *Plus* sebagai *brand* sekolah. Letak keunggulan sekolah ini adalah mampu menciptakan lulusan yang sholeh dan berilmu. Di antara kebijakan *branding* yang dipilih untuk menjadikan sekolah ini berbeda dari sekolah yang lainnya adalah sebagai berikut:

1. Brand Islam *Plus* mengandung unsur penyatuan antara nilai-nilai agama dengan pengetahuan dan keterampilan umum. Kegiatan di

sekolah ini menekankan sisi akhlak anak dengan adanya pembiasaan-pembiasaan berakhlak mulia selama di sekolah dan membekali siswa dengan berbagai kegiatan ekstra kurikuler yang melatih keterampilan siswa.

2. Menerapkan sistem full day school untuk membentuk karakter anak yang baik dan memberikan waktu lebih banyak dalam memperdalam kajian ilmu-ilmu keislaman termasuk dalam hafalan juz ‘amma dan hadits-hadits pilihan.

Kedua kebijakan ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Lukman Hakim, Pengurus Yayasan Miftahul Huda Kroya sebagai berikut:

“Kebijakan yang diambil sekolah untuk menarik minat masyarakat agar mau menyekolahkan putra-putriya di sekolah kami adalah dengan membentuk *brand* sekolah sebagai sekolah dasar yang unggul dalam ilmu pengetahuan umum dan juga ilmu agama Islam serta akhlak. Oleh karena itu kami memilih nama sekolah ini dengan nama SD Islam *Plus* Masyitoh.”⁵⁵

Brand SD Islam *Plus* ini sejalan dengan visi misi yang dimiliki SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. SD Islam *Plus* Masyitoh memiliki visi: “Terwujudnya Generasi Sholeh Cendekia”. Adapun misi yang mendukung kebijakan *branding* adalah sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan sikap profesionalisme

SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sangat mengedepankan sikap profesionalisme, disiplin, dan amanah yang harus dipenuhi oleh para tenaga pendidik dan kependidikannya. Disiplin yang terlebih dahulu diberlakukan bagi para guru dan karyawan sebelum mereka menerapkan disiplin bagi peserta didik.

Penuturan dari Kepala Sekolah tentang sikap profesionalisme merupakan salah satu misi kami dalam mencapai visi sekolah. Oleh karena itu kepala sekolah selalu memotivasi guru agar bisa selalu

⁵⁵ Wawancara dengan Pengurus Yayasan Masyith Kroya pada tanggal 12 November 2020.

menjadi teladan bagi segenap warga sekolah, dan untuk meningkatkan profesionalisme. Salah satu upayanya dengan cara mengadakan kegiatan pengembangan kompetensi guru secara rutin setiap 2 minggu sekali pada hari Sabtu. Selain itu, sekolah juga mengadakan kegiatan semacam *workshop* dengan mengundang pembicara dari luar.⁵⁶

Salah satu guru SD Islam Masyithoh Kroya menjabarkan tentang kegiatan *workshop* sekolah, dimana guru SD Islam Masyithoh dituntut untuk bisa memberikan yang terbaik untuk anak didik kami. Oleh karena itu sekolah memfasilitasi para guru untuk selalu bisa mengembangkan kemampuan kami dengan mengadakan kegiatan kajian guru ataupun *workshop* ataupun pembelajaran dengan sesama teman guru yang diadakan secara rutin setiap 2 minggu sekali pada hari Sabtu. Kegiatan ini membahas seputar permasalahan yang kami alami dalam mengajar atau mendidik anak. Berbagai permasalahan seputar sekolah dan ilmu untuk mencari solusi bersama demi memberikan pelayanan pendidikan yang lebih baik untuk anak didik. Selain itu, kegiatan tersebut juga diberikan siraman rohani untuk memperkuat motivasi para guru dalam bekerja, sebab pekerjaan ini adalah ibadah”.⁵⁷

Berdasarkan penuturan di atas, dapat diketahui bahwa kegiatan kajian dan *workshop* bagi guru dapat memberikan motivasi bagi para guru untuk tidak mudah jenuh atau merasa lelah dengan pekerjaannya. Guru mendapatkan suntikan dari segi spiritual. Mereka memiliki landasan filosofis dan agama yang kuat dalam menjalani profesi mereka, sehingga tidak gampang berlaku tidak disiplin.

⁵⁶ Wawancara dengan kepala Sekolah SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Oktober 2019.

⁵⁷ Wawancara dengan Guru Kelas VI SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Oktober 2019.

Mengenai profesionalitas dan disiplin guru ini, orang tua/wali murid juga mengakui bahwa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memiliki guru yang berdisiplin tinggi, baik dalam hal sikap maupun waktu, juga memiliki profesionalitas dalam menjalankan tugasnya. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Ahmad Mudzakir wali siswa VI merasa puas setelah menitipkan anaknya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya ini salah satunya karena beliau mengenal para gurunya. Mereka memiliki teladan yang baik untuk anak-anak saya. Disiplin dalam shalat, disiplin dalam menjalankan tugas. Jarang sekali para orang tua murid mendapati kelasnya kosong tidak diajar. Hal ini membuat para orangtua murid tidak khawatir jika waktu anak mereka sia-sia di sekolah. Mereka benar-benar terpantau oleh guru-gurunya. Selain itu banyak juga guru di sini yang hafal Al-Qur'an. Tentu saja ini menjadi salah satu yang dibutuhkan keprofesionalannya oleh kami selaku orang tua yang menitipkan anak. Mereka giat dalam menjalankan tugas-tugas mereka sebagai guru..⁵⁸

2) Pembentukan Karakter Siswa

SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sangat mengutamakan terbentuknya karakter dan akhlak mulia pada siswa. Diantara karakter yang ingin dibentuk adalah kecintaan anak didik pada ilmu pengetahuan dengan memiliki kebiasaan gemar membaca dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan memiliki akhlak mulia lainnya seperti: toleransi, bekerja sama, saling menghargai, disiplin, jujur, kerja keras, kreatif, dan mandiri. Untuk memunculkan akhlak mulia ini sekolah membuat peraturan yang sifatnya memaksa dan ada sangsi jika tidak ditaati oleh siswa. Di antara peraturan tersebut adalah adanya jam kunjungan perpustakaan setiap seminggu sekali yang mewajibkan siswa membuat resume atau ringkasan dari buku

⁵⁸ Wawancara dengan Ahmad Mudzakir wali siswa VI SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 5 Oktober 2020.

yang telah mereka baca. Setiap hari ada kelas yang berbeda yang memiliki jam kunjungan wajib perpustakaan. Siswa dibebaskan membaca buku yang mereka sukai. Dengan begitu diharapkan minat membaca siswa akan terbangun dengan sendirinya tanpa ada paksaan lagi. Jika ada siswa yang tidak membuat resume maka guru akan memberikan sanksi berupa teguran dan mencatat materi pelajaran di rumah.

Hasil wawancara dengan Guru Olahraga sekaligus yang bertanggung jawab terhadap kegiatan jam kunjungan perpustakaan menegaskan bahwa sekolah mengadakan kegiatan jam kunjungan perpustakaan yang wajib diikuti oleh semua siswa selama 1 sampai 2 jam yang dijadwal secara terpisah pasca jam sekolah berakhir. Biasanya dimulai pukul 13.30 WIB sampai pukul 15.30 WIB untuk kelas 3 sampai kelas 6, sedangkan untuk kelas 1 dan 2 mulai pukul 10.00 WIB sampai pukul 11.00 WIB. Setiap harinya bergilir mulai hari Senin untuk kelas 1 sampai hari Sabtu untuk kelas 6. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan minat membaca anak. Jadi kami menegaskan aturan jam kunjungan perpustakaan ini agar anak memiliki kebiasaan membaca yang lama-lama akan muncul perilaku gemar membaca. Itu harapan kami. Karena saat ini anak-anak mulai kecanduan gadget atau smartpone, akan tetapi jarang sekali untuk membaca buku, jadi di sekolah kami berikan kesempatan kepada anak untuk dapat mencintai buku juga”.⁵⁹

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Andi Susanto siswa kelas V bahwasanya setiap seminggu sekali pada hari Jum'at setelah shalat jum'at bersama dan makan siang bersama, kami diberi tugas untuk mengunjungi perpustakaan dan membaca buku apapun yang kami sukai. Tugasnya kadang secara individu, kadang juga kelompok. Kalau pas individu seringnya kami cuma disuruh

⁵⁹ Wawancara dengan Guru Olahraga SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Oktober 2019.

membaca dan membuat rangkuman lalu dikumpulkan ke pak guru. Tapi kalau kelompok, kami diminta untuk diskusi memilih buku apa yang akan dibaca, lalu dirangkum. Kami juga diminta untuk membagi tugas tiap-tiap anggota kelompok yang terdiri dari 4 siswa, karena kalau kelompokan, di minggu selanjutnya kami diminta untuk maju membacakan hasil bacaan kami di perpustakaan. Bercerita isi buku dan memberi komentar terhadap buku. Juga bercerita tentang perasaan kami setelah membaca buku”.⁶⁰

Pernyataan siswa ini dibenarkan oleh guru kelas V, sekolah kami membiasakan siswa dengan kegiatan membaca buku untuk menumbuhkan minat dan kecintaan siswa terhadap ilmu. Selain itu juga untuk menumbuhkan rasa ingin tahu siswa. Kami memberikan fasilitas perpustakaan yang bisa dikunjungi kapan saja oleh siswa dan juga bagi mereka yang kurang suka terhadap buku kami “memaksa” mereka melalui jam kunjungan perpustakaan. Dalam kegiatan ini siswa diberi tugas untuk membaca buku dan memahami isinya, baik secara individu ataupun kelompok. Hal ini juga melatih siswa untuk memiliki berbagai kecakapan, seperti kemampuan bekerja sama, kerja keras, tanggung jawab, dan sikap positif lainnya”.⁶¹

Pelaksanaan jam kunjungan perpustakaan untuk membiasakan anak memiliki budaya gemar membaca ini bukanlah hal mudah. Banyak hambatan dan kesulitan yang dialami oleh guru dalam membimbing siswa. Di antaranya adalah keramaian perpustakaan, kesukaan bahan bacaan siswa, karakter dan kemampuan siswa yang berbeda-beda, serta terbatasnya bahan bacaan koleksi perpustakaan.

⁶⁰ Wawancara dengan Andi Susanto, siswa kelas V SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 14 Oktober 2020.

⁶¹ Wawancara dengan guru kelas V SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 14 Oktober 2020.

Kendala yang sering terjadi di perpustakaan menurut penjaga perpustakaan diantaranya para siswa terkadang sulit juga dikondisikan, ada yang berebut buku, karena kesukaan mereka sama sedangkan jumlah buku di sini masih terbatas, ada juga yang membacanya sangat nyaring sehingga membuat siswa yang lain terganggu, saling teriak satu sama lain. Banyak tantangannya dalam mensukseskan kegiatan kunjungan perpustakaan ini sebenarnya. Hanya saja kami selalu bersikap sabar dan memaklumi kondisi anak-anak. Namanya juga anak, harus *dimong*, dibimbing dan selalu diarahkan, begitu. Kuncinya memang sabar dan *tlaten* sama anak-anak. InsyaAllah anak-anak akan cinta dengan perpustakaan. Kalau kita galak, nanti anak-anak tidak suka berkunjung ke perpustakaan.⁶²

3) Melaksanakan pembelajaran yang aktif, kreatif, efisien, dan menyenangkan.

SD Islam Plus Masyitoh Kroya selain dikenal dengan siswanya yang memiliki keunggulan dalam akhlak dan budi pekerti, juga dikenal dengan prestasi akademik dan non akademiknya. Hal ini tidak lain karena sekolah ini melaksanakan pembelajaran dengan berbagai model dari *quantum teaching*, *quantum learning* dan strategi *active learning* yang membuat siswa dapat belajar secara aktif, kreatif, efisien, dan menyenangkan. Kegiatan pembelajaran yang semacam ini disukai oleh anak-anak, sebab mereka tidak merasa bosan.

Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh siswa kelas V Andi Susanto, Pak Guru sering mengajak para siswa ke kebun sekolah untuk melihat-lihat tanaman yang tumbuh di sana. Di situ kami para siswa tidak hanya sekedar melihat, akan tetapi mengamati bagaimana perkembangan sebuah benih tumbuh menjadi pohon, kegiatan tersebut membuat para siswa mengetahui prosesnya secara

⁶² Wawancara dengan Guru Olahraga SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 5 Oktober 2020.

langsung. Jadi para siswa merasa tidak jenuh karena mencatat materi secara terus menerus. Selain itu para siswa juga sering belajar berkelompok seperti main kuis, misalnya dalam pelajaran matematika. Anak-anak sangat menyukai kegiatan tersebut, karena kelompok yang kalah kena hukuman mukanya dicoret pakai spidol, yang menang dikasih hadiah meskipun bentuknya cuma jajan atau permen. kegiatan-kegiatan praktek disertai permainan yang menyenangkan membuat siswa tidak bosan dalam pelajaran.⁶³

Pernyataan siswa tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh guru kelas V, salah satu strategi yang kami gunakan dalam pembelajaran bersama siswa adalah *active learning* yang bertujuan agar siswa betul-betul memahami dan ingat dengan kegiatan pembelajaran yang kami berikan. Tidak hanya menguasai dalam batas waktu tertentu saja, ketika akan ulangan mereka menghafal dan mendapatkan nilai 100, akan tetapi setelah alih kelas atau alih jenjang mereka lupa dengan ilmu yang pernah didapatkan. Keinginan kami tidaklah demikian. Kami mengharapkan siswa siswa kami memiliki ilmu yang menetap. Sebagai contohnya adalah dalam pembelajaran matematika yang tujuan pembelajarannya siswa mampu menguasai operasi hitung berbagai bentuk bilangan pecahan, baik desimal, persen maupun pecahan sederhana. Ini kami belajarkan dengan strategi *jigsaw learning* yang membelajarkan siswa secara kelompok yang tiap orang punya tanggung jawab untuk mendalami salah satu bagian pecahan dan kemudian mengajarkan pada temannya. Ini butuh proses yang memakan waktu agar siswa tidak hanya semata-mata dapat mengerjakan soal, tetapi juga menguasai kemampuan-kemampuan lain seperti: kerja sama, komunikasi, peduli dengan teman, tanggung jawab. Jadi banyak nilai-nilai akhlak mulia yang dilatih secara langsung dalam penggunaan strategi ini.

⁶³ Wawancara dengan Andi Susanto, Siswa Kelas V SD Islam Plus Masyitoh Kroya pada tanggal 14 Oktober 2020.

Dengan begitu siswa akan lebih dapat mengingat materi yang dipelajarinya karena mereka juga mengajari teman-temannya. Di sisi lain juga ada nilai-nilai yang melekat pada kepribadian siswa tadi”.⁶⁴

- 4) Mengoptimalkan sikap kompetisi secara sehat, meraih prestasi, baik secara akademis maupun non akademis.

Era globalisasi membuat persaingan dalam hal apapun menjadi lebih ketat. Oleh karena itu SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memiliki misi mengoptimalkan sikap kompetisi secara sehat agar siswa dapat berkompetisi secara jujur dan adil. Guru membekali siswa dengan berbagai kompetensi, baik akademik maupun non akademik. Memberikan pembelajaran secara optimal dan disiplin. Guru juga memperbanyak bimbingan kepada individu yang mengalami kesulitan atau keterlambatan dalam belajar. Sekalipun mereka tidak semuanya mencapai prestasi terbaik, setidaknya mereka dapat memiliki sikap yang baik.

Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh Kepala Sekolah, tujuan utama sekolah kami dalam menyelenggarakan pendidikan adalah mencetak generasi yang sholeh cendekia, jadi yang utama adalah kesholehan perilaku terlebih dahulu. Prestasi yang kami bidik di sini adalah ranah sikap yang dibarengi dengan ranah kognitif dan psikomotor. Yang namanya siswa dari kemampuan dasar mereka kan sudah ada, ada yang cerdas, cepat menangkap pelajaran, ada juga yang lamban, tidak mungkin semuanya bisa mencapai nilai 10 atau 9 semua, jadi kalau prestasi akademik yang penting berkembang, akan tetapi kalau sikap kita tetap memiliki komitmen untuk membentuk generasi yang sholeh. Semua anak memang memiliki potensi dasar yang baik, punya fitrah yang baik, jadi kami kembangkan dan kawal ke arah yang baik juga untuk menjaga fitrah tersebut. Ini yang utama bagi kami.

⁶⁴ Wawancara dengan guru kelas V SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 14 Oktober 2020

Berdasarkan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa ranah sikap merupakan tujuan utama dalam pelaksanaan pendidikan di SD Islam *Plus* Masyithoh Kroya tanpa mengesampingkan ranah kognitif dan psikomotriknya.

- 5) Menciptakan lingkungan sekolah yang rapi, bersih, aman, dan nyaman.

Kondisi lingkungan sekolah secara langsung ikut mempengaruhi kegiatan belajar dan pencapaian hasil belajar siswa. Kondisi yang rapi, bersih, aman, dan nyaman akan mendukung siswa dalam belajar. Sebaliknya jika lingkungan sekolah dan kelas kotor, berantakan dan tidak aman akan mengurangi tingkat vitalitas siswa dalam belajar. Kesehatan bisa saja terganggu akibat kelas yang kotor dan tidak rapi. Oleh karena itu siswa di SD Islam *Plus* Masyithoh Kroya selain mewajibkan siswa-siswinya untuk bekerja sama melakukan piket kebersihan, juga menyewa 1 tenaga petugas kebersihan sekolah yang bertanggung jawab terhadap kondisi lingkungan sekolah. Hal ini bertujuan agar kondisi sekolah benar-benar terjaga kebersihan, kerapian, keamanan, dan kenyamanannya untuk melaksanakan kegiatan pembelajaran bagi siswa.

Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Kepala Sekolah, salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan siswa dalam belajar adalah dukungan dari faktor lingkungan. Lingkungan yang bersih, rapi, dan aman akan menjadikan siswa belajar dengan nyaman. Dengan begitu siswa dan guru dapat berkonsentrasi pada apa yang mereka pelajari bersama. Kebersihan lingkungan juga mempengaruhi kesehatan siswa, yang mana kesehatan itu merupakan modal utama bagi siswa dalam belajar. Oleh karena itu kami mewajibkan setiap anak mengerjakan tugas piket setiap harinya secara berkelompok dan bergantian. Tugas mereka meliputi: menyapu dan merapikan kelas, menyapu halaman kelas, membersihkan toilet, dan mengisi air tempat cuci tangan. Selain itu

kami juga mempekerjakan 1 karyawan untuk bertanggung jawab terhadap kebersihan dan kerapihan serta lingkungan sekolah, yakni: pak satpam. Pak satpam ini selain menjaga sekolah, juga kami beri tugas untuk menjaga kebersihan lingkungan sekolah secara menyeluruh, seperti: ruang kantor, dapur, toilet guru, mengontrol kebersihan toilet siswa, dan pengelolaan sampah.”⁶⁵

Pernyataan kepala sekolah tersebut senada dengan yang diungkapkan oleh Bapak Rakam selaku Satpam sekolah, saya diberi tugas menjadi penjaga sekolah dan kebersihan serta keamanan sekolah ini sejak sekolah ini berdiri. Tugas saya membersihkan lingkungan sekolah yang tidak menjadi tugas siswa, seperti: ruang kantor, dapur sekolah, toilet dan kebun atau menjaga tanaman-tanaman yang ada di sekolah. Menjaga kebersihan secara keseluruhan dan kerapihan sekolah. Kalau ada rumput mulai tumbuh dan tidak ada acara kerja bakti siswa, maka saya yang menanganinya. Motong-motong bunga yang sudah tidak sedap dipandang mata juga saya. Listrik-listrik ini juga saya yang tanggung jawab. Kalau ada yang mati, kabel tidak *nylolok* juga saya yang benerin. Ini penting untuk kegiatan belajar siswa, terutama kalau pas mendung, sangat butuh penerangan. Saya juga yang jaga malam di sekolah ini.

Berdasarkan wawancara tersebut di atas dapat diketahui bahwa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sangat peduli dengan kondisi lingkungan sekitar yang turut serta dalam mensukseskan kegiatan belajar siswa.

6) Mengutamakan sikap keteladanan.⁶⁶

Salah satu metode yang efektif dalam mendidik akhlak anak adalah metode keteladanan. Hal ini disadarai betul oleh para guru di

⁶⁵ Wawancara dengan kepala Sekolah SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Oktober 2020.

⁶⁶ Nur Azizah, dkk., *Sekilas tentang SDIPM, Membentuk Generasi Sholeh Cendekia*, (Kroya: SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, 2019), hal. 3

SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Oleh karena itu kepala sekolah mewajibkan semua guru untuk bersikap dengan sikap yang baik atau memiliki akhlak yang mulia. Tuntutan akan kompetensi kepribadian sangat tinggi, tidak hanya kompetensi pedagogik, professional maupun sosial saja. Guru adalah sosok orang tua di sekolah yang setiap hariya dilihat oleh siswa, baik dalam hal bertutur kata, bersikap maupun bertindak. Para siswa sangat memperhatikan perilaku dan kepribadian gurunya. Guru yang disiplin akan memberikan keteladanan yang baik bagi siswanya sekaligus mejadi lebih dihargai oleh siswanya. Hal ini sebagaimana kirata basanya kata “guru”, yakni: *digugu lan ditiru*.

Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Kepala Sekolah, menjadi teladan bagi siswa adalah sebuah keharusan bagi guru-guru di sekolah kami. Keteladanan ini merupakan bukti nyata pemberian pendidikan akhlak dari kami untuk anak-anak di sini. Anak akan melihat dan menilai karakter masing-masing guru. guru yang disiplin, guru yang humoris, guru yang serius, guru yang tegas, guru yang penyayang, ada di kami semuanya. Saling melengkapi satu sama lain agar siswa dapat mencontoh dari kepribadian yang kami tunjukkan kepada mereka. Hanya saja segala sesuatu pasti ada tantangannya. Kami di sini sebagai sekolah swasta yang hanya bisa menggaji guru sesuai UMR katakanlah demikian, ini mungkin menjadi tantangan bagi guru-guru kami. Kami mengharap mereka benar-benar bekerja dengan ikhlas. Karena bayaran di sekolah kami tidaklah seberapa jika dibanding dengan tugas berat yang mereka emban termasuk dalam menjadi model atau contoh bagi para siswa.”⁶⁷

⁶⁷ Wawancara dengan kepala Sekolah SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Oktober 2020.

Adapun bentuk program unggulan yang dimiliki oleh SD Islam *Plus Masyitoh Kroya* dalam rangka mewujudkan *brand* sekolah unggulan antara lain sebagai berikut:

1. Kegiatan Belajar Mengajar *Quantum Learning, Quantum Teaching* yang dipadu dengan pembelajaran yang menyenangkan (*Fun Learning*) dan mengandung nilai-nilai Islam (*Islamic Values*).

Kurikulum yang digunakan dalam pembelajaran di SD Islam *plus Masyitoh Kroya* adalah kurikulum 2013, maka dalam pelaksanaan pembelajarannya menggunakan pendekatan *scientific* dalam strategi-strategi pembelajarannya. Ciri pendekatan *scientific* adalah adanya proses 5 M, baik secara tersurat maupun tersirat, yakni: mengamati, menanya, mencoba, menalar, dan mengkomunikasikan. 5 ciri ini terdapat dalam berbagai model pembelajaran berbasis *quantum, baik quantum learning, quantum teaching, fun learning* melalui *active learning* dengan berbagai penyertaan nilai-nilai agama Islam.

Salah satu strategi yang biasa digunakan dalam pembelajaran, misalnya dalam pembelajaran IPS bagi siswa kelas V adalah strategi *jigsaw learning*. Strategi *jigsaw learning* merupakan salah satu strategi yang menerapkan prinsip pembelajaran kooperatif. Pelaksanaan *jigsaw learning* meliputi tahap pembukaan, tahap inti, dan tahap penutup yang menerapkan 7 prinsip pembelajaran kooperatif, yakni: ketergantungan positif antar siswa, adanya tanggung jawab individu, adanya interaksi antar anggota kelompok, adanya keterlibatan yang sama dalam kelompok, tatap muka dengan teman dalam kelompok, membentuk keterampilan social, dan pencapaian tujuan bersama.

Kegiatan inti pembelajaran dengan menggunakan strategi *jigsaw learning* meliputi tahap: pembentukan kelompok asal (*jigsaw*) dan kelompok ahli, pembagian tugas kelompok, pemberian lembar ahli, mengadakan diskusi, dan mengadakan evaluasi. Berikut hasil

observasi yang dilakukan dalam pembelajaran IPS mengenai tahap inti pembelajaran dengan strategi *jigsaw learning*.⁶⁸

a) Pembentukan Kelompok Asal (Jigsaw) dan Ahli

Pembentukan kelompok asal dan kelompok ahli merupakan ciri khas penggunaan strategi *jigsaw learning*. Berdasarkan hasil wawancara dengan guru IPS SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya dan observasi di kelas V yang jumlahnya tidak jauh berbeda berada pada kisaran 30 siswa, pembentukan kelompok dalam strategi *jigsaw learning* dilakukan dengan terlebih dahulu membagi siswa ke dalam 6 atau 7 kelompok dengan masing-masing anggota kelompok diberi nomor dada 1-4 atau 1-5. Kelompok ini dinamakan sebagai kelompok asal atau kelompok *jigsaw*. Dari kelompok 6 atau 7 asal ini diambil siswa yang memiliki nomor dada sama untuk membentuk kelompok ahli sehingga terbentuk 4 atau 5 kelompok ahli 1, kelompok ahli 2, kelompok ahli 3, dan kelompok ahli 4, dan atau kelompok ahli 5.⁶⁹

b) Pembagian Tugas

Strategi *jigsaw learning* merupakan salah satu strategi dari pembelajaran kooperatif yang memiliki ciri khas setiap kelompok ahli memiliki tugas yang berbeda untuk mendalami sub pokok bahasan tertentu yang terdapat pada satu pokok bahasan materi IPS yang menjadi tanggung jawab setiap kelompok asal. Setiap kelompok ahli membahas satu sub materi atau satu indikator pembelajaran. Setelah kegiatan kelompok ahli tersebut berakhir, kemudian masing-masing anggota kelompok ahli kembali ke kelompok asal untuk membahas materi secara gabungan yang diperoleh masing-masing siswa dengan nomor dada dan kelompok

⁶⁸ Lembar hasil observasi pembelajaran IPS pada tanggal 3 Oktober 2019 di kelas V SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

⁶⁹ Observasi pembelajaran IPS di kelas V pada bulan Oktober 2019 dan wawancara dengan Guru IPS SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

ahli berbeda, sehingga diperoleh pengetahuan dan kecakapan siswa yang utuh dalam satu materi pelajaran. Setelah kegiatan diskusi dalam kelompok asal ini selesai, maka kegiatan akhir adalah presentasi kegiatan kelompok asal untuk dilakukan penilaian oleh guru.

c) Pemberian Lembar Ahli

Penerapan strategi *jigsaw learning* pada tahap ini memerlukan adanya pemberian lembar ahli untuk merekam hasil diskusi kelompok ahli, sebab hasil diskusi kelompok ahli akan menjadi acuan utama kelompok asal untuk memperoleh pengetahuan yang utuh mengenai pokok bahasan IPS yang dipelajari.

d) Mengadakan Diskusi

Kegiatan diskusi yang terlebih dahulu dilakukan oleh kelompok ahli dan disusul oleh kelompok asal merupakan inti dari strategi *jigsaw learning* dalam menerapkan prinsip-prinsip pembelajaran kooperatif. Pada tahap ini guru memiliki peran yang banyak agar diskusi yang dilakukan siswa terarah dan bermakna. Diantara peran yang harus dimainkan guru dalam diskusi siswa adalah sebagai fasilitator, pembimbing, dan pengawas diskusi.

e) Pengadaan Evaluasi

Kegiatan diskusi akan bermakna jika dilakukan evaluasi terhadap hasil diskusi, melalui evaluasi guru memperoleh umpan balik dari siswa mengenai kemampuan yang diperoleh siswa dalam pelajaran IPS.⁷⁰

Itulah salah satu contoh pembelajaran yang menggunakan strategi *active learning*.

2. Menyampaikan secara maksimal pembelajaran membaca Al-Qur'an, gerakan dan bacaan sholat yang baik dan benar.

⁷⁰ *Ibid.*

Pembelajaran membaca Al-Qur'an, gerakan sholat dan bacaan sholat merupakan ciri khas bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Mengajari siswa dalam sholat dan membaca Al-Qur'an bukankah hal mudah bagi orang tua, akan tetapi dapat dilakukan dengan baik oleh para guru di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Oleh karena itu hal ini menjadi daya tarik sekolah dan program unggulan sekolah.

Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu wali murid Sudaryanto, jujur saja, saya menyekolahkan anak saya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya ini salah satu alasannya adalah karena saya tidak bisa mengajari mereka shalat dan baca Al-Qur'an, padahal usia 7 tahun sudah harus diajari sholat. Maka dari itu saya pilih sekolah ini karena dikenal siswa-siswinya dapat sholat dan membaca Al-Qur'an, bahkan hafal juz 'amma."⁷¹

Pembelajaran membaca Al-Qur'an di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya menggunakan metode qira'ati terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan metode demonstrasi yang ditirukan oleh para siswa. Demikian halnya dengan pembelajaran sholat.

3. Menghafal Al-Qur'an Juz 30 dengan baik dan benar.

Salah satu program unggulan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya adalah kegiatan menghafal Al-Qur'an juz 30 yang dimulai dari siswa kelas I sampai kelas VI. Pemberian bahan materi hafalan diberikan secara bertahap. Adapun metode yang digunakan dalam pembelajaran ini adalah metode hafalan dan demonstrasi. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh guru Al-Qur'an berikut:

“Anak-anak memiliki kemampuan hafalan yang lebih bagus daripada orang tua. Oleh karena itu kami memanfaatkan kemampuan ini untuk menguasai juz 30 dari Al-Qur'an. Mereka tidak hanya menghafal ayatnya saja, akan tetapi juga diberi tahu maksud dari tiap-tiap ayat dalam Al-Qur'an agar mereka tahu isi dari ayat dan surat yang mereka hafalkan.”

⁷¹ Wawancara dengan Supriyanto, salah satu wali siswa kelas III SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya pada tanggal 4 Oktober 2020.

4. *Learning Further of Morals* (Kegiatan Pendalaman Akhlaq).

Kegiatan pendalaman akhlak dilakukan melalui kegiatan kajian agama Islam setiap hari Jum'at setelah jam istirahat, mulai pukul 10.00-11.00 WIB. Kegiatan kajian agama untuk pendalaman akhlak ini menggunakan kitab *al-akhlaqu lilbaniin* dan *al-akhlaqu lil banaat* dengan pemandu guru wali kelas atau guru Al-Qur'an, tergantung kepada kesiapan guru dalam membawakan materi. Guru wali kelas di SD ini memang telah dibekali dengan kemampuan ilmu agama yang mumpuni agar mereka dapat mentransfer ilmu dan sikap atau akhlak yang baik kepada anak. Dalam waktu satu jam ini guru membacakan dan menerangkan isi kitab sedikit demi sedikit, lembar demi lembar sesuai dengan ketersediaan waktu dan pemahaman siswa. Dalam 1 tahun mereka menyelesaikan 1 jilid, sehingga sampai kelas 6 mereka telah *khatam* kitab tersebut. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Salsabila Azki Quri'al-Qur'ani, guru Al-Qur'an berikut:

“Materi pendalaman akhlak kami ambilkan dari kitab klasik yang kualitasnya modern, artinya sangat bagus untuk mendidik anak-anak usia SD ini, yaitu: kitab *AL-Akhlaqu Lil Baniin* dan *AL-Akhlaqu Lil Banaat*. Satu jilid untuk 1 tahun. Kami membawakannya memang tidak terburu-buru, artinya bukanlah mengejar selesainya kitab ini, tapi terserapnya ilmu yang terwujud dalam pengetahuan dan akhlak siswa. Kami juga memberikan pendalaman dengan sumber-sumber dari Al-Qur'an dan hadits-hadits pilihan yang juga siswa hafalkan.”⁷²

5. Home Visit

Kegiatan *home visit* atau kunjungan rumah dilakukan untuk mengkomunikasikan tentang anak, baik prestasi maupun perilaku anak di sekolah. Kegiatan ini dikhususkan bagi mereka yang memiliki perilaku dan prestasi kurang baik, misalnya yang jarang mengerjakan PR, yang sering terlihat melamun jika sedang jam pelajaran, atau perilaku-perilaku kurang terpuji lainnya. Selain itu kunjungan rumah

⁷² Wawancara dengan Salsabila Azki Quri'al-Qur'ani, guru Al-Qur'an pada tanggal 12 Oktober 2019.

juga berlaku bagi siswa yang tidak berangkat sekolah dalam batas waktu lebih dari 3 hari, baik karena sakit maupun tanpa keterangan. Kegiatan kunjungan rumah ini menjadi tanggung jawab masing-masing guru wali kelas. Hal ini sebagaimana yang dituturkan oleh guru wali kelas 3 berikut:

“Kegiatan *home visit* kami lakukan kepada mereka yang bermasalah, baik absensinya maupun prestasi belajar dan perilakunya di sekolah. Hal ini penting kami lakukan agar orang tua tahu perkembangan anaknya di sekolah. Karena tidak jarang anak yang seperti bunglon, di rumah begini, kalem, di sekolah ternyata luar biasa aktifnya.”⁷³

Kegiatan *home visit* ini sebenarnya jarang terjadi, mengingat sedikitnya permasalahan yang harus dikomunikasikan ke rumah orang tua siswa, sebab orang tua/wali murid sudah sering mengunjungi sekolah dalam acara pengajian yang diselenggarakan sekolah. Meskipun demikian bukan berarti tidak ada, hanya saja jarang terjadi. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh guru kelas 3 berikut.

“Selama saya mengajar di sini, sekitar 6 tahun, saya melakukan kunjungan rumah hanya 2x. Pertama karena siswa yang sakit, yang kedua karena siswa yang hiperaktif di sekolah. Dia senang sekali berbuat usil terhadap temannya. Jika dinasehati seringkali berbicara sendiri atau bercerita untuk mengalihkan pembicaraan atau nasehat guru. Yaitu pada siswa kami kelas 3 yang bernama Dhimas Saputra. Ini anaknya istimewa. Setelah kami melakukan kunjungan rumah, ternyata dia hanya tinggal dengan nenek dan buliknya saja, karena orang tuanya bercerai.”⁷⁴

6. Siswa mampu menghafal, memahami dan melaksanakan minimal 20 hadis pilihan.
7. Bersama Paguyuban Kelas Orang Tua, membangun karakter dan prestasi siswa melalui Pendidikan Keluarga.⁷⁵

⁷³ Wawancara dengan Guru Kelas 3 pada tanggal 13 Mei 2019.

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Dokumentasi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya dan Wawancara dengan Kepala Sekolah pada tanggal 12 Oktober 2019.

Pertemuan antara wali kelas dengan orang tua siswa merupakan kegiatan rutin sekolah untuk menjalin hubungan komunikasi antara pihak sekolah dengan orang tua siswa. Karena keberhasilan pelaksanaan pendidikan di sekolah terbentuk dari komunikasi yang baik dengan wali siswa. Hubungan yang baik dengan orang tua siswa harus diutamakan agar terhindar dari permasalahan komunikasi.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memilih sekolah unggulan sebagai *brand* yang melekat pada nama Islam *Plus*. Hal ini menandakan bahwa SD ini menginginkan adanya kualitas yang baik. Letak keunggulannya adalah mampu mencetak generasi yang sholeh dan berilmu. Kebijakan yang diambil dalam membentuk *branding* sekolah selain melalui misi sekolah, juga melalui program unggulan yang menjadi prioritas dengan hirarki berikut:

1. Menghafal Al-Qur'an Juz 30 dengan baik dan benar, Menyampaikan secara maksimal pembelajaran membaca Al-Qur'an, gerakan dan bacaan sholat yang baik dan benar,
2. *Learning Further of Morals* (Kegiatan Pendalaman Akhlaq).Kegiatan Belajar Mengajar *Quantum Learning, Quantum Teaching* yang dipadu dengan pembelajaran yang menyenangkan (*Fun Learning*) dan mengandung nilai-nilai Islam (*Islamic Values*).
3. Siswa mampu menghafal, memahami dan melaksanakan minimal 20 hadis pilihan.
4. *Home Visit*
5. Bersama Paguyuban Kelas Orang Tua, membangun karakter dan prestasi siswa melalui Pendidikan Keluarga.

Berdasarkan tingkatan program unggulan tersebut dapat diketahui bahwa keunggulan yang dibentuk sekolah ini bukanlah keunggulan yang bersifat duniawi saja atau ukhrawi saja, melainkan keduanya. Islam

mengajarkan manusia untuk hidup di dunia tanpa melalaikan akhiratnya. Oleh karena itu sekolah ini membekali siswa dengan program-program yang sarat dengan nilai-nilai hidup, baik nilai agama, nilai akhlak, nilai social, maupun nilai pendidikan. Tentang keunggulan ini Allah menerangkan dalam QS. Al-Fathir ayat 10 dan QS. Luqman ayat 18-19.

b. Elemen *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya

SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya dikenal dengan *brand* Islam *Plus* yang melekat pada namanya. Berikut faktor-faktor yang menjadi pembentuk *brand* sekolah tersebut.

1. Akreditasi Sekolah

Akreditasi sekolah merupakan hal yang sangat penting dalam pembentukan *brand image* sebuah sekolah, sebab akreditasi merupakan jaminan kualitas madrasah dari berbagai Standar Nasional Pendidikan. Sekolah yang berkualitas adalah sekolah yang memenuhi Standar Nasional Pendidikan yang dapat menciptakan iklim pembelajaran dan kegiatan pendidikan yang kondusif yang mampu mendorong tercapainya kualitas yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Sekolah SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya diketahui akreditasi sekolah, SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memperoleh akreditasi A. Hal ini merupakan kebanggaan bagi kami sebagai sekolah swasta yang baru belajar mengelola pendidikan, akan tetapi kami mampu menunjukkan bahwa kami dapat menyelenggarakan pendidikan dengan baik dan maksimal.⁷⁶

Dengan demikian SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memiliki kualitas pendidikan dengan predikat nilai A sebagaimana yang terdapat dalam sertifikat akreditasi Nomor : 044/BANSM-JTG/SK/X/2018 . Hal ini membuktikan bahwa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya telah mendapat pengakuan dari lembaga akreditasi

⁷⁶ Wawancara dengan kepala Sekolah SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Oktober 2019.

sekolah sebagai sekolah yang memiliki kinerja sangat baik. Hal ini menjadi pertimbangan bagi orang tua untuk menyekolahkan putra-putrinya di sekolah ini.

2. Prestasi Siswa

Prestasi siswa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya terbilang gemilang, baik di bidang akademik maupun non akademik. Sekolah ini memiliki banyak kegiatan, namun tidak membuat siswanya jenuh dan lelah, akan tetapi justru sebaliknya membuat mereka memiliki prestasi yang lebih baik. Berbagai perlombaan dapat mereka menangkan. Hal ini sangat membantu sekolah untuk dikenal oleh masyarakat sebagai sekolah yang memiliki nilai *plus* sesuai namanya. Di antara prestasi yang diraih SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya peneliti lampirkan dalam bagian akhir tesis ini.

Sederet prestasi menunjukkan bahwa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap mampu bersaing dengan sekolah dasar negeri dan juga madrasah di lingkungannya. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Kepala Sekolah berikut: *“Banyak prestasi yang sudah siswa kami raih dalam berbagai perlombaan setiap tahunnya, juara olimpiade matematika, sains, PAI. Kami pernah memenangkannya.”*

Selain prestasi dalam bidang akademik adapula prestasi yang dicapai di bidang non akademik. Prestasi non akademik itu juga menjadi salah satu kebanggaan sekolah. Adanya prestasi-prestasi tersebut menunjukkan bahwa sekolah ini mampu mencapai visinya. Daftar prestasi secara keseluruhan yang dicapai SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya disajikan pada bagian akhir tesis ini.

Semua daftar prestasi siswa dipajang di bagian depan sekolah, baik yang berupa piala maupun foto-foto kegiatan. Hal ini tentu saja memberikan penilaian positif dan menjadi *brand* bagi sekolah yang memiliki nilai *plus* dari para *stakeholder*.

Prestasi yang diraih oleh siswa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya meliputi prestasi akademik dan prestasi non akademik. Prestasi akademik diukur berdasarkan kegiatan tes. Prestasi terdapat dalam QS. Al-Mujadalah ayat 11.

3. Daya Saing Lulusan

Daya saing lulusan SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya menjadi salah satu factor pembentuk *brand* sekolah ini. Para orang tua selalu melihat bagaimana kualitas lulusan sebuah sekolah ketika akan menyekolahkan putra-putrinya, selain melihat prestasi siswanya. Kualitas lulusan SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memiliki daya saing yang baik. Selain mereka dapat dengan mudah masuk di SMP Islam *Plus* Masyitoh Kroya, mereka juga dapat memasuki baik SMP Negeri maupun Madrasah Tsanawiyah, yang mana sebagian besar siswa lulusan SD pada umumnya kesulitan beradaptasi dengan madrasah yang dimasukinya. Lain halnya dengan siswa lulusan SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap.

Hal ini sebagaimana yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan Guru kelas VI, beliau mengatakan bahwa semua siswa SD Islam Masyithoh 100% dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya, dan mereka tidak kesulitan untuk mendaftar dan diterima di manapun. Pada tahun pelajaran 2018/2019 sebanyak 90 siswa masuk di SMP Islam *Plus* Masyitoh ini, sebanyak 8% melanjutkan di SMP Negeri. Selebihnya tersebar di luar wilayah Kroya.

Elemen yang membentuk *brand* bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya adalah kualitas lulusan yang berdaya saing. SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sangat memperhatikan masa depan alumninya, termasuk dalam hal keberlanjutan mereka meneruskan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi agar mereka tidak kalah saing dan mampu beradaptasi di manapun mereka melanjutkan sekolah. Sebagian besar siswa SD akan mengalami kesulitan ketika

melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah, atau sebaliknya anak MI biasanya sulit untuk bisa diterima di SMP Negeri unggulan karena nilai mereka di mata pelajaran umum tidak cukup tinggi. Hal demikian sudah diantisipasi oleh SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, sehingga lulusannya mampu bersaing dan beradaptasi di manapun mereka melanjutkan sekolah. Kondisi tersebut mampu memberikan citra positif dari masyarakat bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Kualitas lulusan menjadi salah satu elemen yang mempengaruhi terbentuknya *brand* bagi sekolah. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Rachmat bahwa *image* lembaga pendidikan dibangun salah satunya oleh produk, yang dalam lembaga pendidikan adalah lulusannya.⁷⁷

4. Akhlak Siswa

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi peneliti di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya diketahui bahwa akhlak siswa menjadi salah satu factor yang membentuk *brand* sekolah. Akhlak siswa di sekolah ini sangat baik, terkenal sopan, disiplin, dan melakukan kewajiban mereka dengan penuh tanggung jawab. Siswa di SD ini memiliki perilaku yang positif. Mereka bersikap ramah terhadap teman termasuk teman dari luar lingkungannya, tidak mebeda-bedakan asal sekolah, yang mana sekolah mereka terhitung sebagai sekolah yang elit.

Siswa sekolah ini juga bijak dalam menggunakan sosmed ataupun menggunakan gadget. Siswa mengikuti arahan dan bimbingan dari guru agar menggunakan gadget seperlunya dan tidak bersosmed yang melanggar nilai-nilai akhlak. Selain itu siswa di sekolah ini juga menjaga kerukunan dengan sesama siswa. Tidak pernah terjadi pertikaian antar siswa meskipun anak-anak tetapi mereka mampu mengendalikan diri. Para siswa terkadang bergurau dan bercanda

⁷⁷ Rachmat Kriyanto, *Public Relation Writing*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 11.

dengan teman, tapi masih dalam batas kewajaran. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu Guru berikut:

“Yang namanya anak-anak setiap hari mereka bermain bersama, bergurau, bercanda, kadang juga ada yang teriak-teriak, tetapi sejauh ini Alhamdulillah masih dalam batas kewajaran anak bermain. Tidak ada yang sampai kekerasan fisik atau kekerasan psikologis dengan bully terhadap teman”.⁷⁸

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat diketahui bahwa peserta didik di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memiliki akhlak terhadap sesama yang baik. Tidak hanya memiliki akhlak yang baik terhadap sesama siswa, mereka juga memiliki akhlak yang baik terhadap guru dan orang tua, baik di lingkungan sekolah maupun rumah. Hal ini sebagaimana yang peneliti rasakan pada saat peneliti berkunjung di sekolah tersebut.

Ketika peneliti datang ke sekolah pada hari Rabu tanggal 30 Januari 2019 pukul 09.20 WIB. peneliti disambut oleh peserta didik yang sedang bermain di dekat gerbang sekolah. Mereka langsung mengucapkan salam kepada peneliti sebelum peneliti sempat mengucapkan salam ataupun menyapa kepada mereka. Terlihat di sudut dalam sekolah para siswa sedang bermain tebak kata dan tertawa melihat wajah teman mereka yang terkena kapur karena kalah dalam bermain tebak kata.

Hal lain yang peneliti temukan pada saat observasi adalah ketika jam sholat dhuhur tiba, peserta didik langsung berhamburan menuju tempat wudhu untuk mengantri melakukan wudhu dan ibadah sholat dhuhur. Ini menandakan bahwa peserta didik di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya juga memiliki akhlak yang baik terhadap diri sendiri berupa: disiplin dan akhlak yang baik terhadap Allah berupa menunaikan kewajiban ibadah sholat dhuhur.

Hal ini juga sesuai dengan yang disampaikan oleh Guru kelas VI, beliau mendeskripsikan tentang pembiasaan yang melatih siswa

⁷⁸ Wawancara dengan Guru kelas 6 SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap pada tanggal 12 Januari 2019.

untuk memiliki akhlak yang baik, di antaranya adalah pembiasaan shalat dhuhur berjama'ah, budaya antri dalam berbagai aktivitas sekolah: seperti: masuk kamar mandi, melakukan wudhu, meminjam buku di perpustakaan, dan lain sebagainya”.

Hal ini dibenarkan oleh Ahmad Hanafi Siswa kelas VI SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, sejak kelas 1 masuk di sekolah ini saya sudah dibiasakan dengan budaya tertib, disiplin dan tahu akan kewajiban terhadap Allah. Contohnya seperti: pembiasaan shalat dhuha, pembiasaan shalat dhuhur berjama'ah, antri mengambil air wudhu,

5. Wisata Religi

Wisata religi bagi siswa kelas V yang naik ke kelas VI merupakan salah satu kegiatan yang ditunggu-tunggu oleh siswa. Kegiatan ini berupa kunjungan ke tempat-tempat bersejarah Islam, siswa berwisata sambil mengenal sejarah dan mengambil pelajaran dari apa yang dipelajarinya dari sebuah sejarah. Sebagai contohnya adalah kunjungan ke Masjid Agung Jawa Tengah di Semarang. Siswa dikenalkan dengan berbagai macam kegiatan yang berlangsung di Masjid Agung tersebut.

Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Sekolah, setiap kenaikan kelas V ke kelas VI kami mengadakan wisata religi untuk memperkenalkan siswa pada tempat-tempat bersejarah, melihat langsung seperti apa kondisinya sekarang, mempelajari sejarahnya dan diharapkan siswa dapat mengambil pelajaran yang berharga dari sebuah perjalanan wisata religi ini. Siswa merasa senang ketika kegiatan ini berlangsung. Di masjid agung ini mereka juga berdiskusi dengan pengurus masjid untuk mengetahui kegiatan apa saja yang dilaksanakan di masjid tersebut.⁷⁹

Hal senada disampaikan oleh salah satu siswa kelas VI Mohamad Imron, kami senang ketika libur kenaikan kelas tiba. Kami

⁷⁹ Wawancara dengan Kepala Sekolah pada tanggal 13 Mei 2019.

akan ikut kegiatan wisata religi mengunjungi tempat-tempat bersejarah dalam Islam. Tahun kemarin saya ikut ke masjid Agung Jawa Tengah. Tempatnya luas, bersih, enak dan nyaman buat beribadah. Kalau semua masjid dan musholla kaya ini, kami betah berkunjung ke masjid untuk berlama-lama ngaji di sana. Di masjid ini sering ada kajian, dan kemarin kami juga ikut kajian dengan Pak Ustadz, tapi saya lupa nama ustadznya. Diskusi banyak antara yang ngaji sama Pak Ustadz, dan kami ikut mendengarkannya.

Wawancara ini diperkuat dengan pernyataan salah satu siswa kelas VI yang bernama: Farah Kesumawati, hal yang sudah saya tunggu sejak pertama masuk di sekolah ini adalah libur kenaikan kelas VI, karena pada liburan ini saya bisa pergi berwisata jauh bersama teman-teman mengunjungi tempat wisata bersejarah sekaligus bisa belajar juga. Saya sering mendengar kakak kelas dulu bercerita kegiatan wisata ke masjid Agung Jawa Tengah, melihat payung yang indah saat dibuka dan tutup, juga mengikuti kegiatan kajian, berkunjung ke perpustakaan yang menyenangkan. Ternyata ini benar setelah liburan kemarin saya dan teman-teman kelas VI pergi ke masjid Agung Jawa Tengah. Kajiannya ga melulu kaya pengajian tinggal mendengarkan, tapi diselingi game-game asyik dan ramai pokoknya, selain diskusi Tanya jawab juga dengan kakak ustadznya.

6. Bakti Sosial di Bulan Ramadhan

Kegiatan bakti social bulan Ramadhan menjadi salah satu factor pembentuk *brand* bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap. Dengan adanya bakti social ini sekolah dikenal oleh masyarakat dan mendapat kepercayaan dari masyarakat serta menjadi daya tarik tersendiri bagi sekolah. Pada umumnya SD Islam merupakan sekolah yang dikenal berbiaya mahal, membatasi pergaulan siswa sepanjang hari dengan teman-teman sekolahnya yang dikenal juga sebagai anak-anak orang kaya. Sekolah ini memiliki keunikan, yakni: mendekatkan siswa pada lingkungan masyarakat di sekitarnya dengan mengadakan

kegiatan bakti social bulan Ramadhan yang berupa membagikan sembako murah, mengadakan kegiatan BTA bagi anak-anak kelas rendah dan balita yang belum bisa membaca dan menulis Arab. Hal ini mengajarkan siswa untuk dapat berbagi dengan sesame, peduli dan peka terhadap lingkungan sekitar, mau bergaul tanpa memandang harta kekayaan.

Berikut wawancara dengan Guru kelas V, Ibu Nurhayati yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan bakti social, kegiatan bakti sosial kami adakan setahun sekali, pada saat bulan Ramadhan tiba. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih siswa menerapkan nilai-nilai ajaran Islam yang berupa bersedekah, baik sedekah harta maupun ilmu. Di sisi lain kami juga melatih siswa kami agar mereka terbiasa berbaur dengan masyarakat dari semua kalangan, sehingga siswa kami di kemudian hari cakap untuk menjalin hubungan social dengan sesamanya. Kegiatan ini berupa pembagian sembako gratis dan sembako murah, juga mengadakan kegiatan BTA bagi anak-anak kelas rendah ataupun mereka yang belum bisa membaca dan menulis huruf Arab. Untuk setiap kegiatan kami libatkan siswa secara bergantian. Mereka yang terlibat adalah siswa kelas V yang mana mereka telah mampu menghafal juz 30.⁸⁰

c. Strategi *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap

Strategi dalam membangun *brand* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya meliputi rencana startegi dan penerapan startegi. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi ada beberapa factor yang termasuk dalam bagian rencana strategi membangun *brand* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, yakni: Akreditasi sekolah, program unggulan sekolah, prestasi siswa, daya saing lulusan, dan akhlak siswa.

Ada beberapa langkah yang dilakukan untuk membangun *brand* Islam *Plus* yang melekat pada nama sekolah ini. Langkah-langkah yang

⁸⁰ Wawancara dengan Guru Kelas V SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap, Ibu Nurhayati pada tanggal 17 Februari 2019.

dilakukan dalam membentuk *brand* pada factor-faktor yang membentuknya meliputi strategi *branding* ke dalam dan strategi *branding ke luar*. Uraianya adalah sebagai berikut.

1. Strategi *Branding* ke Dalam

a. Pencapaian Akreditasi Sekolah “A”

Akreditasi sekolah didapatkan dengan peran berbagai pihak, yakni: Kepala Sekolah, Guru, dan Karyawan serta Siswa. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mendapatkan nilai akreditasi A antara lain sebagai berikut:

- (1) Melakukan analisis SWOT terhadap pelaksanaan 8 Standar Nasional Pendidikan yang menjadi kriteria penilaian akreditasi sekolah.

Dalam melakukan analisis SWOT ini kepala sekolah berdiskusi dengan guru dan karyawan. Hal ini sebagaimana yang dituturkan oleh kepala sekolah, kami mengawali dari koordinasi dengan para guru dan karyawan melalui kegiatan rapat persiapan akreditasi. Menganalisis apa saja yang menjadi peluang, kesempatan, hambatan dan tantangan yang ada pada sekolah kami untuk dapat memenuhi 8 standar dalam SNP. Setelah itu kami membagi tugas untuk masing-masing penanggung jawab sebuah standar. Masing-masing pihak melakukan evaluasi diri, berapa persen pencapaian mereka saat ini terhadap standar mereka. Setelah itu mereka membuat perencanaan untuk melakukan persiapan akreditasi agar dapat mempertahankan nilai A, karena periode lalu kami mendapat nilai A. Saya lakukan pemantauan dan pengawasan pada perkembangan masing-masing standar. Hal ini guna menjaga agar persiapan akreditasi terlaksanakan secara efektif dan efisien, tetapt waktu.

Pernyataan tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Imron, Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa

setiap 5 tahun sekali sekolah kami akan melakukan akreditasi. Jadi kami sudah tahu bagaimana persiapannya. ditahun sebelumnya juga sudah mendapatkan nilai A. Akan tetapi kami tidak boleh menggampangkannya, karena mempertahankan juga perlu usaha keras. Kami tetap melakukan analisis SWOT terhadap kondisi sekolah kami yang meliputi 8 standar dalam SNP untuk saat ini dan bagaimana ke depannya. Jadi kami juga membuat rencana inovasi untuk mempertahankan nilai A. Bagaimana caranya visi sekolah kami tercapai secara maksimal.”

Berdasarkan dua pernyataan tersebut di atas dapat diketahui bahwa untuk memperoleh dan mempertahankan nilai akreditasi A, mereka melakukan cara yang sama, yakni mengawali dengan analisis SWOT.

(2) Meningkatkan kualitas tenaga pendidik dan kependidikannya

Untuk mempertahankan nilai A sangat diperlukan kecakapan para guru dan tenaga kependidikan dalam melaksanakan tupoksinya. Para guru dan tenaga kependidikan harus paham betul apa tupoksinya dan mereka harus selalu mau untuk siap dengan segala hal yang mereka hadapi dalam dunia pendidikan. Demikian halnya dengan tenaga kependidikan, mereka harus memiliki kecakapan dan keterampilan dalam melayani kebutuhan sekolah. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Guru Kelas V Ibu Nurhayati berikut:

“Yang sangat utama untuk dapat mempertahankan nilai A dalam hasil akreditasi adalah unsur SDMnya. Sarana yang lengkap dan bagus tidak akan berarti jika tidak dikelola dan dimanfaatkan dengan baik oleh SDMnya. Oleh karena itu kepala sekolah kami seringkali memberangkatkan guru untuk mengikuti diklat agar kami memiliki kemajuan dalam kemampuan kami.”⁸¹

⁸¹ Wawancara dengan Guru Kelas V, Ibu Nurhayati pada tanggal 13 Mei 2019.

b. Pembiasaan Rutin dan Insidental dalam Pembentukan Akhlak Anak

Merupakan kegiatan pengembangan diri secara tidak terprogram dalam rangka pembentukan karakter. Kegiatan yang dipilih oleh SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya terdapat dalam tabel berikut:

Tabel 4.9
Program Unggulan yang Dibentuk di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya
Cilacap⁸²

Kegiatan	Contoh
<p><i>Rutin</i>, yaitu kegiatan yang dilakukan terjadwal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Picket kelas - Mengerjakan soal pagi - Ibadah (sholat duha dan sholat jama'ah dzuhur) - Do'a asmaul husna, tartil juz 30, hafalan 20 hadist dengan cara dilagukan, menyanyikan lagu Indonesia Raya dan salah satu lagu wajib nasional Sabtu sehat dan sabtu bersih - Upacara - Munajat jum'at (spiritual event) - Bakti Sosial - Pameran hasil karya dan foto peserta didik - Petualangan ilmiah dan outbond - Kunjungan belajar - Silent reading - Pendalaman akhlaq
<p><i>Spontan</i>, adalah tidak terjadwal dalam kejadian khusus</p>	<p>Pembiasaan Berupa Ucapan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menebarkan Salam - Mengucapkan "Maaf" Sebelum Minta Pertolongan - Selalu Berdzikir (Pembiasaan Tahmid, Tahlil, Tasbih, Takbir, Tansyi', Tarji, Ta'awudz, Basmalah, Dan Istighfar) - Responsif Untuk Menasehati Orang Lain Dengan Cara Terpuji

⁸² Studi Dokumentasi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, dikutip tanggal 12 Februari 2019.

	<ul style="list-style-type: none"> - Setiap Memanggil Siswa Dengan Sebutan “Mas/Mbak/Adik” - Gemar Memaafkan - Segera Meminta Maaf Jika Salah - Selalu Berkata Baik - Berterima Kasih - Mengucapkan Yang Baik Serta Pembiasaan Berdzikir - <p style="text-align: center;">Pembiasaan Berupa Perbuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengunjungi Orang Yang Sakit - Makan Dan Minum Sambil Duduk - Buang Sampah Ditempat Sampah - Responsif Mengambil Sampah Yang Dilihat - Sholat Yang Baik Dan Benar - Berpakaian Dengan Adab Islami - Wudlu yang sempurna - Menata sepatu ditempatnya - Belajar dengan tertib - Siap dengan alat-alat pelajaran - Izin ketika ada perlu - Tertib Upacara - Membawa minum - Mudah memberi - Tidak meminta - Tidak merusak barang milik sekolah - Tidak terlambat - Membuang sampahj pada tempatnya - Menolong orang yang sedang dalam kekusahan - Melerai pertengkar - Melakukan perbuatan yang baik serta pembiasaan berdzikir - Tidak corat-coret - Tidak berlari di depan guru/ orang yang lebih tua - Tidak mencuri - Tidak keluar arena sekolah saat jam sekolah - Tidak bertengkar - Tidak menghina orang lain - Tidak melakukan perbuatan yang membahayakan - Bahasa Pengantar KBM Bahas Indonesia
--	--

	<p>dan diluar KBM Bahasa Jawa Halus Dll</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dll
<p><i>Keteladanan</i>, adalah kegiatan dalam bentuk perilaku sehari-hari</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Performa guru - Mengambil sampah yang berserakan - Cara berbicara yang sopan - Mengucapkan terima kasih - Meminta maaf - Menghargai pendapat orang lain - Memberikan kesempatan terhadap pendapat yang berbeda - Mendahulukan kesempatan kepada orang tua - Penugasan peserta didik secara bergilir - Menaati tata tertib (disiplin, taat waktu, taat pada peraturan) - Memberi salam ketika bertemu - Berpakaian rapi dan bersih - Menepati janji - Memberikan penghargaan kepada orang yang berprestasi - Berperilaku santun - Pengendalian diri yang baik - Memuji pada orang yang jujur - Mengakui kesalahan diri sendiri - Berani mengambil keputusan - Berani berkata benar - Melindungi kaum yang lemah - Membantu kaum yang fakir - Sabar mendengarkan orang lain - Mengunjungi teman yang sakit - Membela kehormatan bangsa - Mengembalikan barang yang bukan miliknya - Antri - Mendamaikan

Tabel di atas menjelaskan bahwa salah satu program unggulan dalam strategi *branding* pembentukan akhlak anak adalah dengan mengadakan kegiatan pembiasaan-pembiasaan, baik secara rutin maupun spontan. Sebagai contoh pelaksanaan pembiasaan rutinnnya dari siswa sampai di sekolah adalah siswa harus

mengerjakan tugas piketnya sesuai dengan jadwal. Setelah itu, siswa yang piket bergabung dengan siswa lain untuk mengerjakan solat pagi atau dhuha secara berjama'ah. Jadwal untuk sholat dhuha adalah pukul 06.50 WIB. Sudah siap di mushalla. Untuk itu bagi siswa yang bertugas piket harus datang lebih awal. Jika ia terlambat mengikuti solat dhuha, maka ia harus membuat pernyataan tertulis tentang pengakuan kesalahannya dan janji untuk tidak mengulangi, dan jika mengulangi maka siap menerima hukuman yang lainnya. Pernyataan tertulis itu akan dibacakan saat masuk kelas di depan teman-teman dan gurunya, untuk kemudian diserahkan dan disimpan oleh wali kelas. Ketua kelas bertugas untuk mencatat nama siswa dan jumlah pelanggaran yang telah dilakukan oleh siswa. Hal ini dilakukan agar pembiasaan terlaksana secara disiplin dan ketat.

Setelah siswa selesai melaksanakan shalat dhuha berjama'ah, siswa mulai masuk kelas dengan didampingi oleh wali kelas, melanjutkan kegiatan rutin selanjutnya, yakni: membaca *asma'ul husna* dan hafalan hadits pilihan secara bersama-sama. Kegiatan membaca ini sebenarnya lebih mengarah kepada menghafal, sebab banyak di antara siswa yang sudah tidak lagi menggunakan panduan kertas. Setelah siswa melafalkan *asma'ul husna*, setiap harinya guru menjelaskan makna dari 1 asma Allah dalam *asma'ul husna* tersebut. Setelah itu baru beralih pada hafalan hadits pilihan. Hafalan hadits pilihan ini juga dilakuka secara bersama-sama, akan dinilai oleh guru secara bergantian dan individual pada setiap akhir pekan.⁸³

Selain itu, akhlak baik siswa dibentuk melalui pembentukan karakter anak di sekolah. Sekolah mengatur tugas dan kewajiban siswa serta larangan siswa secara tertulis dan harus

⁸³ Observasi pelaksanaan pembiasaan rutin di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya pada bulan Oktober 2019.

dipenuhi oleh siswa. Tugas dan kewajiban siswa adalah sebagai berikut:

(1) Sebelum Berangkat Sekolah

- a) Memeriksa perlengkapan sekolah seperti: buku pelajaran, kelengkapan alat tulis, buku tugas, peralatan sholat, sandal, buku anak sholeh, buku do'a, Juz Amma dan sebagainya.
- b) Memeriksa tugas-tugas dari guru misalnya: pekerjaan rumah, mengisi buku anak sholeh dan lain-lain.
- c) Memeriksa kerapihan pakaian dan rambut serta kebersihan kuku.
- d) Berpamitan dan mohon do'a restu orang tua serta memberi salam

(2) Masuk Sekolah

- (a) Siswa kelas 1 dan 2 hadir di sekolah paling lambat 5 menit sebelum tanda bel berbunyi.
- (b) Siswa kelas 3 s.d 6 hadir di sekolah paling lambat 15 menit sebelum tanda bel berbunyi untuk melaksanakan kegiatan pembiasaan pagi (Sholat Dhuha, BTQ dan soal pagi).
- (c) Setelah tanda bel masuk berbunyi, siswa segera berbaris di depan kelas masing-masing dipimpin oleh ketua kelas/siswa yang bertugas secara bergilir.
- (d) Siswa memasuki ruang kelas satu persatu secara tertib dan teratur.
- (e) Setelah memasuki ruang kelas siswa wajib mempersiapkan buku do'a dan juz Amma/ Al-Qur'an dibimbing guru kelas/guru bidang studi yang mengajar pada jam pertama.
- (f) Setiap siswa wajib mengikuti do'a pagi dengan khushyuk

(3) Waktu Belajar di Kelas

- a) Sebelum pelajaran dimulai siswa menyiapkan buku pelajaran sesuai dengan jadwal

- b) Siswa wajib mengikuti pelajaran dengan baik dan tidak diperkenankan meninggalkan kelas tanpa seijin guru yang mengajar atau guru kelas.

(4) Waktu Istirahat

- a) Siswa kelas 1 s/d 4 makan snack yang disediakan oleh sekolah dan tidak dibenarkan membawa uang saku kecuali untuk infaq/ amal harian
- b) Siswa kelas 6 hanya diperbolehkan membeli jajanan di kantin sekolah
- c) Siswa wajib membuang sampah di tempat yang telah disediakan
- d) Siswa wajib menjaga kebersihan kelas

(5) Waktu Sholat

- (a) Setelah waktu sholat tiba, siswa segera berwudlu (untuk kelas 2 s/d kelas 6)
- (b) Siswa melaksanakan sholat dzuhur berjamaah dengan baik dan benar.

(6) Akhir Pelajaran

- (a) Menjelang pelajaran berakhir, siswa berkemas-kemas membereskan buku dan peralatan tulis
- (b) Ketua kelas memimpin doa di bawah pengawasan guru kelas atau guru yang mengajar pada jam terakhir
- (c) Siswa keluar kelas dengan tertib setelah guru memberi salam

Selain tugas dan kewajiban tersebut di atas, ada juga larangan yang harus dihindari oleh siswa, yakni sebagai berikut:

- 1) Siswa tidak dibenarkan meninggalkan sekolah pada saat belajar mengajar tanpa izin guru kelas/ kepala sekolah dan satpam sekolah
- 2) Memakai perhiasan yang berharga
- 3) Membawa uang dalam jumlah yang banyak

- 4) Hari Sabtu dan ketika ada pelajaran penjasorkes berpakaian olahraga
 - 5) Siswa kelas 1 s.d 5 tidak dibenarkan membawang uang kecuali untuk infaq/amal harian
 - 6) Siswa tidak dibenarkan melakukan kegiatan yang mengganggu pelajaran/ keamanan sekolah seperti : bermain bola di dalam kelas, bermain disaat jam pelajaran
 - 7) Siswa tidak dibenarkan makan sambil berdiri, berjalan atau berlari
 - 8) Siswa tidak dibenarkan membuang sampah sembarangan
 - 9) Siswa tidak dibenarkan memakai sandal selain waktu berwudlu
 - 10) Siswa tidak dibenarkan membawa mainan dari rumah
 - 11) Siswa tidak dibenarkan membeli jajanan diluar pintu gerbang sekolah saat jam pelajaran
2. Strategi *Branding* ke Luar

Strategi *branding* keluar yang dibangun untuk menciptakan dan mempertahankan *brand* sekolah sebagai sekolah unggulan dengan merk Islam *plus* agar semakin di kenal oleh masyarakat antara lain melalui pengadaan kegiatan bakti sosial di Bulan Ramadhan. Kegiatan Bakti sosial ini diisi dengan berbagai kegiatan, antara lain: menerjunkan siswa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya untuk mengajar di berbagai TPQ/TPA di desa yang menjadi sasaran baksos, seperti tahun ini di Desa Pekuncen Kecamatan Kroya. Selain itu juga dengan mengadakan santunan kepada anak yatim dan fakir miskin yang tidak mendapatkan bantuan sosial dari pemerintah dan lomba tartil membaca Al-Qur'an. Kegiatan-kegiatan ini dimaksudkan untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat agar masyarakat mengenal kualitas SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

Selain kegiatan baksos di desa Pekuncen, strategi *branding* keluar yang dilakukan antara lain dengan mengadakan kegiatan pengajian rutin setiap hari minggu bagi wali murid dan warga sekitar.

Kegiatan pengajian ini diisi oleh guru-guru di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Tema kegiatan pengajian seputar aqidah, ibadah dan akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Melalui kegiatan pengajian ini juga sekolah mengenalkan kualitas guru-guru di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya kepada masyarakat. Sesekali dalam satu tahun sekolah mengundang Ustadz dari luar sekolah.

d. Dampak *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap

Dampak merupakan sesuatu yang muncul atau mengikuti dari adanya sebuah tindakan atau perilaku, yang dalam hal ini adalah *branding* sekolah. Dampak ini bisa bersifat negatif maupun positif. Di antara dampak yang muncul dari adanya *branding* sekolah di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sebagai sekolah unggulan, adalah sebagai berikut.

1) Akreditasi Berdampak pada Kualitas Layanan Guru dan Karyawan menjadi Lebih Baik

Adanya pembentukan *brand* sekolah sebagai sekolah unggulan memunculkan dampak pada kualitas layanan yang diberikan guru dan karyawan kepada siswa dalam penyelenggaraan kegiatan pendidikan menjadi lebih baik. Para pelaku pendidikan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya menyadari pentingnya kualitas layanan agar sekolah mereka mampu menciptakan *brand* sebagai sekolah unggulan.

Hal ini sebagaimana penuturan Kepala Sekolah, sejak awal kami mendirikan sekolah dengan harapan sekolah kami bisa menjadi sekolah unggulan yang disukai masyarakat, kami selalu berusaha untuk terlebih dahulu memunculkan *personal branding* tenaga pendidik dan kependidikannya. Kami memberikan pelayanan maksimal, guru-guru bersikap disiplin namun juga penuh kasih sayang terhadap siswa, bersikap profesional dan penuh tanggung jawab terhadap tugas mereka. Dengan hal ini para siswa merasa puas dengan sekolah di SD kami. Selain itu kami juga mengirim guru-guru kami untuk mengikuti kegiatan pelatihan ataupun workshop guna mengup-

grade kemampuan mereka. Selain kepada siswa, kami juga memberikan pelayanan yang baik bagi wali murid khususnya dan masyarakat pada umumnya dengan mengadakan kegiatan kajian islami rutin pada setiap sebulan sekali. Sikap ramah dan sopan selalu menjadi utama bagi kami dalam menerima semua tamu.⁸⁴

Penuturan kepala Sekolah tersebut sesuai dengan penuturan salah satu guru di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, menjadi guru di sekolah ini merupakan impian bagi saya, sebab saya tahu sekolah ini merupakan salah satu sekolah unggulan di wilayah kroya. Adanya *image* tersebut membuat saya selalu ingat bahwa saya harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk siswa-siswa saya, mengajar dengan disiplin, kreatif, menyenangkan, menggunakan pendekatan *quantum teaching* agar mereka mendapatkan ilmu sesuai dengan tujuan ketika mereka mendaftar masuk di sekolah ini. Selain itu sebagai seorang guru kami juga harus memberikan teladan pribadi yang baik, jadi tidak hanya kompetensi pedagogik dan professional saja yang harus selalu kami tampilkan, akan tetapi juga kompetensi kepribadian dan sosialnya.⁸⁵

Penuturan Kepala Sekolah dan Guru tersebut sesuai dengan yang peneliti temukan saat melakukan observasi di sekolah ini. Pada hari Rabu tanggal 3 April 2019 bertepatan dengan peringatan Hari Besar Islam, Isra' Mi'raj Rasulullah saw. SD Islam *Plus* Masyitoh mengadakan kegiatan pengajian dengan mengundang wali murid dan masyarakat sekitar. Peneliti memperhatikan pelayanan para guru dan karyawan di sekolah ini. Mereka bersikap ramah dan sopan kepada siapapun tidak pandang bulu. Mereka juga terlihat akrab dengan para siswa

2) Pembentukan Karakter dan Akhlak Berdampak pada Perilaku Siswa menjadi Lebih Baik

⁸⁴ Wawancara dengan Kepala Sekolah pada tanggal 13 Mei 2019.

⁸⁵ Wawancara dengan Guru Kelas 3 pada tanggal 13 Mei 2019.

Pendidikan dan pembelajaran yang diberikan oleh guru dengan pelayanan yang maksimal memberikan dampak selanjutnya bagi *branding* yang terbentuk di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sebagai sekolah unggulan, yakni: dikenal dengan perilaku dan prestasi siswa yang memuaskan. Program-program unggulan sekolah yang dilaksanakan secara disiplin dan tertib menjadikan siswa memiliki kebiasaan perilaku yang positif, sehingga terbentuk akhlak yang baik pada siswa. Di antara akhlak baik tersebut tercermin dari perilaku siswa dalam berhubungan dengan para guru atau orang yang lebih tua, dengan teman, maupun dengan diri sendiri sebagai seorang hamba yang beriman kepada Allah. Mereka sangat memperhatikan sikap sopan santun dan ramah kepada semua orang. Mereka juga menyadari kewajiban-kewajiban mereka sebagai seorang mu'min dalam beribadah kepada Allah. Di sisi lain mereka juga sangat menghormati para Guru dan orang yang lebih tua, sebagaimana yang peneliti rasakan ketika peneliti melakukan wawancara dan observasi di sekolah ini.

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Siti Umi Mutingah, salah satu wali murid kelas 3, saya berterima kasih dan bersyukur sekali anak saya sekolah di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Dulu anak saya agak susah ngaji, seringnya main HP. Kalau sudah main HP berjam-jam dan susah disuruh ngapa-ngapa yang lain. Disuruh mandi aja susah, apalagi kalau disuruh ngaji. Sekarang semenjak dia sekolah di SD Islam ini, anak saya lebih mudah dibilangi untuk belajar. Dia seperti lebih mendengarkan nasehat gurunya daripada nasehat saya dulu. Alhamdulillah sekali di SD ini gurunya sangat peduli pada akhlak anak, sehingga membimbing anak saya untuk mematuhi saya juga, sehingga lebih mudah saya kendalikan sekarang. Kalau disuruh sudah nurut, tidak berbicara keras atau teriak-teriak dan marah seperti dulu. Bahkan anak saya sudah mulai hafal sebagian juz 'amma. Saya

bersyukur sekali. Setelah kelas 3 ini perubahannya sudah sangat terlihat.”⁸⁶

Demikianlah penuturan salah satu wali murid di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Hal tersebut senada dengan penuturan Guru Wali Kelas 3, di kelas 3 ini kami sudah menargetkan hafalan sampai pada Qur’an. Selain itu juga sudah target bisa melakukan ibadah shalat wajib 5 waktu. Itu dalam hal fiqih. Dalam hal akhlak setiap hari kami membimbing anak-anak untuk memiliki perilaku yang halus dan lembut, baik dalam perkataan maupun perbuatan. Mengenalkan mereka pada nilai-nilai kesopanan, nilai-nilai disiplin, dan akhlak terpuji lainnya. Kami ciptakan lingkungan pergaulan yang sehat dan baik. Sebab anak usia SD ini sudah mulai gampang terpengaruh oleh teman. Dan harapan orang tua di manapun tentunya adalah memiliki anak sholeh-sholehah. Jadi sekolah kami mengupayakan hal itu dengan sungguh-sungguh.⁸⁷

Kedua penuturan informan tersebut sesuai dengan hasil yang ditemui peneliti saat melakukan observasi di sekolah ini. Peneliti mengamati perilaku siswa, mereka berperilaku sopan dan ramah kepada peneliti. Dalam hal bergaul dengan sesama teman, juga terlihat rukun dan akrab. Tidak terlihat adanya pembicaraan yang menjelek-jelekan teman ataupun membully teman.

Hal ini sebagaimana terdapat dalam catatan lapangan hasil observasi berikut.

Pukul 09.15 adalah jam istirahat untuk anak-anak siswa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Peneliti datang ke lokasi penelitian pada jam ini untuk mengamati bagaimana perilaku siswa dalam bermain bersama teman-temannya. Peneliti ingin membuktikan sendiri apakah yang selama ini orang-orang ceritakan tentang kesopanan dan kerukunan anak-anak SD ini benar adanya atau tidak. Penelitipun mulai memfokuskan pengamatan pada perilaku siswa, mulai dari siswa kelas 1 sampai kelas 6. Peneliti berjalan-jalan

⁸⁶ Wawancara dengan Wali Murid, Ibu Siti Umi Mutingah pada tanggal 20 Mei 2019.

⁸⁷ ⁸⁷ Wawancara dengan Guru Kelas 3 pada tanggal 13 Mei 2019.

sambil ngobrol dengan salah satu guru. Menyapa para siswa agar mereka tidak terlihat penasaran dengan kehadiran peneliti. Dalam pengamatan peneliti, mereka terlihat sopan dan ramah terhadap tamu. Mereka juga bermain dengan tertib dan rukun bersama teman-temannya. Tidak ada perkelahian meskipun itu hanya gurauan. Sebagian siswa juga terlihat asyik menghafalkan juz ‘amma, ada pula yang di perpustakaan membaca buku. Sebagian siswa juga ada yang sedang menikmati makanan di kantin sekolah, kantin kejujuran.⁸⁸

3) Prestasi dan Daya Saing Lulusan Berdampak pada Diperolehnya Kepercayaan dari Masyarakat

Dampak yang muncul dari adanya strategi *branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya dengan memilih *branding* sebagai sekolah unggulan memberikan dampak utama setelah adanya dampak kualitas pelayanan dan juga perilaku siswa yang positif, yakni: mendapat kepercayaan dari masyarakat. Dampak ini merupakan dampak utama yang memang diharapkan oleh pihak sekolah. Dengan adanya kepercayaan dari masyarakat memudahkan sekolah untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan yang diselenggarakannya. Hal ini sebagaimana penuturan Kepala Sekolah berikut.

Adanya upaya *branding* sekolah memberikan dampak yang luar biasa, yakni: kami mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Kepercayaan merupakan hal yang sangat sulit untuk didapatkan dan dipertahankan. Oleh karena itu strategi *branding* kami selalu menjaga apa yang sudah kami dapatkan ini, menjadi sekolah unggulan dengan program utama siswa dapat menguasai hafalan juz ‘amma, dapat membaca Al-Qur’an dan mendirikan shalat 5 waktu dengan baik dan benar disamping menguasai ilmu pengetahuan umum, sains, dan teknologi yang berkembang saat ini.⁸⁹

⁸⁸ Observasi di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya pada tanggal 15 April 2019.

⁸⁹ Wawancara dengan Kepala Sekolah pada tanggal 13 Mei 2019.

4) Wisata Religi dan Bakti Sosial Berdampak pada Adanya Peningkatan Minat Masyarakat Mendaftarkan Sekolah Putra-putrinya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya

Kegiatan wisata religi dan bakti sosial yang mendekatkan sekolah dengan masyarakat menimbulkan dampak lain dari *branding* sekolah di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, yakni: minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya semakin meningkat. Hal ini bisa dilihat dari jumlah siswa yang masuk setiap tahunnya. Jika dibandingkan dengan SD/MI negeri atau swasta di wilayah lingkungan kroya, sekolah ini mendapatkan jumlah siswa yang lebih banyak. Tersebar nya kualitas pendidikan SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sebagai sekolah unggulan di kalangan masyarakat, khususnya dari sumber persebaran obrolan wali murid dengan masyarakat lainnya membuat mereka ingin membuktikan sendiri untuk menyekolahkan putra putrinya di sekolah tersebut. Hal ini sebagaimana penuturan Ibu Ari Sarifah dari Kecamatan Binangun sebagai berikut:

Keponakan saya yang tinggal di Kroya sekolah di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Mereka pinter-pinter, ya pinter ngaji, ya pinter kegiatan sekolahnya juga. Sekarang kelas V sudah hafal juz 'amma. Sholat dan baca Al-Qur'an sudah lancar. Waktunya sholat tidak perlu dibilangin udah pada sholat sendiri. Tahu waktu, tahu kewajiban. Ini membuat saya pengen menyekolahkan anak saya di sana. Makanya tahun ini anak saya yang kedua saya sekolahkan di sana meskipun masih kecil. Jarak masih terjangkau untuk menjenguk anak. Saya sering bertanya sama adik saya tentang SD ini. Saya tertarik untuk menyekolahkan anak saya di sana.

Tampaknya obrolan antar wali murid menjadi media iklan gratis bagi sekolah ini yang bisa menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Hal inipun diakui oleh Kepala Sekolah, untuk mempromosikan sekolah kami sebagai sekolah unggulan, kami merasa terbantu dengan perkembangan saat ini, yang mana medsos dan perkumpulan

komunitas-komunitas para orang tua sering membicarakan keunggulan sekolah kami. Hal ini mampu menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di sekolah kami. Apalagi jika yang mengiklankan adalah mereka para orang tua yang telah membuktikan sendiri menyekolahkan putra-putrinya di sini, ini semacam testimoni produk sekolah kami. Jadi tanpa beriklan yang mahal, kami sudah diiklankan oleh para orang tua atau wali murid. Ini sangat membantu.

Dampak lainnya adalah minat yang tinggi dari masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Pada akhirnya strategi *branding* yang dilakukan oleh SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya dengan mengambil *brand* sekolah unggulan memberikan dampak keluar untuk masyarakat atau *stakeholders* dan ke dalam untuk sekolah itu sendiri.

2. Analisis Data

Berdasarkan penyajian data di atas, maka dapat dirangkum temuan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.10
Temuan Hasil Penelitian

No	Fokus Masalah	Temuan Penelitian
1	Kebijakan <i>Branding</i>	<p>Kebijakan <i>branding</i> SD Islam <i>Plus</i> Masyitoh Kroya terlihat dari visi dan missinya. Visi SD ini adalah Terwujudnya Generasi Sholeh Cendekia” dengan misi sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengembangkan sikap profesionalisme, disiplin, dan amanah yang berorientasi pada peserta didik agar lebih aktif, inovatif, religius berkarakter, dan mampu bereksplorasi dalam bingkai aqidah Islam ala <i>ahlussunnah wal jama'ah</i>. Mengembangkan budaya gemar membaca, rasa ingin tahu, bertoleransi, bekerja sama, saling menghargai,

		<p>disiplin, jujur, kerja keras, kreatif dan mandiri.</p> <p>c. Melaksanakan pembelajaran yang aktif, kreatif, efisien, dan menyenangkan serta bimbingan belajar secara aktif sehingga peserta didik berkembang secara optimal.</p> <p>d. Mengoptimalkan sikap kompetensi secara sehat, meraih prestasi, baik secara akademis maupun non akademis.</p> <p>e. Menciptakan lingkungan sekolah yang rapi, bersih, aman, dan nyaman.</p> <p>f. Mengutamakan sikap keteladanan dari segenap warga sekolah sebagai suatu kebiasaan secara konsisten dan mewujudkan karakter peserta didik.</p>
2	Elemen <i>Branding</i>	<p>Elemen yang membentuk <i>brand</i> dalam strategi <i>branding</i> sekolah antara lain: akreditasi sekolah, prestasi siswa, daya saing lulusan, akhlak atau perilaku siswa, kegiatan bakti sosial dan wisata religi.</p>
3	Strategi <i>Branding</i>	<p>Strategi <i>Branding</i> yang dilakukan di SD Islam <i>Plus</i> Masyitoh Kroya dilakukan langkah-langkah ke dalam dan keluar. Langkah-langkah ke dalam meliputi: pencapaian akreditasi nilai A dengan cara melakukan analisis SWOT dan pemenuhan 8 standar nasional pendidikan (SNP), prestasi siswa dan daya saing lulusan dengan menyelenggarakan kegiatan pembelajaran yang disiplin, aktif dan menyenangkan bagi siswa dengan menerapkan kurikulum 2013, akhlak siswa dibentuk melalui kegiatan pembiasaan, teladan, dan program-program unggulan sekolah. Strategi <i>branding</i> keluar dilakukan dengan mengadakan kegiatan pengajian dan santunan kepada masyarakat yang kurang mampu melalui kegiatan bakti sosial dan wisata religi mengikut sertakan</p>

		wali murid dan tokoh masyarakat.
4	Dampak <i>Branding</i>	Dampak yang muncul dari adanya strategi <i>branding</i> sekolah di SD Islam <i>Plus</i> Masyitoh Kroya antara lain: akreditasi berdampak pada kualitas layanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, pembentukan karakter dan akhlak berdampak pada perilaku siswa menjadi lebih baik, prestasi dan daya saing lulusan berdampak pada diperolehnya kepercayaan dari masyarakat, dan kegiatan wisata religi dan bakti sosial berdampak pada adanya peningkatan minat masyarakat mendaftarkan sekolah putra-putrinya di SD Islam <i>Plus</i> Masyitoh Kroya.

Tabel di atas menunjukkan bahwa akreditasi sekolah dengan nilai A menjadi salah satu elemen pembentuk *brand* sekolah SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Akreditasi ini menunjukkan jika kualitas sekolah dalam menyelenggaraan pendidikan sangatlah baik dalam memenuhi 8 standar nasional pendidikan, mulai dari standar pendidik hingga standar sarana & prasarana. Akreditasi adalah proses penilaian dengan indikator tertentu berbasis fakta. Asesor melakukan pengamatan dan penilaian sesuai realitas, tanpa ada manipulasi. Akreditasi merupakan kebalikan arah evaluasi diri. Akreditasi adalah penilaian dari pihak luar dalam rangka memberikan pengakuan terhadap mutu pendidikan yang diselenggarakan. Jadi dengan singkat dapat dikatakan bahwa akreditasi adalah penilaian jenjang kualifikasi mutu sekolah swasta oleh pemerintah. Pengakuan tersebut hasil dari akreditasi mempunyai konsekuensi pengakuan terhadap kedudukan sekolah swasta sebagai “Terdaftar” (kurang), ”Diakui” (baik), dan “Disamakan” (sangat baik).

Akreditasi sangat diperlukan oleh sekolah sebagai pengakuan akan kualitas sekolah setelah melewati evaluasi atau uji kelayakan

penyelenggaraan pendidikan. Di sisi lain akreditasi juga bermanfaat bagi sekolah untuk mengevaluasi diri. Islam sendiri menghendaki adanya evaluasi dalam setiap hal, termasuk dalam penyelenggaraan pendidikan.

Berdasarkan pembahasan di atas, selain akreditasi A yang membentuk *brand* sekolah, dapat diketahui peningkatan profesionalisme, disiplin, dan sikap amanah guru, menjadikan mereka lebih bersemangat dalam bekerja secara profesional. Kegiatan-kegiatan pengembangan semacam ini menjadi semacam imunisasi yang dapat memperkuat sistem imun bagi para guru untuk selalu bersemangat dalam menjalankan tugas mereka.

Di sisi lain, akhlak anak yang dibangun oleh para guru SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya meliputi akhlak kepada Allah, akhlak pribadi, akhlak kepada teman, guru, dan orang tua. Adanya akhlak yang baik atau *akhlakul karimah* merupakan bukti nyata adanya hasil belajar yang dilakukan siswa, sebab akhlak merupakan perilaku yang sudah menetap dimiliki siswa. Hal ini sesuai dengan ciri-ciri kegiatan belajar berikut:

- a. Perubahan terjadi secara sadar
- b. Perubahan dalam belajar bersifat kontinu dan fungsional
- c. Perubahan dalam belajar bersifat positif dan aktif
- d. Perubahan dalam belajar bersifat menetap
- e. Perubahan dalam belajar bertujuan atau terarah
- f. Perubahan mencakup seluruh aspek tingkah laku.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas dan juga studi dokumentasi terhadap jumlah siswa yang masuk dan diterima di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya pada 10 tahun terakhir, dapat diketahui adanya dampak positif yang timbul dari adanya strategi *branding* sekolah sebagai sekolah unggulan, yakni: minat masyarakat terhadap sekolah semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Elemen yang ikut membentuk *brand* bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya adalah kegiatan bakti sosial dan wisata religi yang melibatkan masyarakat sekitar sekolah. Masyarakat sangat senang dengan kegiatan bakti social dan kegiatan pengajian yang diselenggarakan sekolah, sebab hal

itu sangat bermanfaat untuk memupuk keimanan masyarakat. Di sisi lain kegiatan bakti sosial juga memberikan manfaat sosial bagi masyarakat yang kurang mampu atas santunan yang diberikan. Kegiatan ini mengakrabkan sekolah dengan masyarakat sebagai *stakeholder*. Tentu saja hal ini sangat mendukung terbentuknya *brand* yang positif bagi sekolah.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan wisata religi menjadi salah satu hal yang menyenangkan bagi siswa. Mereka mendapat pengalaman belajar sambil rekreasi. Menumbuhkan rasa cinta pada nilai-nilai Islam seperti: hidup bersih, cinta ilmu, dan sebagainya. Oleh karena itu wisata religi ini juga menjadi ciri khas bagi SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, yang mana SD lain biasanya berwisata ke tempat-tempat wisata di Yogyakarta, tapi tidak dengan SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap ini. Hal ini menjadi salah satu factor pembentuk *brand* sekolah.

Salah satu langkah yang paling menonjol dalam strategi *branding* adalah dengan memberikan kualitas pelayanan pendidikan yang maksimal. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum. Adapun konsep pelayanan dalam Islam berdasarkan pada prinsip tolong menolong. Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagai mana dijelaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 2. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267.

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen atau *stakeholder*. Pelayanan yang baik setidaknya memenuhi kriteria kualitas sebagai berikut:

a. Tepat waktu

- b. Tingkat akurasi pelayanan tinggi, minim kesalahan
- c. Sopan santun dan keramahan pegawai
- d. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan
- e. Kenyamanan konsumen atau *stakeholder*

Kelima kriteria tersebut tampaknya telah dipenuhi oleh SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya. Dari segi disiplin waktu, SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya sangat menjaga. Kesalahan dalam menyelenggarakan pendidikan juga tidak pernah terdengar ada, para guru dan karyawan memberikan pelayanan kepada siswa dan wali murid atau masyarakat pada umumnya dengan sangat sopan dan ramah. Demikian halnya dengan fasilitas yang dimiliki oleh SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya memudahkan warga sekolah dan masyarakat mendapatkan pelayanan pendidikan yang berkualitas. Hal yang demikian juga menjadikan *stakeholders* nyaman untuk menyekolahkan putra-putrinya di sana.

Dampak positif yang diperoleh dari adanya strategi *branding* yang dilakukan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, di antaranya adalah: kualitas pelayanan sekolah menjadi semakin baik, sekolah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, dan minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya dari tahun ke tahun meningkat.

IAIN PURWOKERTO

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusan masalah dan temuan hasil penelitian serta pembahasannya, maka dapat diambil kesimpulan penelitian sebagai berikut

1. Kebijakan *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap

Kebijakan *branding* yang dipilih oleh SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya berdasarkan visi dan misinya adalah *brand* sebagai sekolah unggulan yang mampu menciptakan lulusan yang beriman, bertakwa dan berilmu atau generasi sholeh cendikia dengan program unggulannya menghafal Al-Qur'an juz ke-30 dan dapat melakukan sholat dengan baik dan benar.

2. Elemen Pembentuk *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap

Elemen yang membentuk *brand* dalam strategi *branding* sekolah antara lain: akreditasi sekolah dengan nilai A, prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non akademik, baik pencapaian tujuan ranah sikap, kognitif, maupun psikomotorik, daya saing lulusan, akhlak atau perilaku siswa, kegiatan bakti sosial dan wisata religi.

3. Strategi *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap

Strategi *Branding* yang dilakukan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya dilakukan langkah-langkah ke dalam dan keluar. Langkah-langkah ke dalam meliputi: pencapaian akreditasi nilai A dengan cara analisis SWOT dan pemenuhan 8 standar nasional pendidikan, prestasi siswa dan daya saing lulusan dengan menyelenggarakan kegiatan pembelajaran yang disiplin, aktif dan menyenangkan bagi siswa melalui berbagai pembelajaran berbasis *quantum* dan strategi *active learning* yang berdasar pada pendekatan *scientific* yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan kurikulum 2013, akhlak siswa dibentuk melalui kegiatan pembiasaan dan program-program unggulan sekolah. Strategi *branding* keluar dilakukan dengan mengadakan kegiatan pengajian dan santunan kepada masyarakat yang

kurang mampu melalui kegiatan bakti sosial dan wisata religi mengikut sertakan wali murid dan tokoh masyarakat.

4. Dampak *Branding* di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya Cilacap

Dampak yang muncul dari adanya strategi *branding* sekolah di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya antara lain: akreditasi berdampak pada kualitas layanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, pembentukan karakter dan akhlak berdampak pada perilaku siswa menjadi lebih baik, prestasi dan daya saing lulusan berdampak pada diperolehnya kepercayaan dari masyarakat, dan kegiatan wisata religi dan bakti sosial berdampak pada adanya peningkatan minat masyarakat mendaftarkan sekolah putra-putrinya di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian tersebut, maka penulis ingin menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Kepada Kepala Sekolah SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya hendaknya menambah koleksi perpustakaan sebagai bahan bacaan bagi siswa untuk lebih mendukung kegiatan jam kunjungan perpustakaan dan melestarikan kegiatan peningkatan profesionalitas bagi guru dan tenaga kependidikan lainnya.
2. Kepada para Guru SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya hendaknya terus mempertahankan tercapainya citra baik sekolah di mata masyarakat sebagai sekolah unggul yang menanamkan nilai-nilai keislaman kepada siswa dengan disiplin dan menyenangkan.
3. Kepada wali murid dan masyarakat hendaknya terus mendukung penyelenggaraan kegiatan pendidikan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya, baik dukungan secara materi maupun non materi.
4. Kepada para siswa SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya hendaknya terus menjaga sikap disiplin yang telah terbentuk dalam mengikuti setiap kegiatan di sekolah.

5. Kepada peneliti selanjutnya hendaknya mengadakan penelitian terkait dengan manajemen program unggulan di SD Islam *Plus* Masyitoh Kroya.

C. Kata Penutup

Alhamdulillahirabbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam. Berkat rahmat dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, tidak lain karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis sendiri. Penulis sadar bahwa tesis ini hanya sebuah kajian Islam yang terkecil dan sederhana dari bahasan Islam yang sangat komprehensif. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun senantiasa penulis harapkan sebagai bahan perbaikan ke arah yang lebih baik. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran terhadap pendidikan, dan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, serta bagi pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 10 Desember 2020

Penulis,



M. Burhan Jamaluddin

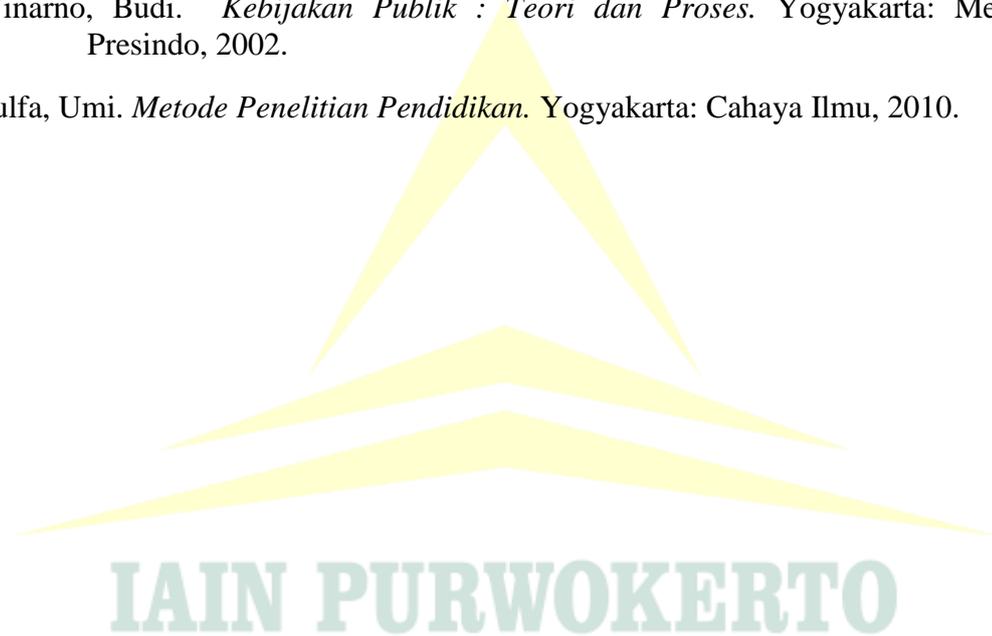
NIM. 1617651017

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abdurrahman. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Agostino, Leo. *Dasar-dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- AM, Sardiman. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Amin, Ahmad. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2003.
- Asmani, Jamal Ma'ruf. *Tips Praktis Membangun dan Mengolah Administrasi*. Yogyakarta : Diva Press, 2011.
- Azizah, Nur at.al. *Sekilas tentang SDIPM, Membentuk Generasi Sholeh Cendekia*. Kroya: SD Islam Plus Masyitoh Kroya, 2019.
- Barnawi & Mohammad Arifin. 2012. *Buku Pintar Mengelola Sekolah (Swasta)*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Djamarah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Dun, William N. *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2000.
- Fattah, Nanang. *Ekonomi & Pembiayaan Sekolah*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009.
- Hadi, Sutrisn. *Metodologi Penelitian Jilid 1*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Keller, Kevin . *Strategic Brand Management: Building, Measuring, & Managing Brand Equity*. Pearson, 2012.
- KN, Amitha. *Brand in Sultanate of Oman: Customers Perspective*, Journal of Supply Chain and Customer Relationship Management (2013).
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller, *Marketing Management Global Edition*. Pearson Prentice Hall, 2012.
- Kriyanto, Rachmat. *Public Relation Writing*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.

- Muhadjir, Noeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sararsin, 2008.
- Muhammad. *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, cet.ke-1. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka, 1999.
- Muhardi. *Strategi Operasi untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Mulyasana, Dedi. *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Nasution, S. *Asas-asas Kurikulum*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Putra, Fadillah, *Paradigma Kritis dalam Studi Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Rangkuti, Fredy. *The Power Of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2011.
- Rosady, Ruslan. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sadat, Andi M. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Salim, Agus. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2001.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Sofyandi, Herman dan Iwa Garniwa. *Perilaku Organisas*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Sulistiyorini. *Manajemen Pendidikan Islam*. Surabaya: eLKAF, 2006.
- Surachman, S. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing, 2012.
- Suryabrata, Sumadi. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.

- Suyanto, Asep Herman. *Web Design Theory And Practices*. Yogyakarta : Andi Offset, 2007.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Seri Manajemen Merek 01: Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Tjiptono. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008.
- Wahab, Abdul. *Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*. Jakarta: Sinar Grafika, 2001.
- Winardi. *Entrepreneur dan Enterpreneurship*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Winarno, Budi. *Kebijakan Publik : Teori dan Proses*. Yogyakarta: Media Presindo, 2002.
- Zulfa, Umi. *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Cahaya Ilmu, 2010.



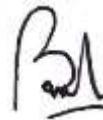
A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Muhammad Burhan Jamaluddin
2. NIM : 1617651017
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 01 Oktober 1992
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Laki-Laki
6. Alamat Rumah : Jalan Pertanian No. 80 RT 16/V Binangun
Kab. Cilacap 53281
7. Nama Ayah : Darminto, S. Ag
8. Nama Ibu : Ngafifah

B. Riwayat Pendidikan

1. MI YPI Binangun Cilacap (tahun lulus 2004)
2. MTsN Model Purwokerto (tahun lulus 2007)
3. MAN Purwokerto 2 (tahun lulus 2010)
4. IAIN Purwokerto (tahun lulus 2016)

Purwokerto, 15 Desember 2020
Penulis,



Muhammad Burhan Jamaluddin
NIM. 1617651017

