

Strategi *Branding Image* dalam Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Tsanawiyah

Rusmini

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Address: Jl. Lintas Jambi - Muara Bulian, Km. 16, Jambi Luar Kota, Muaro Jambi, Kota Jambi, 36361
e-mail: rusmini@gmail.com

Fransisko Chaniago

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Address: Jl. Lintas Jambi - Muara Bulian, Km. 16, Jambi Luar Kota, Muaro Jambi, Kota Jambi, 36361
e-mail: fransisko@uinjambi.ac.id

Hermia Piola

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Address: Jl. Lintas Jambi - Muara Bulian, Km. 16, Jambi Luar Kota, Muaro Jambi, Kota Jambi, 36361
e-mail: hermiafiola@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengeksplor Strategi *Branding Image* dalam Perencanaan dan pelaksanaan, faktor pendukung dan faktor penghambat Strategi *Branding Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif melalui pendekatan eksploratif dengan menggunakan instrumen pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kondensasi data (*Condensation*), penyajian data (*Data Display*), dan penarikan kesimpulan (*Verification*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan daya saing di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu dengan perencanaan yaitu melakukan sosialisasi meningkatkan prioritas kedisiplinan dan meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler yang lebih efektif serta gratisnya uang komite perbulan dan uang biaya masuk tanpa di pungut biaya. Pelaksanaan *Branding Image* oleh kepala sekolah dalam meningkatkan daya saing di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu yaitu kepala sekolah dan panitia masuk ke setiap kelas VI (enam) dengan bersosialisasi mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, selanjutnya kepala sekolah menjelaskan kepada murid kelas VI (enam) tentang pilihan program ekstrakurikuler sesuai minat dan bakat mereka, setelah itu kepala sekolah menjelaskan kepada murid-murid kelas VI (enam) tentang sudah gratisnya uang komite perbulan dan uang biaya masuk tanpa di pungut biaya di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu.

Kata Kunci: *Strategi; Branding Image; Daya Saing*

Abstract

The purpose of this study is to explore Branding Image Strategies in Planning and Implementation, supporting factors and inhibiting factors for Branding Image Strategies in Improving Competitiveness in Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu. The method used in this research is descriptive qualitative research through an exploratory approach using data collection instruments in the form of observation, interviews and documentation. The data used in this study are data condensation (Condensation), data presentation (Data Display), and drawing conclusions (Verification). The results of this study indicate that the strategy carried out by the principal in increasing competitiveness at Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu with planning is to socialize to increase disciplinary priorities and increase extracurricular activities that are more effective as well as free monthly committee money and entrance fees free of charge. Implementation of Branding Image by the school principal in increasing competitiveness at the Tungkal Ulu Tsanawiyah Madrasah, namely the headmaster and the committee enter each grade VI (six) by socializing promoting the Tungkal Ulu Tsanawiyah Madrasah, then the principal explains to grade VI (six) students about program options extracurricular activities according to their interests and talents, after which the principal explained to students in grade VI (six) about the free monthly committee fees and free entrance fees at the Tungkal Ulu Madrasah Tsanawiyah.

Keywords: *Strategy; Branding Image; Competitiveness*

PENDAHULUAN

Peranan Lembaga Pendidikan dalam mewujudkan tujuan Pendidikan maupun sarana dan prasarana fisik lainnya yang dimiliki tersebut menjadi sangat penting. Saat ini Lembaga Pendidikan bermutu menjadi perhatian utama banyak orang baik secara individu maupun dalam suatu organisasi. Mereka menganggap bahwa Lembaga pendidikan yang berkualitas akan banyak dibutuhkan dan karena nya memiliki peluang untuk memenangkan kompetisi di tengah-tengah kehidupan masyarakat yang semakin maju. Demikian pula sebuah Lembaga Pendidikan Islam harus bermutu untuk menjaga eksistensinya dan bertahan ditengah kompetisi yang sangat ketat sekarang ini. Jadi mutu merupakan hal yang wajib dan harus ada dalam lembaga Pendidikan. Agar mutu pendidikan tersebut dapat dicapai maka lembaga pendidikan harus mampu mengoptimalkan fungsi dan peran seluruh sumber-sumber daya pendidikan baik sumber daya manusia (Muljawan, 2019).

Pendidikan merupakan proses untuk meningkatkan, memperbaiki, mengubah pengetahuan, ketrampilan dan sikap, serta tata laku seseorang atau kelompok dalam usaha untuk mencerdaskan kehidupan manusia melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan pelatihan. Proses pendidikan menunjukkan adanya aktivitas atau tindakan aktif dan interaksi dinamis yang di lakukan secara sadar dalam usaha untuk mencapai tujuan. Pendidikan hendaklah di maknai sebagai proses pematangan kualitas hidup. Dengan demikian melalui proses tersebut peserta didik di harapkan mampu memahami arti dan hakikat hidup (Maria, 2020).

Madrasah sebagai suatu lembaga pendidikan hendaknya mengikuti perkembangan zaman dalam menjalankan pendidikannya, strategi yang tepat adalah salah satu cara agar Madrasah dapat terus berkembang dan mengikuti zaman yang terus berkembang (Lestari, 2018). Strategi merupakan kunci kesuksesan sebuah organisasi

dalam mencapai tujuan. Tanpa adanya strategi maka program tidak akan berjalan. Strategi merupakan langkah awal yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin dalam mencapai tujuan. Sehebat apapun seorang pimpinan jika tidak memiliki strategi yang tepat maka program tidak ada artinya dan tujuan tidak akan terwujud. Kepemimpinan tidak hanya mengandalkan kemampuannya sendiri tetapi dia juga harus punya strategi dalam memimpin (Leniwati & Arafat, 2017).

Menurut J. Salusu dalam Nurdyansah & Toyiba, (2018), Strategi sebagai suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dan kondisi yang paling menguntungkan. dalam perkembangannya istilah strategi juga di gunakan dalam bidang pendidikan atau pengajaran, sehingga muncul istilah strategi pengajaran atau strategi belajar mengajar. Strategi dalam pengertian yang sama dengan model yaitu untuk menggambarkan keseluruhan prosedur yang sistematis untuk mencapai tujuan.

Rochaety dalam Leniwati & Arafat, (2017), mengemukakan strategi adalah satu kesatuan rencana organisasi yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan adanya strategi, maka suatu organisasi akan dapat memperoleh kedudukan atau posisi yang kuat dalam wilayah kerjanya. Hal ini disebabkan karena organisasi tersebut mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang lebih baik dalam melakukan pendekatan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam wilayah kerja yang dilayaninya.

Strategi *Branding Image* salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Adanya perubahan pada sistem arah dan tata kelola pendidikan mengakibatkan peralihan dalam ilmu pengetahuan, modernisasi dan industrial serta teknologi. Keadaan ini membuat para pengelola pendidikan selalu terus mengikuti perubahan zaman agar pendidikan tetap bertahan hidup dan di tuntut untuk selalu berinovasi dalam menghadapi perubahan saat ini. Pada era super modernisasi pengelola di tuntut memiliki inisiatif dalam mengembangkan dan memajukan lembaga. Tanpa adanya pola pikir yang kreatif lembaga tidak akan mengalami kemajuan baik dari segi kualitas maupun kuantitas (Agus R & Ummah, 2019).

Dijelaskan dalam bukunya Kottler yang dikutip oleh Patricia, (2021), mendefinisikan *Branding Image* sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang di miliki seorang terhadap suatu merek. Karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh *branding Image* yang merupakan syarat dari merek yang kuat. Dari beberapa pendapat yang di kemukakan para ahli diatas bahwa *Branding Image* adalah kepercayaan seseorang terhadap suatu nama, dan simbol di karenakan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu merek tersebut, baik kepercayaan tersebut di peroleh berdasarkan fakta yang telah di rasakan orang lain ataupun fakta dirinya sendiri yang telah menggunakan merek tersebut, sehingga kesan yang muncul terhadap merek ini akan relatif jangka panjang yang terbentuk dalam benak konsumen. karena di ketahui bahwa minat dan kepercayaan konsumen adalah aspek psikis yang dapat mendorong seseorang untuk mencapai suatu tujuan.

Persaingan Madrasah Tsanawiyah semakin banyak, Oleh sebab itu, pemasaran untuk lembaga pendidikan mulai diperlukan. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (siswa) karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran untuk memenangkan kompetisi sekolah dan untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan

profesionalisme manajemen sekolah. Untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka membangun brand image merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi persaingan yang semakin ketat dalam upaya merekrut siswa. Dengan membangun *Branding Image* diharapkan Lembaga Pendidikan semakin kuat dan nantinya akan mendorong calon siswa dalam memilih Lembaga pendidikan (Wibowo, 2018).

Persaingan Madrasah Tsanawiyah dengan sekolah lain semakin bersaing, karena itu perlunya adanya kualitas madrasah ini harus di tingkatkan dalam segi apapun baik dari sarana dan prasarana, letak lokasi yang strategis dan *Branding Image* Madrasah Tsanawiyah yang lebih baik, serta ide strategi baru untuk menjadikan madrasah salah satu sekolah yang sangat diminati oleh calon siswa/siswi baru.

Kepala sekolah Madrasah Tsanawiyah memiliki tujuan dengan strategi untuk meningkatkan minat calon siswa/siswi baru, adapun strategi yang akan direncanakan/diterapkan oleh Kepala Sekolah adalah (gratisnya uang komite perbulan dan uang biaya masuk, dan adanya program ekstrakurikuler yang efektif, meningkatkan prioritas kedisiplinan dan meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler yang lebih efektif) dengan adanya strategi baru tersebut akan menarik minat siswa serta orangtua untuk merekomendasikan anaknya masuk ke Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu karena banyak masyarakat yang keterbatasan SDM yang hampir rata-rata mayoritas ekonomi masyarakat menengah bawah, dengan melihat banyaknya anak-anak yang setelah tamat SD (sekolah dasar) tidak melanjutkan ke jenjang tahap selanjutnya karena keterbatasan SDM orangtuanya, kepala sekolah dan panitia memiliki tujuan membentuk strategi meningkatkan minat siswa untuk masuk ke Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu selain meningkatkan minat daya saing siswa bentuk dari strategi ini akan menciptakan *Image* yang positif untuk Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, karena bentuk rasa peduli terhadap anak-anak bangsa yang ingin melanjutkan sekolahnya tapi terkendala keterbatasan SDM mayoritas ekonomi menengah bawah.

Strategi Kepala Sekolah dalam meningkatkan kualitas minat siswa sangat penting karena dengan adanya strategi baru sangat penting untuk peningkatkan peminat calon peserta didik baru, dengan adanya perencanaan dan pelaksanaan strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah akan meningkatkan grafik peminat peserta didik baru di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu.

Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, Pada tahun 2006 di Desa Gemuruh Kelurahan Pelabuhan Dagang Kecamatan Tungkal Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi banyak anak-anak yang setelah tamat Sekolah Dasar (SD) tidak melanjutkan pendidikannya ke jenjang SLTP (SMP atau MTs), di karenakan jarak sekolah (SMP) jauh dari tempat tinggal mereka, saat itu belum ada Madrasah Tsanawiyah. Selain itu juga di karenakan ekonomi keluarga kurang mampu, sehingga tidak mampu membiayai transportasi ke sekolah. Melihat keadaan itu, para tokoh masyarakat Gemuruh berbincang-bincang kemudian mengadakan musyawarah umum masyarakat Gemuruh pada tanggal 14 Mei 2006 bertempat di gedung Madrasah Ibtida'iyah Nurul Ulum Gemuruh sepakat mendirikan Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, di bentuklah kepengurusannya secara aklamasi, Teguh Prasetya, S.Ag sebagai Kepala Madrasah. Kemudian tahun pembelajaran 2006-2007 dimulai kegiatan belajar mengajar dengan jumlah siswa sebanyak 21 orang, dan pendidik/tenaga kependidikan sebanyak 18 orang, semuanya gratis tanpa ada biaya selama satu tahun pembelajaran, tenaga pendidik/kependidikan ikhlas beramal tanpa honor sedikitpun, siswa-siswi tanpa

iuran sedikitpun. minat jumlah siswa Madrasah Tsanawiyah pada tahun 2008-2015 semakin bertambah/meningkat dalam setiap tahun. Kepala sekolah, guru dan orangtua siswa mengadakan rapat/bermusyawarah dalam penerapan uang komite/SPP (sumbangan biaya pendidikan) Rp.50.000 persiswa.

Pada tahun 2016-2018 minat siswa menurun, karna tunjangan uang komite/SPP (sumbangan biaya pendidikan) naik, yang awalnya Rp.50.000 naik menjadi sejumlah Rp.150.000 banyak calon siswa/siswi baru lebih memilih masuk ke SMP (sekolah menengah pertama) karna di sekolah tersebut tidak ada di kenakan biaya perbulan, jumlah siswa masuk biasanya bisa mencapai sejumlah 100-105 orang pertahun. Semenjak naiknya uang komite perbulan minat siswa masuk hanya 70 orang. Pada tahun 2018-2020 uang komite/SPP menurun mejadi Rp.60.000 persiswa jumlah siswa pun meningkat.

Pada tahun 2020 akhir, jumlah siswa semakin meningkat dari tahun-tahun sebelumnya karna di hapusnya uang komite perbulan, Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu adalah sekolah satu-satunya yang bernuansa Islam di kecamatan Tungkal Ulu, sekarang saingan madrasah ini dengan sekolah yang baru dibuka seperti pesantren dan SMP (sekolah menengah pertama) yang masih favorit, belum lagi pesantren yang lebih bernuansa Islam.

Berdasarkan hasil observasi penulis 28 November 2022 ditemukan bahwa Madrasah Tsanawiyah ini dapat digolongkan sekolah yang dulu satu-satunya Bernuansa Islam di kecamatan Tungkal Ulu yang sekarang bersaing dalam meningkatkan grafik minat siswa dengan *Branding Image*nya masing-masing, dengan adanya permasalahan tersebut Kepala Sekolah Madrasah Tsanawiyah perlu adanya strategi untuk meningkatkan minat calon siswa/i baru dengan meningkatkan *Branding Image* Madrasah Tsanawiyah yaitu dengan *Brand* nya kegiatan ekstrakurikuler yang aktif dilaksanakan oleh siswa/i baru serta prestasi siswa dalam mengikuti setiap lomba acara besar. Adapun Strategi Kepala Sekolah untuk meningkatkan minat siswa/i baru yaitu dengan di terapkan/dilaksanakannya strategi dan program ekstrakurikuler oleh Kepala Sekolah serta dihapusnya uang komite perbulan, Madrasah ini mempunyai program ekstrakurikuler yang mana kegiatan ekstrakurikuler ini ada yang pilihan dan Ekstrakurikuler khusus, yang dimana ekstrakurikuler khusus ini dipilih atau di seleksi setiap siswa yang tidak bisa/kurang lancar membaca Al-Qur'an dan kegiatan Ekstrakurikuler pilihan yaitu *Marchingband*, Hadrah, Qasidah, Tilawah, Tahsin, Tahfidz, Kaligrafi, Muhadharah, Pramuka. Dengan adanya kegiatan ekstrakurikuler tersebut akan menjadi motivasi calon siswa/i baru dan menjadikan Madrasah ini sekolah *Branding Image* nya positif di pandangan masyarakat/orang tua dari siswa/i baru atau calon siswa/i baru ingin mendaftar daftar ke Madrasah Tsanawiyah.

Berkenaan dengan uraian di atas maka penulis menemukan bahwa, berkaitan yang sedang di hadapi oleh Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu. Pihak Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu berusaha agar peningkatkan grafik minat siswa semakin meningkat dengan di dukungnya program ekstrakurikuler dan perencanaan serta pelaksanaan Strategi *Branding Image* yang positif dalam meningkatkan daya saing sehingga grafik peminat siswa semakin ada peningkatan dan ketertarikan peserta didik baru semakin banyak.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sejauhmana perencanaan dan pelaksanaan yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam

Strategi *Branding Image* untuk Meningkatkan Daya Saing Di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif eksploratif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa (Afifudin & Ahmad, 2014). Metode Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilaksanakan pada kondisi alamiah disebut juga sebagai metode etnographi karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitaian bidang antropologi budaya disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (J.Moleong, 2014).

Subjek penelitian adalah kepala sekolah, waka guru, staf sebagai responden, sedangkan siswa/i dan HUMAS sebagai informan tambahan. Adapun jenis sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data skunder. Data primer yang dimaksud yaitu peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengetahui yang terjadi sesuai subjek atau objek yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Cohen, L., Manion,.L, 2017). Data sekunder merupakan data yang di peroleh atau di kumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada, seperti melalui dokumen atau memanfaatkan informasi orang lain. Misalnya lewat orang lain, Historis atau koran, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah Dokumen Sekolah, Arsip Sekolah buku, dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian (Cohen, L., Manion,.L, 2017).

Pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang peneliti perlukan. Dengan bentuk pendekatan penelitian kualitatif dan sumber data yang digunakan, maka tehknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data merupakan salah satu kegiatan dalam upaya mengolah data. Kegiatan tersebut dimulai dari mengelompokkan atau mengklasifikasi data, yang kemudian memilah agar dapat dikelola dengan baik, dan seterusnya untuk dapat menemukan informasi apa yang penting sehingga untuk dapat diuraikan dan dikemukakan kepada orang lain. Adaoun teknik analisis data yang dimaksud oleh penulis yaitu kondensasi data, penyajian data. dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perencanaan Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu

Membangun Image positif sangat penting agar pihak luar terutama masyarakat tahu dan mengenal dengan baik tentang keberadaan dan kualitas Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu tersebut. Branding Image akan memberikan kesan bagi kepada sekolah, sekolah Islami sekolah bagus, sekolah favorit, sekolah unggulan atau apapun penyebutnya dinamakan dengan Branding Image.

Strategi kepala Sekolah Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu dalam membuat perencanaan diawal, yaitu penerimaan calon peserta didik baru mencapai batas maksimal, perencanaan Strategi yang akan di laksanakan harus sesuai dengan planning agar grafik minat siswa/i meningkat sehingga tertarik masuk ke Madrasah

Tsanawiyah Tungkal Ulu, dan melakukan kunjungan terhadap sekolah dasar (SD) agar terjalin silaturahmi antara kepala sekolah Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu dengan guru yang ada di sekolah dasar (SD) tersebut. Perencanaan akan membantu dalam memproyeksikan masa depan dan memutuskan cara yang baik dalam menghadapi berbagai situasi yang akan terjadi di masa depan. Suatu kegiatan yang terkoordinasi demi meraih tujuan khusus dalam kurun waktu tertentu. Sehingga, di dalam perencanaan akan terdapat kegiatan pengujian pada beberapa arah pencapaian, mengukur kepastian, mengkaji ketidakpastian, menentukan arah pencapaian, dan juga menentukan langkah atau tahapan dalam mencapainya.

Kepala sekolah sebagai pemimpin dan pengelola lembaga pendidikan yang besar dalam menciptakan suasana yang efektif dan kondusif dalam lingkungan kerjanya. Suasana kondusif dan efektif tersebut di dukungya dengan adanya guru yang berprestasi. Menjadi guru Professional telah memberikan penjelasan tentang arti mendidik. Menurutny, “mendidik berarti meneruskan dan mengembangkan nilai-nilai hidup”.

Untuk mempertahankan Branding Image di suatu lembaga pendidikan tidaklah mudah, banyak hal yang perlu dilakukan dari proses meningkatkan, memperbaiki, mengubah pengetahuan, ketrampilan dan sikap, serta tata laku seseorang atau kelompok dalam usaha untuk mencerdaskan kehidupan manusia melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan pelatihan. Proses pendidikan menunjukkan adanya aktivitas atau tindakan aktif dan interaksi dinamis yang di lakukan secara sadar dalam usaha untuk mencapai tujuan.

Strategi Branding Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, Yaitu dimana kepala sekolah selalu berusaha meningkatkan Branding Image Madrasah Tsanawiyah ini agar selalu menciptakan Image positif baik di pandangan masyarakat dan sekolah-sekolah lain. Hal tersebut memiliki arti bahwa bagaimana seorang pemimpin harus bertanggung jawab atas tugas-tugasnya serta memiliki sosialisasi yang tinggi terhadap proses pembelajaran, baik yang berlangsung maupun yang akan datang.

Kepala sekolah memang melakukan peningkatan daya saing agar Branding Image Madrasah Tsanawiyah tetap positif dan semakin Branding karena prestasi-prestasi yang di raih siswa dan siswi karena dari efektifnya kegiatan ekstrakurikuler di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu. Daya saing pendidikan madrasah dapat dilakukan dengan memperbarui atau memperbaiki berbagai faktor yang dapat berdampak langsung atau tidak langsung terhadap kualitas pendidikan madrasah.

Perencanaan penerimaan calon siswa/i baru yaitu, karena madrasah semakin modern dari sarana dan prasarana cukup memadai kepala sekolah melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru semakin banyak ke Madrasah Tsanawiyah, karena itu perlu adanya sosialisasi ke sekolah-sekolah.

Tentunya setiap orangtua tidak hanya anak-anaknya menjadi cerdas semata tanpa beserta akhlakul karimah (akhlak yang mulia). Tanpa akhlak dan etika yang mulia, maka anak tidak akan bisa menjalin relasi yang baik dengan sesamanya. Anak-anak pun senantiasa berwajah manis pada sesama, menyebarkan salam, serta menyayangi yang lebih muda dan menghormati yang lebih tua. Siswa dan siswi pun terbiasa untuk senantiasa menutupi aurat dan berpakaian dengan sopan. Ditengah banyaknya tren fashion yang tidak memperhatikan nilai-nilai Islam dan adat

ketimuran, anak-anak sangat membutuhkan bimbingan dan filter yang baik dalam menjalani pergaulan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di lapangan menemukan bahwa Pelaksanaan dan penerapan strategi kepala sekolah dalam meningkatkan daya saing yang pertama adalah meningkatkan kedisiplinan siswa karena orangtua itu memasukkan anaknya ke sekolah itu pasti yang pertama kali dilihat adalah kedisiplinan sekolah tersebut, apakah anaknya bisa bolos dengan bebas atau tidak jadi aturan yang pertama kali adalah mengakkan kedisiplinan dengan lebih ketat kedua, mempertahankan apa yang sudah diraih, jadi yang lebih ditekankan adalah program ekstrakurikuler jadi anak-anak itu tertarik masuk ke Madrasah Tsanawiyah karena kegiatan ekstrakurikuler banyak. Kegiatan ekstrakurikuler bukan hanya kegiatan ekskul, ekskulnya itu ada tujuan akhirnya, misal MarchingBand, pelatihan marching band itu tujuannya untuk ditampilkan, kemudian ekskul hadrah tujuannya untuk apa, tujuannya untuk ditampilkan jadi minat siswa untuk masuk ke sekolah itu karena ada ketertarikan dari sekolah itu, karena sekolah ini berbasic islam jadi setiap tahun pasti ada acara Musabaqah Tilawatil Qur'an jadi kalo bisa peserta dari lomba (MTQ) kalo bisa dari siswa dan siswi Madrasah Tsanawiyah karena dengan begitu akan ternilai Image positif dipandangan masyarakat karena Skill dari siswa dan siswi Madrasah Tsanawiyah yang mengikuti lomba.

Gratisnya uang komite perbulan dan gratisnya uang biaya masuk bukan hanya karena semata-mata ibgin bersaing meningkatkan grafik jumlah siswa akan tetapi tujuan kepala sekolah dan kepala yayasan Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, dengan melihat banyaknya ekonomi dari masyarakat orangtua siswa yang hampir rata mayoritas ekonominya menengah bawah, sehingga dengan gratisnya uang komite dan uang biaya masuk akan meringankan beban orangtua siswa dan agar tetap menyekolahkan anaknya.

Dengan demikian penulis menyimpulkan bahwa Kepala sekolah sebagai fasilitator yang bertugas sebagai penentu kebijakan di sekolah juga harus memfungsikan perannya secara maksimal dan mampu memimpin sekolah dengan bijak dan terarah serta mengarah kepada pencapaian tujuan maksimal demi meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan disekolahnya yang tentu saja akan berimbas pada kualitas lulusan anak didik sehingga membanggakan dan menyiapkan masa depan yang cerah. Karena itu, kepala sekolah harus mempunyai wawasan, keahlian manajerial, mempunyai karisma kepemimpinan dan juga pengetahuan yang luas tentang tugas dan fungsi sebagai kepala sekolah. Dengan kemampuan yang dimiliki seperti itu, kepala sekolah tentu saja akan mampu mengantarkan dan membimbing segala komponen yang ada disekolahnya dengan baik dan efektif menuju ke arah cita-cita sekolah.

2. Pelaksanaan Strategi Branding Image Oleh Kepala Sekolah Dalam meningkatkan Daya Saing Di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu

Bagi lembaga pendidikan, pelaksanaan Branding Image dalam meningkatkan daya saing di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu juga berfungsi sebagai kekuatan dan pembeda. Dalam dunia pendidikan biasanya Branding terlihat dari bagaimana sekolah dalam menciptakan merek yang baik sebagai tanda pengenalan dari sekolah tersebut dikalangan masyarakat sekitar. Branding dapat dijadikan sebagai patokan dalam masyarakat untuk menentukan sekolah terbaik untuk anaknya selama

mengampu pendidikan. Kegiatan ini terlihat dari bagaimana masyarakat menilai dan memberikan argumennya mengenai lembaga pendidikan. Dalam hal ini jelas pentingnya pelaksanaan Branding bagi lembaga pendidikan selain untuk digunakan untuk kekuatan dan pembeda dari lembaga pendidikan yang lain agar lebih diminati. Kalau semua lembaga pendidikan sama tidak akan menarik minat masyarakat lagi. Untuk itu, branding yang diharapkan atau diinginkan dalam setiap lembaga pendidikanpun juga berbeda.

Adapun Pelaksanaan Strategi Branding Image Oleh Kepala Sekolah Dalam meningkatkan Daya Saing Di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu yaitu, *Pertama*, Pelaksanaan yang dilakukan yaitu langsung berkunjung ke sekolah-sekolah dengan melakukan sosialisasi dengan tujuan mempromosikan sekolah adalah dengan mendapatkan perhatian dari calon siswa atau orangtua dan calon peserta didik baru dalam rangka mendapatkan perhatian agar di masa mendatang mereka dapat menjadi siswa dan siswi sekolah tersebut atau orangtua siswa merekomendasikan sekolah tersebut kepada anaknya dengan menggratiskan komite perbulan dan uang biaya masuk. Kepala sekolah sangat berperan penting dalam meningkatkan grafik minat siswa agar terus meningkat, dalam bersosialisasi pun beliau ikut turun tangan, seperti yang kita ketahui seorang atasan seperti kepala sekolah sangat jarang ikut bersialisasi ke sekolah-sekolah, beliau sebagai kepala sekolah tidak berdiam diri saja bahkan beliau sebagai pemimpin sangat bertanggung jawab atas tanggung jawabnya dalam hal apapun selalu berusaha agar Madrasah Tsanawiyah selalu ada peningkatan.

Kedua, Kepala sekolah melaksanakan sosialisasi dengan masuk ke setiap kelas VI dengan menyampaikan berbagai tentang Madrasah Tsanawiyah Tungkal ulu dari tata cara masuk daftar ke Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, dan pilihan program ekstrakurikuler sesuai minat dan bakat peserta didik. Pelaksanaan kepala sekolah dalam bersosialisasi hamper dilaksanakan dalam setiap tahun bentuk usaha untuk meningkatkan jumlah grafik minat siswa meningkat, selain berpromosi melalui media sosial dan banner kepala sekolah turun langsung ke lapang dengan melaksanakan sosialisasi ke setiap sekolah-sekolah.

Berdasarkan hasil observasi penulis di lapangan ditemukan bahwa benar kepala sekolah Madrasah Tsanawiyah sangat efektif dalam meningkatkan peminat siswa agar selalu ada peningkatan dalam setiap tahun, selain bersosialisasi untuk mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu, dengan sosialisasi kepala sekolah yang turun langsung ke lapangan akan menciptakan Image sekolah semakin baik dan positif.

Ketiga, Kepala sekolah membuat jadwal kegiatan agar siswa disiplin dan tidak melanggar aturan yang sudah dibuat oleh sekolah Agar kegiatan ekstrakurikuler lebih efektif. Pelaksanaan strategi Branding Image dalam meningkatkan Daya Saing yaitu, kedisiplinan yang paling di prioritaskan terlebih dahulu karena percuma saja suatu sekolah itu baik dalam prestasinya atau Brandingnya sekolahnya populer tapi kedisiplinan dan tata tertibnya kurang, jadi itulah sebabnya keterkaitan kedisiplinan untuk meningkatkan daya saing tersebut.

Keempat, membangun jaringan komunikasi kepada masyarakat kepala sekolah mengadakan perkumpulan bersama masyarakat setempat dengan menyampaikan berbagai tentang Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu dan kelebihan dari mengikuti kegiatan program ekstrakurikuler serta tata cara mendaftarkan anak-anak peserta didik baru ke Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu. Kepala sekolah

sangat bertanggung jawab atas tanggung jawabnya bahkan dalam acara apapun akan di usahakan oleh kepala sekolah agar Madrasah Tsanawiyah selalu ada peningkatan setiap tahun dan peningkatan peminat peserta didik baru semakin meningkat. Kepala sekolah sangat berperan penting baik dalam bersosialisasi dan baik dalam membangun jaringan komunikasi dengan masyarakat, dengan hal tersebut Image Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu semakin baik dan positif karena selain dari Brandingnya prestasi kegiatan ekstrakurikuler, Madrasah Tsanawiyah punya pemimpin yang berjiwa sosialisasi yang tinggi dan tanggung jawab yang sangat besar atas tugasnya.

Kepala sekolah memang melakukan peningkatan kualitas grafik minat siswa agar selalu meningkat dari tahun ke tahun, mulai dari penerimaan siswa dan melalui beberapa seleksi, setiap calon siswa/i madrasah tsanawiyah wajib mengikuti seleksi baca Al-Qur'an terlebih dahulu bagi siswa/i yang kurang lancar baca Al-Qur'an nantinya di rekomendasikan untuk mengikuti program ekstrakurikuler tilawah dengan efektif dalam setiap minggu. Adanya kesediaan dan ketaatan dalam mengikuti segala aturan dan larangan-larangan. Jadi setiap siswa dan siswi Madrasah wajib mengikuti peraturan yang ada di Madrasah Tsanawiyah setiap siswa dan siswi Madrasah ini wajib mempunyai sikap kedisiplinan yang tinggi dengan sadar tanpa tuntutan dari pihak luar.

Mengenai Image positif/negatif Strategi Branding Madrasah Tsanawiyah ini yaitu adanya kegiatan ekstrakurikuler yang sangat mendukung serta pencapaian prestasi yang sudah di raih sangat baik, sehingga menjadikan Brand Madrasah Tsanawiyah ini menjadi populer sehingga anak-anak yang ingin masuk ke Madrasah Tsanawiyah Tungkal tertarik masuk ke Madrasah ini karena banyaknya pilihan pogram ekstrakurikuler salah satunya yaitu Marching Band yang dimana program ini sangat diminati sekali oleh siswa dan siswi baru. Image negatifnya yaitu ada salah satu siswa yang kurang disiplin dalam melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler untuk belajar tahsin dan tilawah, bagi siswa dan siswi Madrasah Tsanawiyah akan di seleksi bagi yang kurang lancar mengajinya akan dilaksanakan kegiatan ekstrakuriler tahsin dan tilawah.

Merencanakan strategi Branding Image perlu adanya kerja sama bersama panitia dan pihak lainnya, karena suatu tujuan tidak akan tercapai tanpa adanya kerja sama untuk meyakinkan orang-orang agar mengusahakan secara tegas tujuan-tujuannya dengan penuh semangat. Salah satu keberhasilan kepemimpinan seorang kepala sekolah di ukur dari yang dia sudah laksanakan dan lakukan untuk sekolah tersebut. Melalui program kepala sekolah sebagai penggerak, pimpinan sekolah harus mampu memiliki mindset tumbuh dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Selain itu harus mampu mendorong para guru dalam menciptakan siswa yang terdidik dan kondusif di sekolah. Agar upaya kepala sekolah dan guru penggerak semakin optimal dalam melaksanakan visi dan misinya sebagai agen perubahan.

SIMPULAN

Perencanaan Strategi *Branding Image* dalam meningkatkan daya saing di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu yaitu, gratisnya uang komite perbulan dan uang masuk tanpa dipungut biaya, bersosialisasi ke sekolah-sekolah, meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler lebih efektif. Pelaksanaan *Branding Image* dalam meningkatkan daya saing di Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu yaitu, kepala sekolah dan kepala yayasan

bersepakat melaksanakan penggratiskan uang komite perbulan dan biaya masuk tanpa di pungut biaya di setiap penerimaan peserta didik baru, melaksanakan sosialisasi tentang Madrasah Tsanawiyah Tungkal Ulu dan pilihan program ekstrakurikuler sesuai minat dan bakat peserta didik.

DAFTAR RUJUKAN

- Afifudin & Ahmad. (2014). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*.
- Agus R, A. H., & Ummah, B. (2019). Strategi image branding universitas nurul jadid di era revolusi industri 4.0. In *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam* (Vol. 12, Issue 1). <https://doi.org/10.36835/tarbiyatuna.v12i1.352>
- Cohen, L., Manion, L., & M. (2017). *Research Method in Education in Research Methods in Education*. London: <https://doi.org/10.4324/9781315456539>.
- J.Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung Alfabeta.
- Leniwati, & Arafat, Y. (2017). Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan Volume 2, No. 2, Juli-Desember 2017. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan*, 2 (2).
- Lestari, R. (2018). *Strategi Madrasah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta didik di MTsN Sungai Jambu Kabupaten Tanah Datar*. Institut Agama Islam Negeri BatuSangkar.
- Maria, P. U. (2020). *Strategi kepala sekolah dalam pengembangan daya saing lembaga pendidikan di uhammadiyah cipete kecamatan cilogok kabupaten banyumas*.
- Muljawan, A. (2019). Model dan Strategi Manajemen Lembaga Islam. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 20(2).
- Nurdyansah, & Toyiba, F. (2018). Pengaruh strategi pembelajaran aktif terhadap hasil belajar Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1).
- Patricia, C. O. S. (2021). *Strategi branding membangun branding image di madrasah ibtida'iyah(MI) yusuf abdussatar kediri lombok barat kediri lombok barat tahun 2021* (Vol. 3, Issue 2). ibtida'iyah (MI) yusuf abdussatar kediri lombok barat kediri lombok barat tahun 2021.
- Wibowo, A. E. (2018). Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo. *Tesis*, 1 of 112.