

**MANAJEMEN KEPALA SEKOLAH  
DALAM MEMBANGUN *BRANDING IMAGE* SEKOLAH  
DI SMP MUHAMMADIYAH SIMPANG EMPAT**



**Oleh:**

**Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.**

**NIM: 21204092010**

**TESIS**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**Diajukan kepada Program Magister (S2)**

**Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga**

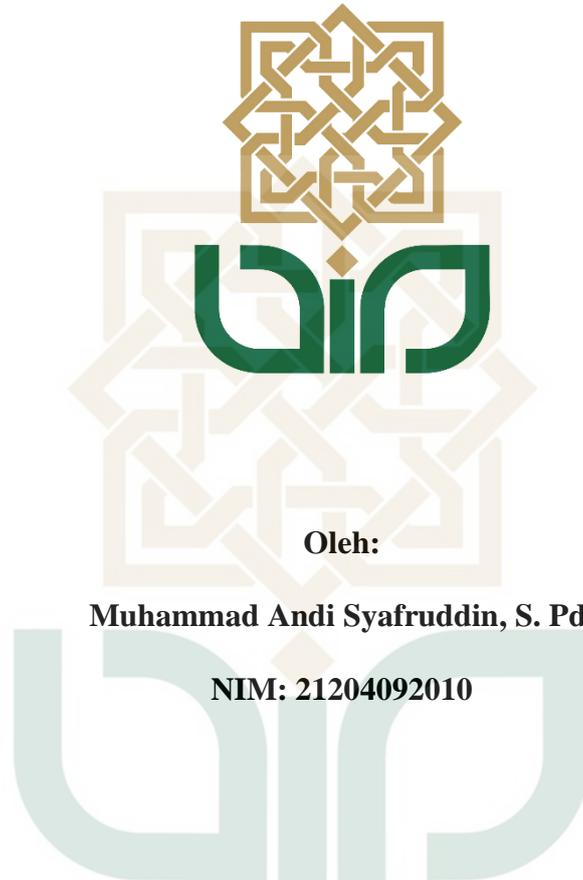
**untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Magister Pendidikan**

**Program Studi Manajemen Pendidikan Islam**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**MANAJEMEN KEPALA SEKOLAH  
DALAM MEMBANGUN *BRANDING IMAGE* SEKOLAH  
DI SMP MUHAMMADIYAH SIMPANG EMPAT**



**Oleh:**

**Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.**

**NIM: 21204092010**

**TESIS**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**Diajukan kepada Program Magister (S2)**

**Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga**

**untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Magister Pendidikan**

**Program Studi Manajemen Pendidikan Islam**

**YOGYAKARTA**

**2023**

# PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3607/Un.02/DT/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN *BRANDING IMAGE*  
SEKOLAH DI SMP MUHAMMADIYAH SIMPANG EMPAT

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD ANDI SYAFRUDDIN, S. Pd.  
Nomor Induk Mahasiswa : 21204092010  
Telah diujikan pada : Senin, 18 Desember 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. H. Sumedi, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 6583fbd131e5



Penguji I  
Dr. Sedya Santosa, SS, M.Pd  
SIGNED

Valid ID: 65812fc393322



Penguji II  
Drs. H. Rofik, M.Ag  
SIGNED

Valid ID: 6583b639fa60



Yogyakarta, 18 Desember 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 6583e0e54c3b9

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.  
NIM : 21204092010  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya tugas akhir yang berbentuk tesis dengan judul “**Manajemen Kepala Sekolah dalam Membangun *Branding image* Sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat**” adalah hasil karya dan penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 26 November 2023

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN  
YOGYAKARTA



Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.,  
NIM. 21204092010

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.  
NIM : 21204092010  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku..

Yogyakarta, 26 November 2023

Saya yang menyatakan,



Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.  
NIM. 21204092010

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Ilmu Tabiyah dan Keguruan  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **MANAJEMEN KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN *BRANDING IMAGE* SEKOLAH DI SMP MUHAMMADIYAH SIMPANG EMPAT**

Yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.  
NIM : 21204092010  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Diajukan kepada Program Magister (S2) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Magister Pendidikan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, 26 November 2023

Pembimbing



Dr. H. Sumedi, M. Ag.  
NIP. 19610217 199803 1 001

**MOTTO**

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

**“Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada  
Kemudahan”**

**(Q.S. Surah Al-Insyirah ayat 6)<sup>1</sup>**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>1</sup> Pimpinan Pusat Muhammadiyah, *Mushaf AL-Qur'an AL-Karim dan Terjemah* (Yogyakarta: Gramasurya, 2015), 596.

## PERSEMBAHAN

*Tesis ini peneliti persembahkan untuk almamater tercinta*

*Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam*

*Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*

*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

**Muhammad Andi Syafruddin**, “Manajemen Kepala Sekolah dalam Membangun *Branding image* Sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat”. Tesis Program Magister Manajemen Pendidikan Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.

Penelitian ini dilakukan di SMP Muhammadiyah Simpang Empat, Kecamatan Tangaran, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat, yang berfokus kepada Manajemen Kepala Sekolah dalam membangun *branding image* Sekolah yang bertujuan: 1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses manajemen yang diterapkan kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat dalam membangun *branding image* sekolah; 2) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses manajemen yang diterapkan para kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat sebelumnya dalam membangun *branding image* sekolah; 3) Menganalisis mengapa proses manajemen kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat yang sekarang dapat membangun *branding image* sekolah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus (*case study*). Sumber data primer diantaranya kepala sekolah, mantan kepala sekolah, tenaga pendidik beserta staf, peserta didik dan sedangkan data sekunder berupa media cetak, gambar saat melakukan observasi dan dokumentasi, referensi karya ilmiah, serta catatan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik.

Hasil yang diperoleh mengenai manajemen kepala sekolah dalam membangun *branding image* sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat, yaitu: 1) Proses manajemen yang diterapkan kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat dalam membangun *branding image* sekolah adalah dengan menciptakan sekolah yang efektif; 2) Proses manajemen yang diterapkan para kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat sebelumnya dalam membangun *branding image* sekolah adalah meningkatkan mutu pelayanan dan program pendidikan serta menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat; 3) Analisis yang faktor yang menjadi kunci proses manajemen kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat yang sekarang dapat membangun *branding image* sekolah yaitu: a) membentuk identitas sekolah (*branding*); b) menentukan target pasar masyarakat; c) pengembangan *branding* guru dan staf; d) kualitas program dan layanan pendidikan; serta e) komunikasi sekolah.

**Kata Kunci:** Manajemen, Kepala Sekolah, *Branding Image*

## ABSTRACT

**Muhammad Andi Syafruddin**, "School Principal Management in Building School Branding Image at Muhammadiyah Simpang Empat Middle School". Islamic Education Management Master's Program Thesis. Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta, 2023.

This research was conducted at Muhammadiyah Simpang Empat Middle School, Tangaran District, Sambas Regency, West Kalimantan, which focused on the Principal's Management in building the School's branding image with the aim of: 1) To find out and describe the management process implemented by the principal of Muhammadiyah Simpang Empat Middle School in building school branding image; 2) To find out and describe the management process implemented by the previous principals of Muhammadiyah Simpang Empat Middle School in building the school's branding image; 3) Analyze why the management process of the current Muhammadiyah Simpang Empat Middle School principal can build the school's branding image.

This research uses qualitative research methods with a case study type. Sources of primary data include school principals, former principals, teaching staff and staff, students, and secondary data in the form of print media, pictures during observations and documentation, references to scientific works, and notes. Data collection techniques were carried out using observation, interviews, and documentation techniques. Miles and Huberman's interactive model data analysis technique. Test the validity of the data using triangulation of sources and techniques.

The results obtained regarding the principal's management in building the school's branding image at Muhammadiyah Simpang Empat Middle School, namely: 1) The management process applied by the principal of Muhammadiyah Simpang Empat Middle School in building the school's branding image is to create an effective school; 2) The management process implemented by the principals of Muhammadiyah Simpang Empat Middle School previously in building the school's branding image was to improve the quality of services and educational programs and establish good relationships with the community; 3) Analysis of the factors that are key to the management process of the Muhammadiyah Simpang Empat Middle School principal who can now build the school's branding image, namely: a) forming the school's identity (branding); b) determine the target market community; c) development of teacher and staff branding; d) quality of educational programs and services; and e) school communication.

**Keywords:** Management, Principal, Branding Image

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas berkat rahmat taufik dan hidayah-Nya, penyusunan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Salawat dan salam tidak lupa kami curah limpahkan pada bagi alam Nabi Muhammad SAW, suri tauladan serta pendidik terbaik bagi umat manusia. Setelah melalui proses panjang alhamdulillah peneliti telah menyelesaikan tesis yang berjudul “Manajemen Kepala Sekolah dalam Membangun *Branding image* Sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat”

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan tesis ini banyak mengalami kendala, namun berkat doa, motivasi, bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak kendala yang dihadapi dapat di atasi. Begitupun dalam pengerjaan tesis ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

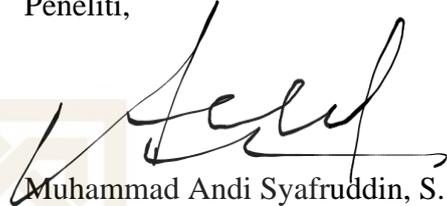
1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S. Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan akses serta memudahkan mahasiswa melalui kebijakan-kebijakan kampus.
2. Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M. Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan motivasi kepada seluruh mahasiswa termasuk peneliti sendiri.

3. Dr. H. Karwadi, M. Ag. dan Dr. Nur Saidah, M.Ag. selaku Ketua Program Studi dan sekretaris program studi Magister Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan dukungan penuh kepada peneliti sehingga proses penelitian dan penulisan tugas akhir ini dapat berjalan dengan maksimal.
4. Dr. H. Sumedi, M. Ag. yang telah sabar dalam membimbing serta memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti sehingga penelitian dan penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.
5. Segenap dosen dan karyawan Program Magister (S2) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kontribusi keilmuan serta kearifan kepada peneliti.
6. Kepala Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staf yang telah memberikan pelayanan berupa peminjaman buku selama masa kuliah hingga penyusunan tesis selesai.
7. Bapak Safari, S. Ag. selaku Kepala SMP Muhammadiyah Simpang Empat beserta pendidik dan tenaga kependidikan yang telah memperkenankan peneliti untuk melakukan penelitian serta ikut andil dalam penelitian ini hingga selesai.
8. Bapak, Ibu dan Saudara saya yang telah memberikan dorongan moral dan dukungan finansial, jasa dan budi baik mereka tak terhingga sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Dengan doa sepenuh hati, semoga Allah melimpahkan kasih sayang serta membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti dengan sebaik-

baiknya balasan. Peneliti juga mengucapkan permohonan maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam tesis ini.

Yogyakarta, 26 November 2023  
Peneliti,



Muhammad Andi Syafruddin, S. Pd.  
NIM. 21204092010



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTA TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1. Tujuan Penelitian .....	11
2. Kegunaan Penelitian.....	12
D. Kajian Pustaka .....	12
E. Metode Penelitian .....	18
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Lokasi Penelitian.....	20
3. Objek Penelitian .....	21
4. Sumber Data Penelitian.....	22
5. Teknik Pengumpulan Data.....	22
6. Teknik Analisis Data.....	24
7. Uji Keabsahan Data.....	25
F. Sistematika Pembahasan.....	26
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Manajemen Kepala Sekolah .....	28
B. Kepala Sekolah Sebagai Manajer .....	29

C. <i>Branding Image</i> Sekolah .....	31
D. Manajemen Pencitraan ( <i>Image</i> ) .....	33
<b>BAB III GAMBARAN UMUM SMP MUHAMMADIYAH SIMPANG EMPAT</b>	
A. Sejarah Berdirinya SMP Muhammadiyah Simpang Empat .....	36
B. Profil SMP Muhammadiyah Simpang Empat .....	37
1. Keadaan Siswa .....	38
2. Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan.....	39
3. Keadaan Sarana dan Prasarana.....	39
C. Visi dan Misi SMP Muhammadiyah Simpang Empat.....	40
1. Visi Sekolah .....	40
2. Misi Sekolah .....	40
3. Tujuan Sekolah.....	41
4. Strategi Sekolah .....	41
5. Sasaran Sekolah .....	42
<b>BAB IV MANAJEMEN KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN BRANDING IMAGE SEKOLAH DI SMP MUHAMMADIYAH SIMPANG EMPAT</b>	
A. Proses Manajemen yang diterapkan Kepala Sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat dalam Membangun <i>Branding Image</i> Sekolah.....	45
1. Perencanaan Pengembangan Sekolah .....	47
2. Pengembangan Guru dan Staf.....	53
3. Pengembangan Peserta Didik.....	57
4. Pelibatan Orang Tua dan Masyarakat .....	60
5. Penghargaan dan Insentif .....	63
6. Tata Tertib dan Disiplin .....	65
7. Pengembangan Kurikulum dan Pembelajaran .....	67
8. Manajemen Keuangan dan Pembiayaan .....	71
9. Pendayagunaan Sarana dan Prasarana .....	73
B. Proses Manajemen yang diterapkan Para Kepala Sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat Sebelumnya dalam Membangun <i>Branding Image</i> Sekolah .....	75
1. Perencanaan Program Pengajaran .....	77
2. Pengembangan Guru dan Staf.....	79
3. Pengembangan Peserta Didik.....	81

4. Dana, Sarana dan fasilitas .....	83
5. Hubungan Sekolah dan Masyarakat.....	85
C. Faktor Kunci Proses Manajemen Kepala Sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat yang Sekarang dapat Membangun <i>Branding Image</i> Sekolah .....	87
1. Membentuk Identitas Sekolah ( <i>Branding</i> ).....	88
2. Menentukan Target Pasar Masyarakat .....	90
3. Pengembangan <i>Branding</i> Guru dan Staf.....	92
4. Kualitas Program dan Layanan Pendidikan .....	93
5. Komunikasi Sekolah .....	96
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	102
B. Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>

## DAFTA TABEL

Tabel 1	Data Siswa dalam 4 Tahun Terakhir.....	38
Tabel 2	Data Guru.....	39
Tabel 3	Data Ruang Kelas.....	39
Tabel 4	Data Ruang Lain.....	39
Tabel 5	Pembagian Tugas Mengajar dan Tugas Tambahan Guru dan Pegawai SMP Muhammadiyah Simpang Empat.....	54
Tabel 6	Program Pengembangan PAI di Sekolah dan Program Kerja Kerohanian SMP Muhammadiyah Simpang Empat Tahun Pelajaran 2023/2024.....	69
Tabel 7	Program Kerja Ekstrakurikuler SMP Muhammadiyah Simpang Empat Tahun Pelajaran 2023/2024.....	70
Tabel 8	Target Pasar Masyarakat.....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Komponen dalam Analisis Data pada Model Interaktif.....	25
Gambar 2	Proses Manajemen Kepala Sekolah .....	31
Gambar 3	Logo SMP Muhammadiyah Simpang Empat.....	37
Gambar 4	Rapat Perencanaan dan Pengembangan Sekolah oleh Kepala SMP Muhammadiyah Simpang Empat .....	53
Gambar 5	SMP Muhammadiyah Mengadakan Kegiatan MGMP .....	57
Gambar 6	Pemilihan Ketua dan Wakil Ketua OSIS SMP Muhammadiyah Simpang Empat .....	59
Gambar 7	Kegiatan IPM (Ikatan Pelajar Muhammadiyah) di SMP Muhammadiyah Simpang Empat .....	60
Gambar 8	Sosialisasi Pencegahan Perkawinan Anak oleh Kepala SMP Muhammadiyah Simpang Empat Bersama KPAI.....	63
Gambar 9	SMP Muhammadiyah Ikut Melibatkan Tokoh Masyarakat dalam Program dan Kegiatan Sekolah .....	63
Gambar 10	Penghargaan Peserta Didik yang Berprestasi.....	65
Gambar 11	Penghargaan Guru yang Berprestasi .....	65
Gambar 12	SMP Muhammadiyah Simpang Empat Sekitar Tahun 2009 .....	85
Gambar 13	SMP Muhammadiyah Simpang Empat Tahun 2023.....	85
Gambar 14	Kegiatan Kultum yang Merupakan Program Pengembangan PAI di Sekolah dan Program Kerja Kerohanian.....	96
Gambar 15	Halaman Facebook SMP Muhammadiyah Simpang Empat.....	98
Gambar 16	Channel YouTube SMP Muhammadiyah Simpang Empat.....	98
Gambar 17	Channel YouTube Pribadi Guru SMP Muhammadiyah Simpang Empat .....	99
Gambar 18	Kerangka Hasil Penelitian.....	101

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi .....	108
Lampiran 2 Instrumen Penelitian .....	113
Lampiran 3 Pedoman Wawancara .....	114
Lampiran 4 Pedoman Observasi .....	118
Lampiran 5 Pedoman Dokumentasi .....	119
Lampiran 6 Curriculum Vitae .....	120



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman, terjadi perubahan pada pola tingkah laku manusia. Hal ini menuntut juga terjadinya perubahan sistem Pendidikan di Indonesia. Sistem Pendidikan adalah suatu strategi dan metode dalam proses pembelajaran untuk mencapai tujuan Pendidikan. Perkembangan Pendidikan di Indonesia tidak terlepas dari perkembangan revolusi industri dunia. Secara tidak langsung perubahan tatanan ekonomi di Indonesia berpengaruh dalam perubahan tatanan Pendidikan di Indonesia<sup>1</sup>.

Perubahan Pendidikan dan teknologi yang pesat mendorong lembaga Pendidikan Islam berlomba-lomba untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas lembaganya. Tujuannya adalah untuk terus bertahan dalam persaingan yang ketat ini. Salah satu strategi adalah dengan cara memberi merk atau *branding school* lembaga Pendidikan Islam tersebut<sup>2</sup>.

Menurut Kotler menyatakan bahwa: “*Brand Image* yang efektif dapat mencerminkan tiga hal, yaitu: membangun karakter produk dan memberikan nilai proporsional, menyampaikan karakter produk secara unik sehingga berbeda dengan para pesaingnya, memberi kekuatan emosional dari kekuatan

---

<sup>1</sup> Riza Rizkiyah, Istikomah Istikomah, dan Nurdyansyah Nurdyansyah, “Strategies to Build a *Branding School* in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions,” *Proceedings of The ICECRS* 7, no. 0 (12 Juni 2020), <https://doi.org/10.21070/icecrs2020366>.

<sup>2</sup> *Ibid.*

rasional”<sup>3</sup>. Suatu lembaga pendidikan yang mampu membentuk *Brand Image* yang baik maka akan dapat melakukan promosi dengan mudah dan efektif kepada konsumen, dan akan memiliki peluang besar dalam memperoleh kepercayaan konsumen. Akan tetapi jika lembaga Pendidikan memiliki citra yang tidak baik maka akan terjadi hal yang sebaliknya. Hal ini menyebabkan untuk mampu bertahan dalam persaingan yang ketat ini, lembaga pendidikan Islam harus memiliki beberapa strategi. Salah satunya yakni dengan strategi membangun *branding school*.

Melihat berdasarkan pandangan Islam, citra merek harus ada sikap jujur untuk melakukan *branding*. Kejujuran adalah hal penting dalam melakukan pemasaran. Dengan terciptanya nama baik akan menunjukkan identitas dan kualitas yang positif. Oleh karena itu, kejujuran akan kondisi suatu barang atau jasa tersebut, harus sesuai dengan keadaan dan perlu dijelaskan mengenai kelemahan dan kelebihan yang dimilikinya. Seperti yang terdapat dalam surah Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-183<sup>4</sup>:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; (181) dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. (182) Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; (183)”

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia, 2003, 326.*

<sup>4</sup> Pimpinan Pusat Muhammadiyah, *Mushaf AL-Qur'an AL-Karim dan Terjemah, 374.*

Ayat Al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa etika menjaga kepercayaan konsumen pada suatu merek adalah dengan sikap jujur atau tidak melakukan manipulasi yang dapat menyebabkan kerugian dan ketidakpuasan konsumen. Karena jika melakukan hal tersebut akan menyebabkan kehilangan kepercayaan konsumen sehingga enggan untuk membeli produk yang kita miliki. Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam menjalankan tugas, seperti halnya sebuah sekolah dalam menciptakan *branding* dan memberitahu bagaimana kelebihan dari sekolah agar menambah citra terhadap sekolah.

Sekolah yang memiliki citra kualitas yang baik di mata masyarakat, akan membentuk *brand image* yang kuat untuk sekolah tersebut. Citra yang baik terdiri dari beberapa hal yang berhubungan dengan kekuatan, kelebihan, dan keunikan dari lembaga pendidikan Islam itu sendiri. *Branding image* yang dimiliki lembaga pendidikan berbeda-beda. Semakin baik *brand image* nya, maka akan mempermudah pihak lembaga pendidikan mendapatkan konsumen dan perhatian dari masyarakat<sup>5</sup>. Hal ini dapat dilihat dari penelitian sebelumnya yaitu tesis yang ditulis oleh Syahrul Fauzi, pada tahun 2023, di dalam penelitiannya bahwa dampak yang dihasilkan dalam upaya membangun *brand image* di MI PUI Kaum adanya peningkatan jumlah peserta didik di setiap tahunnya, adanya sumbangan dana pembangunan yang diperoleh dari lembaga pemerintahan, masyarakat, hingga para alumni,

---

<sup>5</sup> Moh Fachri, Fathor Rozi, dan Tamimullah, "*Branding image* melalui Penerapan Pendidikan Inklusif dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah," *PALAPA* 10, no. 2 (1 November 2022): 316–34, <https://doi.org/10.36088/PALAPA.V10I2.2202>.

meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada MI PUI Kaum Banjarsari<sup>6</sup>. Sehingga dengan adanya *branding image* yang baik akan dibarengi dengan peningkatan perhatian masyarakat terhadap sekolah yang tentunya dapat memberikan keuntungan terhadap sekolah.

Setiap lembaga tentunya harus memiliki konsep unggulan yang dapat tercermin dari visi dan misi sekolah. Keunggulan yang diciptakan merupakan upaya-upaya yang sudah terencana dari hal apa yang diharapkan oleh sekolah. lembaga pendidikan juga harus mampu mengembangkan komunikasi dan kerja sama agar dapat mendapatkan citra sekolah yang baik dari wali murid, hubungan baik dengan publik baik dari lingkungan internal maupun eksternal sehingga dapat membentuk opini publik yang menguntungkan lembaga pendidikan<sup>7</sup>. Oleh sebab itu Citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak atau publik, mengingat citra lembaga merupakan cerminan identitas lembaga tersebut<sup>8</sup>.

Hubungan masyarakat dalam sudut pandang manajemen pendidikan merupakan bagian dari salah satu komponen kegiatan manajemen lembaga pendidikan, yang berhubungan dengan terciptanya kerjasama yang harmonis antara sekolah dengan masyarakat. Sekolah merupakan salah satu bagian dari kelompok masyarakat. Jadi pengaturan sekolah harus dilihat dalam

---

<sup>6</sup> Syahrul Fauzi, "Membangun Brand Image Lembaga dalam Upaya Menarik Minat Pengguna Layanan Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari Ciamis" (UIN Sunan Kalijaga, 2023), 100.

<sup>7</sup> Zainiya Anisa dan Saparudin Saparudin, "Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, dan Tahfiz Al-Qur'an," *eL-HIKMAH: Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam* 16, no. 1 (30 Juni 2022): 49–64, <https://doi.org/10.20414/ELHIKMAH.V16I1.6191>.

<sup>8</sup> Refly Sumendap, "Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano," *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7, no. 3 (1 September 2021): 1435–42, <https://doi.org/10.37905/AKSARA.7.3.1435-1442.2021>.

hubungannya dengan komponen-komponen dalam penyelenggaraan pendidikan lainnya dan dihubungkan dengan seluruh program masyarakat. Berangkat dari titik tolak pemikiran ini maka perlu ada pengaturan hubungan antara sekolah dan masyarakat. Hubungan sekolah dengan masyarakat ini atau biasa disebut dengan *shcool public relations* adalah salah satu bagian dari subtransi pendidikan sekolah<sup>9</sup>.

Manajemen sebagai suatu kemampuan yang selanjutnya menjadi cikal bakal suatu profesi, salah satunya adalah kepala sekolah. Sebab itu usaha peningkatan mutu pendidikan di sekolah perlu didukung oleh kemampuan manajerial kepala sekolah. Sekolah perlu berkembang maju dari tahun ke tahun. Kenyataan menunjukkan bahwa tingkat kemajuan sekolah sangat ditentukan oleh sejauh mana tingkat kemajuan manajemen dan administrasi sekolah. Manajemen selalu berkaitan dengan kehidupan organisasi sosial di mana terdapat sekelompok orang yang menduduki berbagai jenjang tingkat kepemimpinan dan sekelompok orang lain yang tanggung jawab utamanya adalah menyelenggarakan kegiatan operasional. Pandangan ini sangat mendasar karena keberhasilan seseorang yang menduduki jabatan manajerial tidak lagi diukur dari keterampilannya menyelenggarakan kegiatan operasional, melainkan dari kemahiran dan kemampuannya menggerakkan orang lain dalam organisasi<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Akmal Mundiri, "Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image," *PEDAGOGIK: Jurnal Pendidikan* 3, no. 2 (31 Desember 2016), <https://doi.org/10.33650/PJP.V3I2.125>.

<sup>10</sup> Basri, Khairinal, dan Firman, "Manajemen Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Fungsi Guru di Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Merangin," *Jurnal Ilmiah Dikdaya* 11, no. 2 (29 September 2021): 349–61, <https://doi.org/10.33087/DIKDAYA.V11I2.233>.

Manajemen sekolah membutuhkan kemampuan profesional kepala sekolah sebagai pemimpin pendidikan. Kepala sekolah bertanggung jawab dalam mengatur, mengelola, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan-kegiatan pendidikan yang dikembangkan di sekolah. Maju mundurnya suatu sekolah berada ditangan kepala sekolah, karena peran kepala sekolah sangat strategis dan menentukan bagi pengembangan sekolah terutama dalam menggerakkan dan memperdayakan komponen-komponen sekolah dan Kepala sekolah harus mengetahui secara utuh pengelolaan sekolah serta harus mempunyai target kemajuan sekolah tersebut<sup>11</sup>.

Kepala sekolah sebagai seorang manajer pada suatu sekolah hendaknya dapat mengelola keadaan yang akan berjalan sesuai dengan program masing-masing individu, terutama guru yang akan menjadi senjata andalan dalam suatu organisasi pendidikan. Setiap sekolah sudah pasti berharap agar mutu pendidikan di lembaganya meningkat supaya sekolahnya diparticipasi oleh banyak siswa. Selaku pemimpin, kepala sekolah mempunyai tanggung jawab yang sangat besar terhadap kelancaran aktifitas pendidikan di sekolah yang dipimpinnya. Dengan asumsi bahwa peran pokok kepala sekolah terdapat dalam kesanggupannya untuk mempengaruhi lingkungan melalui kepemimpinannya yang dinamis. Kepala sekolah merupakan orang kunci dalam pemeliharaan dan pengembangan pengajaran di sekolah. Selaku pemimpin instruksional kepala sekolah harus mampu menggerakkan sekolahnya mencapai kemajuan dan dapat mengidentifikasi bakat-bakat dan

---

<sup>11</sup> *Ibid.*

kemampuan-kemampuan sumber daya manusia di lembaga pendidikan yang dipimpinnya. Maka kepala sekolah menjadi seorang koordinator pengetahuan dan kemampuan-kemampuan personilnya, dan ia akan berusaha bagi pengembangan dan kemajuan seluruh program instruksional<sup>12</sup>.

Oleh karena itu, manajemen pendidikan sangat penting, karena melihat perkembangan dan pertumbuhan pendidikan ditentukan oleh kecakapan pengelolaan lembaga Pendidikan<sup>13</sup>. Hal ini menjadi tugas bagi kepala sekolah serta *public relation* khususnya untuk melakukan pemasaran lembaga pendidikan agar mendapatkan citra yang diharapkan oleh masyarakat<sup>14</sup>.

Seperti yang telah di teliti sebelumnya, tesis yang ditulis oleh Nasri Bohari pada tahun 2017 menyatakan bahwa *Image* masyarakat terhadap sekolah adalah pendidikan terbelakang dan tidak bermutu, dan siswanya mayoritas dari masyarakat menengah ke bawah. *Image* tersebut juga tertuju kepada MTs Raadhiyatan Mardhiyyah Putra, karena pengelolaan dan sistem publikasi tidak profesional menyebabkannya tidak bermutu dan tidak menarik bagi masyarakat, sehingga pengelola MTs Raadhiyatan Mardhiyyah Putra berupaya memperbaiki *image* negatif, merekonstruksi kembali posisinya menjadi sekolah bermutu melalui program “Sekolah Pemimpin”. Program strategis tersebut pada akhirnya menjadi *brand* sekolah<sup>15</sup>. Sehingga dari

---

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Fathor Rozi et al., “Learning management; identifying learning styles of language learners in madrasah,” in *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, vol. 5, 2020, 3783–90.

<sup>14</sup> St Wardah Hanafie Das et al., “Developing a sociocultural approach in Learning Management System through Moodle in the era of the Covid-19,” *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 13, no. 27 (2020): 941–58.

<sup>15</sup> Nasri Bohari, “Manajemen Brand Image Sekolah Pemimpin Madrasah Tsanawiyah Raadhiyatan Mardhiyyah Putra” (IAIN Antasari, 2017), vi.

penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa manajemen pendidikan sangat penting khususnya dalam pengelolaan pendidikan untuk merekonstruksi kembali mutu dan citra sekolah, yang peneliti fokusnya dalam penelitian ini adalah kepala sekolah.

Observasi awal pra penelitian yang dilakukan di SMP Muhammadiyah Simpang Empat pada tanggal 1 Mei 2023 secara langsung di lapangan dan 7 Juni 2023 melalui telpon *via whatsapp* dengan kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat, peneliti menemukan bahwa SMP Muhammadiyah Simpang Empat merupakan salah satu sekolah swasta yang ada di kecamatan Tangaran yang letaknya sangat strategis berada di desa Simpang Empat yang merupakan pusat dari kecamatan Tangaran, yang di mana di kecamatan Tangaran dan sekitarnya, sekolah negeri lebih populer dan berkembang dibandingkan dengan sekolah swasta. Menariknya SMP Muhammadiyah Simpang Empat satu-satunya sekolah swasta yang memiliki citra yang sangat baik di lingkungan masyarakat setempat dan tidak kalah citranya dengan sekolah-sekolah negeri yang ada di kecamatan Tangaran dan sekitarnya.

Berdasarkan hasil observasi awal anak-anak di daerah Simpang Empat dan sekitarnya ada yang tidak mau melanjutkan sekolah kalau orang tuanya tidak mendaftarkannya di SMP Muhammadiyah, bahkan kebanyakan peserta didik di SMP Muhammadiyah Simpang Empat seharusnya masuk zonasi dari sekolah negeri, mendaftar di SMP Muhammadiyah Simpang Empat. Bahkan sekolah pesaing setingkat SMP swasta di desa Simpang Empat hampir mau

tutup karena kekurangan siswa. Menariknya citra yang baik ini terjadi dan mulai terbangun ketika kepala sekolah yang sekarang menjabat, padahal sebelum kepala sekolah yang sekarang SMP Muhammadiyah Simpang Empat hanyalah sekolah yang biasa-biasa saja di masyarakat Simpang Empat dan sekitarnya.

Observasi peneliti terhadap fenomena yang terjadi di SMP Muhammadiyah Simpang Empat peneliti menemukan bahwa hal ini tidak terlepas dari aspek manajerial yang telah kepala sekolah terapkan selama memimpin di SMP Muhammadiyah Simpang Empat. Manajemen yang di terapkan kepala sekolah sudah di bangun sejak menjabat dari tahun 2009-sekarang, sehingga manajemen kepala sekolah untuk membangun *branding image* sudah terencana dan terlaksana dengan baik.

Adapun salah satu aspek manajerial yang peneliti temukan saat observasi awal adalah kepala sekolah yang sangat menekankan memajemen kedisiplinan peserta didik, seperti diterapkannya tidak boleh jajan keluar sekolah tanpa seizin guru, walaupun SMP Muhammadiyah Simpang Empat terletak berdekatan dengan pasar. Selain itu terdapat program Literasi Al- Quran, 15 menit sebelum belajar membaca Al-Quran serta program wajib sholat Ashar berjamaah di Masjid bersama masyarakat bagi peserta didik yang laki-laki, program ini juga di barengi dengan kultum setelah sholat yang dibawakan oleh peserta didik SMP Muhammadiyah Simpang Empat, hal ini juga di dukung dengan sekolah berlokasi tidak jauh dengan masjid Besar Nurul Huda Tangaran, sehingga dapat memaksimalkan

program ini dengan baik. SMP Muhammadiyah juga rutin menjalankan program hari besar nasional dan keagamaan, seperti mengadakan lomba-lomba dan pesantren kilat.

Hal yang dapat peneliti temukan dari gambaran awal masyarakat mendaftarkan anaknya ke SMP Muhammadiyah Simpang Empat adalah unsur kedisiplinan dan keagamaannya yang memang lebih ditekankan dibandingkan sekolah negeri yang ada di kecamatan Tangaran dan sekitarnya. Hal itu juga semakin terlaksana dengan baik karena reputasi kepala sekolah di lingkungan masyarakat yang terkenal sebagai tokoh masyarakat serta mempunyai kepribadian yang baik sehingga menjadi pertimbangan masyarakat untuk mendaftarkan anaknya bersekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat dengan harapan anaknya dapat di didik dengan baik.

Sehingga berdasarkan fenomena yang telah peneliti paparkan, melihat bukti empiris aspek manajerial yang kepala SMP Muhammadiyah Simpang Empat terapkan dalam membangun *branding image* terhadap masyarakat, untuk itulah peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Manajemen Kepala Sekolah dalam Membangun *Branding image* Sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan yang ada, maka peneliti berfokus kepada Manajemen Kepala Sekolah dalam membangun *branding*

*image* Sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat, sehingga peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah dalam tesis ini yaitu:

1. Bagaimana proses manajemen yang diterapkan kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat dalam membangun *branding image* sekolah?
2. Bagaimana proses manajemen yang diterapkan para kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat sebelumnya dalam membangun *branding image* sekolah?
3. Mengapa proses manajemen kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat yang sekarang dapat membangun *branding image* sekolah?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam tesis ini yaitu:

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses manajemen yang diterapkan kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat dalam membangun *branding image* sekolah.
  - b. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses manajemen yang diterapkan para kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat sebelumnya dalam membangun *branding image* sekolah.

- c. Menganalisis mengapa proses manajemen kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat yang sekarang dapat membangun *branding image* sekolah.

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Bagi Lembaga

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada SMP Muhammadiyah Simpang Empat Kecamatan Tangaran Kabupaten Sambas Kalimantan Barat untuk ikut memperkenalkan lembaga, sehingga lebih di ketahui oleh khalayak ramai, sehingga ikut membangun *branding* sekolah.

### b. Bagi Peneliti dan Pembaca

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran mengenai Manajemen Pendidikan Islam (MPI) serta pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen dalam membangun *branding image* terhadap masyarakat.

## D. Kajian Pustaka

Adapun penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian dalam tesis ini antara lain tesis yang ditulis oleh Nasri Bohari pada tahun 2017 dengan judul “Manajemen *Brand Image* Sekolah Pemimpin Madrasah Tsanawiyah Raadhiyatan Mardhiyyah Putra”. Dalam tesis ini, menyatakan bahwa *Image* masyarakat terhadap sekolah adalah pendidikan terbelakang dan tidak bermutu, dan siswanya mayoritas dari masyarakat menengah ke

bawah. *Image* tersebut juga tertuju kepada MTs Raadhiyatan Mardhiyyah Putra, karena pengelolaan dan sistem publikasi tidak profesional menyebabkannya tidak bermutu dan tidak menarik bagi masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, pengelola MTs Raadhiyatan Mardhiyyah Putra berupaya memperbaiki *image* negatif, merekonstruksi kembali posisinya menjadi sekolah bermutu melalui program “Sekolah Pemimpin”. Program strategis tersebut pada akhirnya menjadi *brand* sekolah<sup>16</sup>.

Berikutnya tesis yang ditulis oleh Nurul Khoiruddin pada tahun 2016, dengan judul tesis “Upaya Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah (Studi Kasus di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015)”. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa, 1) Upaya yang dilakukan dalam membangun *brand image* di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015 dilaksanakan dengan cara Penyampaian visi dan misi yang jelas dan menciptakan citra positif sekolah dengan mendorong guru-guru untuk meningkatkan profesionalismenya, menciptakan lingkungan yang kondusif, pembelajaran yang ramah siswa, membangun manajemen yang kuat, menciptakan kurikulum yang luas tapi seimbang, penilaian dan pelaporan prestasi siswa yang bermakna, serta pelibatan orang tua dan masyarakat. 2) Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing sekolah di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran

---

<sup>16</sup> Bohari, “Manajemen Brand Image Sekolah Pemimpin Madrasah Tsanawiyah Raadhiyatan Mardhiyyah Putra.”

2014/2015 adalah dengan menciptakan *brand image* sekolah yang positif, senantiasa mengantisipasi pesaing dan munculnya kompetitor baru, dan menciptakan program-program unggulan. 3) Faktor yang menjadi pendukung dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing sekolah adalah Guru-guru, hubungan yang harmonis, Sarana dan prasarana yang mendukung pembelajaran, Kerjasama yang baik, Kondisikan lingkungan sekitar dan iklim sekolah yang kondusif dan nyaman, serta Letak sekolah yang strategis. Adapun hambatan yang dihadapi adalah di bagian pendanaan dan koordinasi<sup>17</sup>.

Selanjutnya tesis yang ditulis oleh Ahmad Elly Wibowo, pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Ponorogo”. Dalam penelitiannya mengatakan persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat dan menuntut lembaga pendidikan untuk bersaing menjadi lebih kompetitif. Sehingga strategi pemasaran untuk lembaga pendidikan berperan penting di dalamnya. Strategi pemasaran berguna untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, mendapatkan citra yang baik dari konsumen dan meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. MAN 2 Ponorogo sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (siswa, wali murid dan masyarakat).

---

<sup>17</sup> Nurul Khoiruddin, “Upaya Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah (Studi Kasus di MI Masholihul Huda Desa Krpyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015)” (STAIN Kudus, 2016), 100–101.

MAN 2 Ponorogo menerapkan strategi pemasaran untuk membangun *brand image* lembaga untuk meningkatkan daya saingnya<sup>18</sup>.

Penelitian selanjutnya tesis yang ditulis oleh Bariah, pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Membangun *Brand Image* Di Madrasah Ibtida’iyah (MI) Yusuf Abdussatar Kediri Lombok Barat Tahun 2021”. Dalam penelitiannya mengatakan dengan adanya *brand image* bisa membuat sebuah lembaga semakin terpacu untuk menjadi lebih baik, baik itu dari segi kualitas pelayanan, kinerja, dan seluruh bidang yang lainnya. Guna meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dibidang pendidikan agar lebih maju dan berkualitas. Konseptualisasi dan implementasi strategi membangun *brand image* di MI Yusuf Abdussatar Kediri meliputi: a. Akreditasi Sekolah, b. Standar Manajemen, c. Tingkah laku siswa, d. Prestasi siswa, e. Program unggulan sekolah dan f. Kualitas Lulusan. Dan Implikasi dalam membangun *brand image* di MI Yusuf Abdussatar Kediri berdampak pada internal dan eksternal. Dampak internal adalah Kualitas pelayanan Guru dan karyawan menjadi lebih baik, Meningkatnya prestasi siswa dalam berbagai cabang, Siswa memiliki akhlak yang baik, (baik itu terhadap orang tua, guru, sesama, dan masyarakat sekitar). Dampak eksternal Minat masyarakat meningkat, Kepercayaan masyarakat yang tinggi, Kesadaran pengetahuan akan pendidikan meningkat, dan Banyaknya penelitian pendidikan yang melakukan studi penelitian<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Ahmad Elly Wibowo, “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Ponorogo” (IAIN Ponorogo, 2018), 4–5.

<sup>19</sup> Bariah, “Strategi Membangun Brand Image Di Madrasah Ibtida’iyah (MI) Yusuf Abdussatar Kediri Lombok Barat Tahun 2021” (UIN Mataram, 2021), 4, 84.

Selanjutnya tesis yang ditulis oleh Nila Mujtahidah, pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Sekolah Dalam Membangun *Brand Image* Guna Peningkatan Daya Saing Di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo.”. Dalam penelitiannya mengatakan Persaingan dalam dunia pendidikan tidak hanya ada dalam masa penerimaan siswa baru saja akan tetapi persaingan juga terjadi pada bidang prestasi siswa, kualitas sarana dan prasarana sekolah dalam mendukung proses belajar mengajar, serta kualitas guru dalam menyampaikan ilmu di dalam kelas. Setiap sekolah saling bersaing dalam prestasi siswa karena jika siswa berprestasi akan memiliki kebanggaan tidak hanya untuk orang tua namun juga untuk pihak sekolah tersebut. Untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka membangun *Brand image* merupakan salah satu langkah yang dapat digunakan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi persaingan yang semakin ketat dalam upaya merekrut siswa. Dengan membangun *Brand image* diharapkan lembaga pendidikan semakin kuat dan dikenal, serta nantinya akan mampu mendorong calon siswa untuk memilih lembaga pendidikan tersebut<sup>20</sup>.

Penelitian berikutnya tesis yang ditulis oleh Syahrul Fauzi, pada tahun 2023 dengan judul “Membangun Brand Image Lembaga dalam Upaya Menarik Minat Pengguna Layanan Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari Ciamis.”. Dalam penelitiannya mengatakan bentuk *brand strategy* yang dilakukan untuk mengenalkan lembaga kepada masyarakat yaitu adanya atribut pada *brand* tersebut,

---

<sup>20</sup> Nila Mujtahidah, “Strategi Sekolah Dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing Di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo” (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021), xvii.

kemudian *brand* memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*, *brand* memiliki nilai, budaya, serta mencerminkan kepribadian, dan *brand* memberikan kesan kepada pengguna layanan. Unsur-unsur dalam membangun *brand image* yang dilakukan oleh MI PUI Kaum adalah memberikan kekuatan pada merk (*brand strength*), berupaya menjadikan merk sebagai pilihan utama kepada pengguna layanan (*brand favorability*), dan menciptakan keunikan pada lembaga pendidikan yang tidak dimiliki oleh lembaga yang setara (*brand uniqueness*). Dampak yang dihasilkan dalam upaya membangun *brand image* di MI PUI Kaum adanya peningkatan jumlah peserta didik di setiap tahunnya, adanya sumbangan dana pembangunan yang diperoleh dari lembaga pemerintah, masyarakat, hingga para alumni, meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada MI PUI Kaum Banjarsari<sup>21</sup>.

Berdasarkan beberapa penelitian sejenis yang dikemukakan di atas, sangat membantu peneliti untuk memperoleh gambaran dalam menulis tesis serta dijadikan sebagai teori dalam membahas materi tesis. Namun tesis yang peneliti lakukan pastinya berbeda, baik dari objek penelitian maupun substansi penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sehingga tesis ini layak untuk buat.

Kajian penelitian terdahulu di atas telah diklasifikasikan sesuai dengan jenis topik penelitiannya yakni manajemen kepala sekolah dalam membangun *branding image* terhadap masyarakat. Secara umum, upaya dalam membangun *branding image* lebih kepada strategi yang dilakukan oleh

---

<sup>21</sup> Fauzi, "Membangun Brand Image Lembaga dalam Upaya Menarik Minat Pengguna Layanan Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari Ciamis," 99–100.

sekolah dan lebih berfokus ke dalam meningkatkan daya saing lembaga, tidak berfokus kepada masyarakat, serta beberapa penelitian lebih membahas mengenai manajemen *branding* nya saja. Sehingga perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya mengacu pada fokus Manajemen Kepala Sekolah dalam membangun *Branding image* Sekolah terhadap masyarakat.

#### **E. Metode Penelitian**

Metode penelitian memiliki makna sebuah proses dalam mengumpulkan data yang digunakan untuk kepentingan sesuatu. Metode penelitian juga dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan objektif dengan tujuan untuk menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan dan menciptakan ilmu, produk dan tindakan baru sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, mengantisipasi masalah, dan membuat kemajuan<sup>22</sup>. Sugiyono dalam bukunya mengatakan terdapat lima tujuan umum penelitian yang meliputi menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan dan menciptakan sehingga data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami masalah, memecahkan masalah, mengantisipasi masalah dan membuat kemajuan<sup>23</sup>. Adapun jenis metode dan data penelitian yang akan peneliti gunakan dalam tesis akan peneliti paparkan lebih rinci.

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*, ed. oleh Apri Nuryanto, Edisi ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2019), 9.

<sup>23</sup> *Ibid.*, 6–8.

## 1. Jenis Penelitian

Setiap melakukan penelitian sangat perlu untuk memilih metode dan pendekatan yang tepat agar dapat memudahkan peneliti dalam menemukan jawaban serta tujuan penelitian yang tepat dan benar. Penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan proses dan prosedur yang tepat guna menjelaskan hasil penelitian sesuai dengan apa yang telah dirumuskan. Hal ini sangat menitikberatkan pada hasil yang ditemukan peneliti seperti kualitas dan kuantitas penelitian tersebut.

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus (*case study*). Penelitian kualitatif merupakan suatu rangkaian penelitian yang berupaya untuk memahami kejadian yang dialami oleh informan secara holistik (keseluruhan), dengan mendeskripsikan dalam bentuk kata per kata dan bahasa pada ranah alamiah serta memanfaatkan berbagai metode alamiah yang memiliki kesamaan dengan keadaan yang sebenarnya.<sup>24</sup> Sedangkan jenis penelitian studi kasus (*case study*) merupakan salah satu jenis penelitian yang dapat menjawab beberapa *issue* atau objek akan suatu fenomena terutama di dalam cabang ilmu sosial. Misalnya pada cabang ilmu sosiologi, penelitian kasus digunakan sebagai disain penelitian kualitatif untuk mengevaluasi kejadian atau situasi dalam dunia nyata (*real situation*). Bila dilihat dari tujuannya, studi kasus merupakan salah satu metode penelitian kualitatif yang berbasis pada pemahaman dan

---

<sup>24</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 38th Ed (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018), 6.

perilaku manusia berdasarkan perbedaan nilai, kepercayaan dan *scientific theory*<sup>25</sup>.

Pada penelitian kualitatif memiliki unsur-unsur yang meliputi latar belakang alamiah, manusia yang dinobatkan sebagai instrumen, adanya metode penelitian (kualitatif), analisis data secara induktif, teori dasar, data terurai secara deskriptif, proses sebagai prioritas dibandingkan hasil, terdapat *scope* (batasan masalah), adanya kriteria khusus pada keaslian data yang ditemukan, tesis bersifat tentatif (sementara) serta menyepakati hasil temuan<sup>26</sup>. Sedangkan pendekatan studi kasus dapat memberikan penekanan pada analisis kasus dengan hanya menggunakan sedikit jumlah atau kejadian dalam suatu desain penelitian<sup>27</sup>.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan peneliti lakukan berlokasi di SMP Muhammadiyah Simpang Empat Kecamatan Tangaran Kabupaten Sambas Provinsi Kalimantan Barat. Peneliti memilih lokasi ini karena SMP Muhammadiyah salah satu-satunya sekolah menengah pertama yang berlabel Muhammadiyah di Kecamatan Tangaran Kabupaten Sambas Kalimantan Barat. Selain itu SMP Muhammadiyah Simpang Empat juga sudah lama berdiri di daerah tersebut tetapi baru baru-baru ini SMP Muhammadiyah menjadi salah satu sekolah favorit khususnya di

---

<sup>25</sup> Sri Yona, "Penyusunan Studi Kasus," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 10, no. 2 (24 April 2006): 76–80, <https://doi.org/10.7454/JKI.V10I2.177>.

<sup>26</sup> J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 8–13.

<sup>27</sup> Yona, "Penyusunan Studi Kasus."

kecamatan Tangaran pada tingkat sekolah menengah pertama, sehingga sangat cocok dengan tema penelitian yang peneliti teliti.

### 3. Objek Penelitian

Berbicara tentang penelitian kualitatif terdapat teknik pengambilan sampel di antaranya *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (orang yang di anggap paling tahu), sedangkan *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama semakin besar karena merasa data yang sedikit belum memiliki data yang lengkap dan pasti<sup>28</sup>.

Oleh karena itu penelitian menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling* dalam upaya memperoleh data dengan harapan mampu menampung data secara mendalam dari informan yang peneliti anggap paling tahu dari permasalahan yang ada, seperti kepala sekolah, mantan kepala sekolah, tenaga pendidik beserta staf dan jajarannya. Setelah itu peneliti akan menggunakan *snowball sampling* untuk melengkapi data informan secara acak kepada masyarakat pengguna layanan pendidikan (*stakeholder*), dalam hal ini orang tua dari peserta didik untuk menjawab permasalahan yang peneliti teliti dari tema penelitian. Objek penelitian yang akan diteliti meliputi dari sumber data primer, sebagai sumber yang diperoleh secara langsung.

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*, 400.

#### 4. Sumber Data Penelitian

##### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dapat diperoleh secara langsung saat melakukan observasi dan wawancara<sup>29</sup>. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, mantan kepala sekolah, tenaga pendidik beserta staf, peserta didik dan masyarakat khususnya orang tua peserta didik.

##### b. Sumber data sekunder

Data yang diperoleh melalui sumber sekunder merupakan perolehan data secara tidak langsung dari seorang informan atau narasumber. Data sekunder yang dimaksud diperoleh melalui dokumentasi dan orang lain (di luar informan)<sup>30</sup>. Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa media cetak, gambar atau foto yang diambil secara langsung maupun tidak langsung saat melakukan observasi dan dokumentasi, referensi karya ilmiah, serta catatan yang berkaitan dengan tema yang diangkat saat melakukan penelitian.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan

---

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 308.

<sup>30</sup> *Ibid.*, 309.

data<sup>31</sup>. Untuk mendapatkan data yang maksimal dan valid serta sesuai dengan kebutuhan penelitian, dalam teknik pengumpulan data peneliti mengumpulkan data dengan teknik observasi, wawancara, dan mengumpulkan dokumentasi yang mendukung sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Data primer merupakan data yang peneliti kumpulkan dengan teknik observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder peneliti kumpulkan menggunakan teknik dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan akan disempurnakan dengan menganalisis secara keseluruhan data yang merujuk pada rumusan masalah. Jika data yang telah diperoleh dapat menjawab seluruh rumusan masalah, artinya penelitian ini dapat dikatakan berhasil. Begitupun sebaliknya, apabila perolehan data belum mampu menjawab persoalan yang tertera pada rumusan masalah maka penelitian ini dapat dikatakan belum sempurna.

Apabila terjadi hal yang seperti itu, peneliti berupaya melakukan proses penelitian kembali hingga data dapat dinyatakan lengkap. Setelah data dirasa cukup, peneliti akan melakukan proses pengecekan data dengan menyusun data, klarifikasi, mengoreksi jawaban wawancara yang kurang jelas. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah dalam proses analisis data.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Sugiyono, "Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D," 2013, 409.

<sup>32</sup> Mudjia Rahardjo, "Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya," 1 (Malang, 2017), 17.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis terhadap data yang diperoleh dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam beberapa kategori, menjabarkan ke dalam beberapa unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang akan di pelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami<sup>33</sup>.

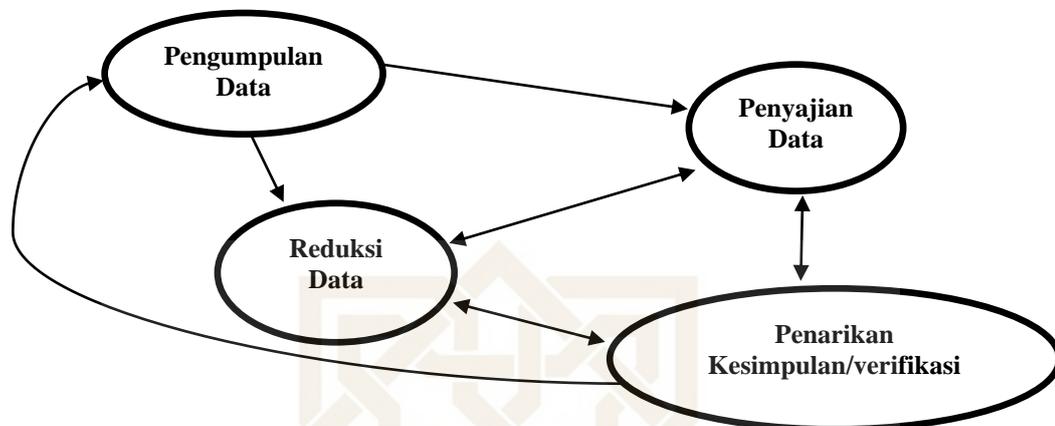
Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah analisis data model Miles dan Huberman yaitu model interaktif, yang mana Miles dan Huberman menyatakan aktivitas dalam proses menganalisis data kualitatif dilakukan dengan cara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga mencapai ketuntasan hingga merasa kejenuhan pada data tersebut.<sup>34</sup> Adapun proses analisis data model interaktif dilakukan dengan cara pengumpulan data, mereduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan/verifikasi. Hal tersebut dapat digambarkan dalam gambar berikut ini:

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*, 436.

<sup>34</sup> Matthew B Miles dan Huberman A Michael, *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode baru*, ed. oleh Tjetjep Rohendi dan Mulyarto Mulyarto (Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press), 1992).

**Gambar 1**  
**Komponen dalam Analisis Data pada Model Interaktif**



#### 7. Uji Keabsahan Data

Tahap terakhir dalam metode penelitian adalah memastikan data yang telah kita teliti valid dan reliabel, dalam penelitian kualitatif data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan dengan apa yang sebenarnya terjadi pada objek yang di teliti<sup>35</sup>. Adapun uji keabsahan data yang peneliti gunakan adalah uji kredibilitas data dilakukan dengan triangulasi pada seluruh temuan yang disebut juga dengan konfirmabilitas dengan menjabarkan temuan penelitian kepada seluruh informan yang diwawancarai. Proses uji kredibilitas data yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber memiliki makna sebagai mengecek data yang telah diperoleh melalui perbandingan data yang telah ditemukan dari data primer dan data sekunder. Sedangkan triangulasi teknik merupakan proses mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*, 487.

berbeda konfirmasi data yang diperoleh dari hasil wawancara akan di cek kembali hasil observasi dan dokumentasi.

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

BAB I yang diawali dengan pendahuluan, membahas mengenai latar belakang permasalahan penelitian dengan tema Manajemen Kepala Sekolah dalam Membangun *Branding image* Sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II yang membahas terkait kajian penelitian yang relevan, kerangka teori yang dijadikan sumber oleh peneliti di antaranya adalah manajemen kepala sekolah dan *branding image* sekolah.

BAB III membahas mengenai gambaran umum dari SMP Muhammadiyah Simpang Empat, seperti profil sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi, sarana prasarana serta prestasi SMP Muhammadiyah Simpang Empat.

BAB IV yang berisikan tentang hasil penelitian dan analisis hasil serta menjawab rumusan masalah yang telah dirancang mengenai Manajemen Kepala Sekolah dalam Membangun *Branding image* Sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat, mendeskripsikan bagaimana proses manajemen yang diterapkan kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat dalam membangun *branding image* sekolah terhadap masyarakat, mendeskripsikan bagaimana proses manajemen yang diterapkan para kepala

sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat sebelumnya dalam membangun *branding image* sekolah terhadap masyarakat serta menganalisis mengapa proses manajemen kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat yang sekarang dapat membangun *branding image* sekolah terhadap masyarakat, serta keterbatasan yang dialami peneliti saat melakukan penelitian.

BAB V merupakan akhir dari laporan tugas akhir berupa kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah dijelaskan, memberikan saran untuk lembaga, pembaca, dan peneliti selanjutnya, serta memberikan rekomendasi yang dapat dikembangkan dari hasil penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pemaparan data dan analisis yang peneliti lakukan mengenai manajemen kepala sekolah dalam membangun *branding image* sekolah di SMP Muhammadiyah Simpang Empat, maka didapatkan hasil yang menjawab dari permasalahan yang ada dalam rumusan masalah, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses manajemen yang diterapkan kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat dalam membangun *branding image* sekolah adalah dengan menciptakan sekolah yang efektif dengan aspek: a) perencanaan dan pengembangan sekolah; b) pengembangan guru dan staf; c) pengembangan peserta didik; d) pelibatan orang tua dan masyarakat; e) penghargaan dan insentif; f) tata tertib dan disiplin; g) pengembangan kurikulum dan pembelajaran; h) manajemen keuangan dan pembiayaan; serta i) pendayagunaan sarana dan prasarana.
2. Proses manajemen yang diterapkan para kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat sebelumnya dalam membangun *branding image* sekolah adalah meningkatkan mutu pelayanan dan program pendidikan serta menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dengan aspek: a) perencanaan program pengajaran; b)

pengembangan guru dan staf; c) pengembangan peserta didik; d) dana sarana dan fasilitas; serta e) hubungan sekolah dan masyarakat.

3. Analisis yang faktor yang menjadi kunci proses manajemen kepala sekolah SMP Muhammadiyah Simpang Empat yang sekarang dapat membangun *branding image* sekolah yaitu: a) membentuk identitas sekolah (*branding*); b)menentukan target pasar masyarakat; c) pengembangan *branding* guru dan staf; d) kualitas program dan layanan pendidikan; serta e) komunikasi sekolah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, adapun saran yang akan peneliti sampaikan antara lain :

1. Peneliti berharap kepada SMP Muhammadiyah Simpang Empat, agar dapat mempertahankan citra baik sesuai identitas sekolah yang sudah tertanam di masyarakat. Mempertahankan kualitas lembaga dengan selalu memberikan yang terbaik kepada seluruh masyarakat. Selalu melakukan pelayanan yang terbaik serta menambah fasilitas untuk menghadapi masa yang akan datang;
2. Peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menemukan sesuatu yang lebih dalam mengenai manajemen kepala sekolah dalam membangun *branding image* sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, Simon. *Brand new justice: The upside of global branding*. Butterworth-Heinemann, 2003.
- Anisa, Zainiya, dan Saparudin Saparudin. "Branding Sekolah Islam Modern: Sekolah Islam Terpadu, Madrasah/Sekolah Alam, dan Tahfiz Al-Qur'an." *eL-HIKMAH: Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam* 16, no. 1 (30 Juni 2022): 49–64. <https://doi.org/10.20414/ELHIKMAH.V16I1.6191>.
- Armstrong, Gary, dan Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke-8*. Erlangga, Jakarta, 2001.
- B Miles, Mattew, dan Huberman A Michael. *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode baru*. Diedit oleh Tjetjep Rohendi dan Mulyarto Mulyarto. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press), 1992.
- Bariah. "Strategi Membangun Brand Image Di Madrasah Ibtida'iyah (MI) Yusuf Abdussatar Kediri Lombok Barat Tahun 2021." UIN Mataram, 2021.
- Basri, Khairinal, dan Firman. "Manajemen Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Fungsi Guru di Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Merangin." *Jurnal Ilmiah Dikdaya* 11, no. 2 (29 September 2021): 349–61. <https://doi.org/10.33087/DIKDAYA.V11I2.233>.
- Bohari, Nasri. "Manajemen Brand Image Sekolah Pemimpin Madrasah Tsanawiyah Raadhiyatan Mardhiyyah Putra." IAIN Antasari, 2017.
- Dwiyama, Fajri. "Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang kurang Mampu Bersaing." *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 9, no. 2 (2019): 880–91.
- Dyah Lyesmaya, dan Iis Nurasih. *Pendidikan Global: Branding dan Marketing Sekolah (Sebuah Pembelajaran Studi Kasus)*. Diedit oleh Ali Hasan Zein, Gofur Dyah Ayu, dan Meyta Lanjarwati. 1 ed. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Fachri, Moh, Fathor Rozi, dan Tamimullah. "Branding Image melalui Penerapan Pendidikan Inklusif dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah." *PALAPA* 10, no. 2 (1 November 2022): 316–34. <https://doi.org/10.36088/PALAPA.V10I2.2202>.
- Fauzi, Syahrul. "Membangun Brand Image Lembaga dalam Upaya Menarik Minat Pengguna Layanan Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari Ciamis." UIN Sunan Kalijaga, 2023.

- Hanafie Das, St Wardah, Abdul Halik, Bustanul Iman, Muhammad Tahir, Eli Hamid, Andi Fitriani Djollong, dan Ishak Kenre. "Developing a sociocultural approach in Learning Management System through Moodle in the era of the Covid-19." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 13, no. 27 (2020): 941–58.
- J Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 38th Ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018.
- Khoiruddin, Nurul. "Upaya Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah (Studi Kasus di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015)." STAIN Kudus, 2016.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia, 2003.
- Mujib, Fathul, dan Tutik Septiningsih. *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Diedit oleh Bunga Sari Fatmawati. Cetakan Ke-1. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Mujtahidah, Nila. "Strategi Sekolah Dalam Membangun Brand Image Guna Peningkatan Daya Saing Di SMP Insan Terpadu Paiton Probolinggo." UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021.
- Mulyasa. *Manajemen dan kepemimpinan kepala sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Mundiri, Akmal. "Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image." *PEDAGOGIK: Jurnal Pendidikan* 3, no. 2 (31 Desember 2016). <https://doi.org/10.33650/PJP.V3I2.125>.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. *Mushaf AL-Qur'an AL-Karim dan Terjemah*. Yogyakarta: Gramasurya, 2015.
- Rahardjo, Mudjia. "Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya." 1. Malang, 2017.
- Rizkiyah, Riza, Istikomah Istikomah, dan Nurdyansyah Nurdyansyah. "Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions." *Proceedings of The ICECRS* 7, no. 0 (12 Juni 2020). <https://doi.org/10.21070/icecrs2020366>.
- Rozi, Fathor, MMEI Bali, Sulton Firdaus, Muallim Wijaya, R A Al Mursyidi, Moh Wasil Haqiki, dan Zainal Abidin. "Learning management; identifying learning styles of language learners in madrasah." In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 5:3783–90, 2020.

- Subroto, B Suryo. *Dimensi-Dimensi Administrasi Pendidikan di Sekolah. (No Title)*. Jakarta: Bina Aksara, 1998.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Diedit oleh Apri Nuryanto. Edisi ke-3. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . “Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D,” 2013.
- Sumendap, Refly. “Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano.” *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7, no. 3 (1 September 2021): 1435–42. <https://doi.org/10.37905/AKSARA.7.3.1435-1442.2021>.
- Wahjosumidjo. *Kepemimpinan Kepala Sekolah (Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya). Tinjauan teoritik dan permasalahannya (9 ed.)*. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Wibowo, Ahmad Elly. “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Ponorogo.” IAIN Ponorogo, 2018.
- Yona, Sri. “Penyusunan Studi Kasus.” *Jurnal Keperawatan Indonesia* 10, no. 2 (24 April 2006): 76–80. <https://doi.org/10.7454/JKI.V10I2.177>.