

Strategi Membangun Brand Image Sekolah Berbasis Pesantren di SMA Syubbanol Wathon Secang Magelang

Riza Zahriyal Falah

Institut Agama Islam Negeri Kudus
rizazahriya@iainkudus.ac.id

Dewi Indriyani

Institut Agama Islam Negeri Kudus
dewiindriyani021@gmail.com

Ichwanul Muchlisin

Institut Agama Islam Negeri Kudus
Ichwanulmuchlisin91@gmail.com

Vicky Ulyahimawati

Institut Agama Islam Negeri Kudus
vickyulyahimawati@gmail.com

Moh. Mafaza Bihadil Haq

Institut Agama Islam Negeri Kudus
mafazaade@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research is to determine the implementation of brand image strategies carried out by SMA Syubbanul Wathon Secang Magelang, its promotional media, and its pesantren-based school management. Competition among educational institutions, especially formal educational institutions, requires constant improvement and enhancement of the institution's quality in order to have a good image among the community and users of graduates/alumni. This research is a field research with a qualitative approach, using data collection techniques including interviews, observations, and documentation. The research subjects are teachers consisting of teachers from SMA Syubbanul Wathon and teachers in the Syubbanul Wathon pesantren where the students reside. The data analysis used includes data reduction, data display/presentation, and data verification. The results of the research show that SMA Syubbanul Wathon has implemented branding strategies by involving alumni, providing school facilities, meeting the needs of educators and students, offering affordable school fees, and providing extracurricular activities that support students' interests and talents. The promotional media used include alumni involvement, socialization, and social media platforms (Instagram, TikTok, Website, and Twitter). The pesantren-based school management implemented at SMA Syubbanul Wathon is carried out collaboratively between SMA teachers and pesantren administrators, including scheduling, alignment of teaching materials and methods, joint supervision and mentoring, and mutually supportive activities.*

Keywords: *School Image, School Management, School Publication Media.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi brand image yang dilakukan oleh SMA Syubbanul Wathon Secang Magelang, media promosinya dan manajemen sekolahnya yang berbasis pesantren. Persaingan antar lembaga Pendidikan, terutama pada lembaga pendidikan formal, membuat lembaga selalu melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas

lembaga, untuk memiliki image yang baik dikalangan masyarakat dan pengguna lulusan/alumni. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah guru yang terdiri dari guru SMA Syubbanul Wathon dan guru di lingkungan pesantren Syubbanul Wathon tempat siswa tinggal. Analisis data yang digunakan berupa reduksi data, display/penyajian data, dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA Syubbanol Wathon sudah menerapkan strategi branding dengan cara menggunakan peran alumni, melengkapi fasilitas sekolah, memenuhi SDM pendidik maupun peserta didik, biaya sekolah yang terjangkau dan adanya kegiatan ekstrakurikuler yang menunjang minat bakat siswa. Media publikasinya menggunakan peran alumni, sosialisasi dan media sosial (Instagram, Tiktok, Website dan Twitter). Manajemen sekolah berbasis pesantren yang dilaksanakan di SMA Syubbanul Wathon dilaksanakan secara kolaboratif antara guru SMA dan pengurus pesantren dengan bentuk penataan jadwal, penyelarasan materi dan metode pembelajaran, pengawasan dan pembinaan secara bersama-sama, dan bentuk kegiatan yang saling menunjang.

Kata kunci: Citra Sekolah, Manajemen Sekolah, Media Publikasi Sekolah.

PENDAHULUAN

Dunia pendidikan sekarang mengalami banyak perubahan yang sangat signifikan, hal tersebut disebabkan oleh pengaruh adanya globalisasi pendidikan seiring dengan berjalannya waktu. Pada era globalisasi ini, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat. Globalisasi melahirkan persaingan yang ketat antar lembaga sekolah untuk selalu mempertahankan eksistensi, kualitas, mutu pendidikan dan terus berinovasi untuk membangun rasa percaya masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut.¹ Menurut Saroni persaingan dalam dunia pendidikan adalah: a) menjadi sekolah yang diminati masyarakat yaitu dengan indikator angka input siswa baru yang meningkat setiap tahun ajaran baru, b) menjadi sekolah dengan kualitas yang unggul dengan indikator berapa presentase siswa yang lulus yang diterima di perguruan tinggi favorit.²

Persaingan antar sekolah terjadi karena orang tua zaman sekarang lebih selektif dalam memilih sekolah atau lembaga pendidikan untuk anaknya, munculnya sekolah-sekolah baru yang memiliki sarana dan prasarana yang mendukung. Hal tersebut mengakibatkan persaingan antar sekolah semakin tinggi dalam mencari siswa baru pada tahun ajaran baru. Untuk mengatasi persaingan antar lembaga pendidikan tersebut, upaya dari pihak sekolah adalah sekolah tetap

¹ Nur Wahid Sugiyanto and Sedy Santosa, 'Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Pesantren', *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 13.1 (2021), 90-115.

² (Mustika, 2020)

mempertahankan eksistensinya dengan menciptakan *brand image* yaitu membangun citra sekolah agar masyarakat percaya sehingga tertarik untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut.³

Membuat *brand image* sendiri merupakan hal yang sangat penting yang dapat dilakukan pada sebuah lembaga Pendidikan. Oleh sebab itu *brand image* menjadi rujukan dalam menentukan pilihan. *Brand image* sendiri dapat diartikan juga sebagai citra yang diberikan konsumen terhadap produsen baik barang maupun jasa. Strategi pemasaran yang akan dijadikan pijakan oleh lembaga pendidikan, tentu harus disesuaikan dengan perkembangan lingkungan.⁴

Selagi membahas tentang strategi agar dapat bersaing juga tidak terlepas dari yang namanya strategi marketing, yang dimana strategi ini dapat bersaing kualitas dalam pemasaran. Strategi marketing juga diperlukan dalam dunia pendidikan, pada zaman sekarang banyak yang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas mutu pendidikan dengan cara menggunakan strategi marketing. Strategi *branding* bagi lembaga pendidikan yakni sekolah bukan hanya sekedar menjual nama dan lokasi sekolah saja, melainkan juga menampilkan suatu identitas agar mudah dikenal dan mudah dibedakan dengan sekolah yang lainnya. Strategi *branding* sekolah menjadi sangat penting bagi sekolah. Sekolah perlu menampilkan proses pelayanan pendidikan melalui atribut kegiatan belajar mengajar yang unik, mutu pembelajaran, prestasi siswa dan mutu lulusan. Adapun untuk menentukan karakter yang ingin ditampilkan dalam strategi manajemen *branding*, sekolah dapat menggunakan 12 persona dasar (*basic archetypes*) yang umum dipakai dalam praktek *branding* atau pemasaran, yaitu mulai dari *caregiver, creator, everyman, explorer, hero, innocent, jester, lover, magician, outlaw, ruler, dan sage*.⁵

Pada penerapan strategi *branding*, diperlukan adanya manajemen sekolah yang baik. Manajemen sekolah adalah proses pengelolaan dan pengaturan berbagai aspek kegiatan sekolah dari mulai sumber daya manusia, keuangan, program akademik, kurikulum, fasilitas dan hubungan kepada siswa, orang tua maupun masyarakat. Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Dalam Bab II Pasal 3 berisi Manajemen sekolah yang baik adalah manajemen sekolah yang bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar

³ (Mustika, 2020)

⁴ Riza Rizkiyah, Istikomah Istikomah, and Nurdyansyah Nurdyansyah, 'Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions', *Proceedings of The ICECRS*, 7 (2020), 1-7 .

⁵ (Karsono et al., 2021)

menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, serta menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab, sehingga membentuk peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa.⁶

Dalam rangka mewujudkan tujuan pendidikan nasional, saat ini banyak sekolah yang menerapkan sekolah berbasis pesantren (SBP). Dahulu, pesantren hanya mengajarkan ilmu-ilmu agama dengan cara mendirikan madrasah diniyah yang bersifat non formal, kini banyak pesantren yang memiliki lembaga pendidikan yang bersifat formal (SD), (MI), (SMP), (MTs), (SMA), (SMK), (MA) sampai Perguruan Tinggi.⁷ Pondok Pesantren Asrama Perguruan Islam (API) Tegalrejo yang didirikan pada 15 September oleh 1944 oleh KH. Chuldori merupakan salah satu pesantren yang menerapkan model pendidikan Sekolah Berbasis Pesantren (SBP). Selain kental dengan sistem salafnya, pesantren ini memiliki sekolah formal yang dikenal dengan yayasan Syubbanol Wathon dari mulai MTs, SMP, SMK, SMA dan MAN yang mewajibkan semua siswanya untuk mondok.⁸

Dari latar belakang penelitian ini, peneliti ingin mengkaji salah satu lembaga pendidikan yang dimiliki pesantren API Tegalrejo Magelang yaitu SMA Syubbanol Wathon, sekolah yang berbasis pesantren yang baru didirikan pada tahun 2013 dengan fokus tema strategi *branding* manajemen sekolah berbasis pesantren yang diterapkan oleh SMA Syubbanol Wathon. SMA Syubbanol Wathon merupakan sekolah berbasis pesantren salaf yang cukup memiliki daya saing berupa prestasi siswa. Sebagaimana diposting dalam akun media sosial Instagram (, siswa SMA Syubbanul Wathon memiliki prestasi di bidang ekstrakurikuler Pramuka, *skill* bahasa untuk *public speaking* baik bahasa Indonesia maupun asing, dan music. Meskipun berbasis pesantren, alumni SMA Syubbanul Wathon cukup banyak yang diterima di perguruan tinggi melalui jalur SNMPTN (Seleksai Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri) dan UTBK SBMPTN (Ujian Tulis Berbasis Komputer Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri). Sehingga peserta didik SMA

⁶ (Pohan, 2018)

⁷ (Sugiyanto & Santosa, 2021)

⁸ Rozi, "Pesantren Asrama (API) Tegalrejo, Magelang," *Sabtu, 27 Januari 2023*, <https://www.laduni.id/post/read/1757/pesantren-asrama-perguruan-islam-api-tegalrejo-magelang>.

Syubbanul Wathon secara akademik memiliki pengalaman kognitif yang cukup memadai, selain pengetahuan agama yang mumpuni karena berbasis pesantren⁹.

METODE

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Alasan peneliti memilih metode ini adalah berangkat dari asumsi filosofis dasar bahwa penelitian kualitatif berusaha membangun makna tentang suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari partisipan. Hal ini berarti mengidentifikasi suatu komunitas culture-sharing, lalu meneliti bagaimana komunitas tersebut mengembangkan pola-pola perilaku yang berbeda dalam satu waktu. Metode pengumpulan data yang tepat dalam penelitian ini adalah dengan mengobservasi perilaku partisipan dengan cara mengamati, bertanya jawab, dan mendokumentasi. Adapun subyek dalam penelitian ini adalah pendidik dan peserta didik SMA Syubbanul Wathon dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan sumber. Sedangkan analisis data menggunakan teknik reduksi, display/penyajian, dan verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Branding SMA Syubbanul Wathon

Positioning

Positioning atau disebut juga dengan posisi penetapan yakni suatu tindakan dalam merancang kegiatan pemasaran yang dimana memiliki peran yang sangat penting. Strategi *positioning* salah satu faktor utama dalam suatu brand tertentu. Untuk melakukan *positioning* atau posisi penetapan yakni dengan cara memikirkan secara matang seperti halnya dengan dalam brand yang akan dipasarkan pada suatu lembaga pendidikan. Untuk membangun *positioning* yang tepat menurut Hermawan Kertajaya yakni: Tindakan menyusun strategi dalam pemasaran menjelaskan lembaga pendidikan yang terkait agar semua orang tertarik pada produk yang ditawarkan, *Positioning* harus memiliki keunggulan dan bersifat unik agar tidak mudah untuk ditiru. (Susetyarsi, 2011)

⁹ (SMA Syubbanul Wathon, 2023)

Adapun bentuk *positioning* utama di SMA Syubannul Wathon adalah memposisikan diri sebagai sekolah formal yang berbasis pesantren. Semua siswanya diwajibkan untuk tinggal di pondok pesantren atau sering dikenal dengan *boarding school*. Secara posisi, sekolah yang menerapkan program *boarding school* memiliki keunggulan yang tidak dimiliki sekolah-sekolah non *boarding school* pada umumnya. Walaupun banyak madrasah yang menerapkan sistem ini, tetapi untuk lembaga pendidikan berupa sekolah, masih bisa dikatakan sedikit. *Positioning* berupa sekolah berbasis pesantren yang dilakukan SMA Syubbanul wathon mendukung tercapainya capaian pembelajaran berupa peserta didik yang berkarakter sains yang unggul dalam prestasi ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni (IPTEKS) yang berpijak pada keteguhan iman dan akhlakul karimah. Perpaduan sekolah yang menanamkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, dengan pesantren yang menanamkan nilai-nilai islami dan akhlak secara langsung juga mendukung capaian pembelajaran kurikulum merdeka berupa profil pelajar Pancasila dan profil pelajar *rahmatan lil 'alamin*.

Differentiation

Suatu lembaga akan melakukan deferensiasi kepada lembaga apabila sudah berhasil menampilkan sesuatu yang unik. Diferensiasi merupakan merancang suatu kegiatan dengan membedakan dengan lembaga lainnya. Strategi diferensiasai yaitu metode yang dapat dilaksanakan dalam menciptakan hal yang baru agar dapat bersaing dengan jangka waktu yang panjang dan bersaing secara efektif.

Strategi deferensiasi dikatakan sukses apabila berani tampil berbeda dari yang lainnya, memiliki ciri khas dan dapat ulasan dari suatu masyarakat. Agar dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing salah satu caranya dengan menggunakan strategi deferensiasi dan dapat menanamkan nilai hasil kerja dalam lembaga tersebut. Strategi deferensiasi ini dilakukan agar dapat mampu bersaing dalam meningkatkan keunggulan. (Nuroni, 2017)

Adapun bentuk *diferentiation* di SMA Syubbaul Wathon yakni memiliki deffirensi yang jarang dipunyai oleh lembaga sekolah formal lain yaitu salah satunya memiliki basis pesantren yang mewajibkan semua siswanya harus mondok di Pondok Asrama Perguruan Islam (API) Tegalrejo Magelang yang merupakan induk dari SMA Syubbanul Wathon. Pondok pesantren API sendiri merupakan pondok pesantren yang pada awalnya tidak memiliki fokus pada lembaga pendidikan formal, namun bisa dibilang sudah cukup tua dengan jumlah alumni mencapai ratusan

ribu dan dikenal sebagai pondok yang berfokus pada pembinaan spiritual melalui *mujahadah* dan *tirakat* yang kesannya jauh dari suasana pembelajaran pendidikan formal hari ini. Disini terlihat perpaduan antara lembaga sekolah formal dengan kurikulum formalnya dan lembaga pendidikan pondok pesantren yang berfokus pada penanaman spiritual. Lembaga pendidikan dengan bentuk perpaduan seperti di SMA Syubbanul Wathon masih jarang ditemukan. Jadi, siswa tidak hanya belajar tentang ilmu-ilmu sains tetapi juga mendalami latihan dan pembinaan spiritual di pesantren melalui latihan berupa *mujahadah* serta *tirakat*. Walaupun berbasis pesantren, SMA Syubbanul Wathon menggunakan perpaduan antara kurikulum 2013 dengan kurikulum merdeka belajar yang sesuai dengan aturan kemendikbud dalam proses pembelajarannya. Dalam proses pembelajarannya SMA Syubbanul juga menanamkan pendidikan karakter kepada siswa melalui program unggulannya yaitu melalui kegiatan ekstrakurikuler dan program khusus dengan memfasilitasi siswa untuk masuk ke perguruan tinggi yang diminatinya.

Brand Service Process

Brand service process yakni pengembangan strategi marketing yang dilaksanakan agar dapat memaksimalkan suatu proses pemasaran yang berkualitas. Pada kegiatan *Brand Service Process* ini tentu saja dilakukan dan dipikirkan secara matang dan ada tim khusus guna mengawasi pada setiap program-program yang berjalan dan agar dapat memperkuat brand image pada lembaga tersebut. Untuk melaksanakan kegiatan pada *brand service process*. Keunggulan dalam suatu lembaga dapat dilihat dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh lembaga tersebut. (Cahyani et al., 2022) Adapun Strategi branding dari *brand service process* di SMA Syubannul Wathon yakni penempelan pamflet yang berisi tentang visi misi sekolah, penempatan piala hasil prestasi peserta didik di SMA Syubannul Wathon dipintu masuk sekolah SMA Syubannul Wathon tersebut, ada juga kegiatan-kegiatan keagamaan seperti memperingati hari besar Islam, Ibadah Qurban dan lain sebagainya. Dapat juga melalui kesenian seperti mengadakan petas seni untuk mempromosikan sekolah atau menyalurkan pada peserta didik selain itu dilembaga Syubannul Wathon ini memiliki rumah sakit umum yang dimana rumah sakit ini tidak hanya untuk santrinya saja akan tetapi masyarakat umum juga dapat memanfaatkan layanan kesehatan yang tersedia.

Manajemen Publikasi

Pemanfaatan Alumni

Peran alumni sangat penting dalam meningkatkan mutu sekolah dan daya tarik masyarakat umum. Alumni merupakan menjadi tolak ukur kesuksesan dalam sebuah lembaga pendidikan yang berada disekolah.(Said et al., 2011) Alumni menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yakni orang-orang yang telah menyelesaikan pendidikan atau tamat dari suatu sekolah atau perguruan tinggi. Sekolah harus memfasilitasi wadah bagi para alumni yang disebut dengan ikatan alumni agar sekolah mendapatkan banyak kontribusi maupun informasi mengenai alumni. Masyarakat menganggap bahwa sebuah sekolah berkualitas adalah sekolah yang para alumninya berhasil dalam menjalankan perannya di dunia kerja maupun didunia pendidikan sesuai dengan kemampuannya.¹⁰

Adanya alumni dapat menjadikan keberhasilan pada salah satu lembaga pendidikan dalam menjadikan lulusan yang berkualitas dan berdaya saing yang tinggi. Apabila alumni sudah sukses dalam dunia pekerjaannya dan memiliki kompetensi yang dimilikinya berarti suatu lembaga pendidikan menjadi lembaga yang berkualitas dan bermutu. Oleh sebab itu alumni memegang peran penting dalam memberikan masukan terhadap suatu lembaga pendidikan. Mengenai Pemanfaatan dari alumni SMA Syubannul Wathon dari masing-masing alumni dan dari berbagai wilayah tentu saja sebagai seorang alumni mestinya memperdulikan dan memikirkan bagaimana sekolah yang dulu dibuat belajar dan menyelesaikan pendidikannya lebih maju dari sebelumnya, maka dari itu seorang alumni ikut andil dengan cara memperkenalkan sekolahnya yang dulu ditempatinya di wilayah masing-masing bisa juga kepada keluarga, kerabat, teman, tetangga dan lain sebagainya, terlebih-lebih dari pelosok desa dan banyak anak berkeinginan untuk melanjutkan sekolahnya. (Rosiana, Komaruddin, 2022)

Sebelum melakukan pemasaran dalam mempromosikan sekolah pendidik juga harus memiliki strategi dalam menjalankan pemasaran pendidikan kepada masyarakat dengan cara memperkenalkan sekolah sehingga masyarakat mengerti apa yang ditawarkan, penyelenggara pendidik mempunyai beberapa strategi dalam memperkenalkan sekolah yang sering didapati dikalangan masyarakat yaitu memperkenalkan sekolah melalui media sosial, sosial masyarakat, pemampatan para alumni, dan tokoh agama yang paling ampuh dalam strategi memperkenalkan sekolah.

Pondok pesantren Asrama Perguruan Islam (API) Tegalrejo sebagai induk dari Yayasan Syubbanul Wathon dimana SMA Syubbanul Wathon berada, merupakan pondok pesantren yang

¹⁰ (Ponorogo, 2021)

telah meluluskan alumni-alumni yang kiprahnya tidak hanya ditingkat lokal dan nasional saja, namun juga internasional. Salah satunya mantan presiden ke-4 bangsa Indonesia KH. Abdurrahman Wahid yang sering dikenal dengan sebutan Gus Dur, merupakan alumni pondok pesantren API Tegalrejo semasa kepemimpinan KH. Chudlori.¹¹ Hal itu mengakibatkan Syubbanol Wathon sebagai yayasan yang membawahi pendidikan formal cukup dikenal dan diminati orang tua untuk menyekolahkan anaknya khususnya di SMA Syubbanol Wathon. Peranan alumni berdasarkan kualitas dan kuantitas sangat berpengaruh dalam pembuatan brand image maupun dalam publikasi SMA Syubbanol Wathon.

Publikasi Brosur

Brosur ialah suatu alat promosi berbentuk media cetak yang sering digunakan dalam promosi barang maupun jasa berbentuk kertas yang didesain semenarik mungkin yang didalamnya memuat sejumlah informasi dan penawaran secara singkat tentang sebuah organisasi.¹²

Brosur sangat berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah baru yang diminati.¹³ SMA Syubbanol Wathon telah menggunakan brosur sebagai media publikasi dengan mendesain brosur semenarik mungkin agar dapat menarik daya minat peserta didik. Dalam brosur tersebut berisi mengenai informasi penerimaan santri baru khususnya di SMA Syubbanol Wathon terkait program unggulan, ekstrakurikuler, akreditasi dan juga syarat pendaftaran sekolahan tersebut.¹⁴ Kegiatan penyebaran brosur yang dilakukan oleh pihak sekolah SMA Syubbanol Wathon dilakukan dengan dua cara yaitu offline dan online. Secara offline dilakukan dengan cara menyebarkan ke sekolah-sekolah seperti SMP/MTs yang masih satu yayasan dengan Syubbanol Wathon maupun sekolah lain. Sedangkan secara online SMA Syubbanol Wathon mempromosikan sekolahnya dengan mengunggah di beberapa akun media sosial milik SMA Syubbanol Wathon seperti Instagram, Tiktok, Twitter dan Website. Hal ini bertujuan agar para siswa mengenali dan tertarik untuk mendaftar di SMA Syubbanol Wathon.

Pemanfaatan brosur sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah peserta didik, hal ini dibuktikan dengan jumlah presentasi peserta didik yang meningkat pada tahun ajaran baru

¹¹ (kompasiana, n.d.)

¹² (Setiawan & Husna, n.d.)

¹³ (Usup et al., 2023)

¹⁴ (S. Wathon, n.d.-a)

2023/2024 kemarin, dan banyaknya minat peserta didik untuk mendaftar di SMA Syubbanol Wathon sekolah yang berbasis pesantren.¹⁵

Optimalisasi Konten Media Sosial

Dalam era globalisasi saat ini, media sosial di suatu lembaga pendidikan sangat dibutuhkan sebagai sarana penyampaian informasi sekolah kepada khalayak umum seperti kegiatan sekolah, prestasi sekolah maupun jadwal penerimaan peserta didik baru. Media sosial tersebut dibuat untuk memenuhi kebutuhan lembaga pendidikan, karena banyak orang tua sekarang lebih memilih menggunakan media sosial dalam mendapatkan informasi terkait sekolah anaknya daripada datang ke sekolah langsung. Dalam pengelolaan media sosial, biasanya dikelola oleh bagian tim humas yang bertugas mempublikasikan informasi terkait kegiatan sekolah maupun prestasi dan menjalin hubungan baik dengan warga sekitar.¹⁶ SMA Syubbanol Wathon menggunakan beberapa media sosial sebagai sarana publikasi meliputi:

a. Instagram

Dalam akun instagram SMA Syubbanol Wathon yang bernama “smasw.tegalrejo” ini membuktikan bahwa SMA Syubbanol Wathon sudah mempunyai akun Instagram dalam manajemen publikasinya. Instagram ini berisi terkait kegiatan yang dilakukan peserta didik, pengumuman terkait kegiatan sekolah dan pamflet yang berisi peringatan hari besar yang dibuat oleh SMA Syubbanol Wathon.¹⁷

b. Youtube

Media sosial Youtube dalam akun chanel youtube yang dimiliki SMA Syubbanol Wathon bernama “SMA Syubbanol Wathon” yang memiliki 638 subscriber dan terdapat 4 vidio unggahan digunakan untuk sarana mempublikasikan kegiatan yang dilakukan peserta didik.¹⁸

c. Tiktok

Selain menggunakan media youtube, SMA Syubbanol Wathon menggunakan akun tiktok yang bernama “@syubbanolwathon” yang digunakan dalam pembuatan konten video terkait

¹⁵ (Dapodikbud., n.d.)

¹⁶ (Media et al., 2022)

¹⁷ (SMA Syubbanol Wathon, n.d.)

¹⁸ (SMA Syubbanul Wathon, n.d.-b)

kegiatan-kegiatan yang dilakukan santri, alur pendaftaran maupun video pembelajaran yang bisa diakses oleh khalayak umum sebagai media publikasi.¹⁹

d. Website

Selain media sosial Instagram, Youtube, dan Tiktok, SMA Syubbanol Wathon juga mempunyai laman website yang bernama www.syubbanolwathon.or.id. Di dalam website ini berisi banyak informasi yang dibutuhkan oleh siswa mengenai informasi pendaftaran, brosur penerimaan santri baru dan hasil penerimaan santri baru. Dalam website ini juga terdapat sejarah berdirinya yayasan Syubbanol Wathon, visi-misi, dan kontak layanan yang dibutuhkan peserta didik.²⁰

Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi merupakan kegiatan yang biasanya dilakukan oleh pihak lembaga pendidikan dalam menawarkan dan mempromosikan jasa pendidikan (sekolah) kepada peserta didik, wali murid maupun masyarakat agar tertarik untuk daftar pada sekolah yang disosialisasikan tersebut.²¹ Berdasarkan hasil penelitian, SMA Syubbanol Wathon dalam publikasinya sudah melakukan sosialisasi di SMP/MTs yang masih satu yayasan dengan Syubbanol Wathon maupun sekolah umum lain. Dengan memperkenalkan dan menawarkan kualitas sekolah, fasilitas, biaya, keunggulan, prestasi yang dimiliki sekolah, ekstrakurikuler, visi-misi dan kelengkapan sarana dan prasarana. Keunggulan SMA Syubbanol Wathon yang sangat ditawarkan dalam program sosialisasi yaitu program sekolah formal berbasis pesantren yang mewajibkan semua siswanya harus mondok di Pesantren API Tegalrejo. Hal tersebut mengakibatkan banyak orang tua murid maupun siswa yang masuk sekolah tersebut, karena jarang ada sekolah formal yang memiliki kurikulum berbasis pesantren seperti SMA Syubbanol Wathon.

Selain dengan datang ke sekolah, pihak yayasan melakukan sosialisasi dengan MTS/SMP Syubbanol Wathon yang masih satu yayasan dengan cara mempromosikan saat ada pertemuan wali murid, pembagian raport, acara hafiah dan acara yang melibatkan wali murid maupun peserta didik. Tujuan diadakannya kegiatan strategi publikasi berbentuk sosialisasi yaitu agar orang tua maupun peserta didik tertarik untuk mendaftar ke sekolah SMA Syubbanol Wathon. Strategi tersebut dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dari SMA Syubbanol Wathon karena mengingat persaingan antar lembaga pendidikan sangat tinggi.

¹⁹ (S. Wathon, n.d.-b)

²⁰ (SMA Syubbanul Wathon, n.d.-a)

²¹ (Bilqis & Rivo, 2016)

Manajemen Kelembagaan

Menurut Hamanik, Pengertian manajemen kelembagaan yakni suatu proses pengelolaan sumberdaya pendidikan dengan memadukan beberapa unsur baik personal maupun material secara sistematis dalam lembaga pendidikan agar dikembangkan untuk mencapai tujuan dari lembaga pendidikan itu secara efektif dan efisien²².

Sekolah Berbasis Pesantren

Manajemen pendidikan ialah penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam mengelola pendidikan agar efektif dan efisien sehingga output dari organisasi pendidikan mempunyai mutu yang tinggi. Manajemen pendidikan sebagai seluruh proses kegiatan bersama dalam bidang pendidikan dengan memanfaatkan semua fasilitas yang ada baik personal, material maupun spiritual untuk mencapai tujuan pendidikan.

Akan tetapi, di SMA Syubanul Wathon menggunakan pengelolaan berbasis pesantren dengan maksud memadukan sumber-sumber pendidikan pesantren yang melibatkan sumber daya manusia dan non manusia. Di SMA Syubanul Wathon dalam pengelolaan terkait dengan jam pembelajaran aktif di mulai dari jam 07.00 – 12.00 WIB untuk santri putra, dan untuk santri putri dari jam 12.00-17.00 WIB. Dari pihak sekolah hanya membatasi waktu kegiatan pembelajaran selama 5 jam secara bergantian dikarenakan peserta didik wajib mengikuti pembelajaran dipesantren.

Dalam pengelolaan kurikulum di SMA Syubanul Wathon menggunakan 2 kurikulum yakni kurikulum 2013 dan kurikulum Merdeka walaupun menggunakan pengelolaan sekolah berbasis pesantren, akan tetapi masih mengikuti arahan kurikulum dari Kemendikbud.²³ SMA Syubanul Wathon merupakan salah satu lembaga formal yang merupakan pengembangan dari pondok pesantren API Tegalrejo yang memiliki sistem pendidikan *salaf*. Pondok Pesantren Asrama Perguruan Islam (API) Tegalrejo didirikan pada tanggal 15 September 1944 oleh KH. Chudlori yang merupakan menantu dari KH. Dalhar (KH. Nahrowi). Dengan didirikannya pondok pesantren tersebut diharapkan mampu dan mau menjadi guru yang mengajarkan dan mengembangkan syariat-syariat Islam. Awal berdirinya pondok pesantren ini hanya memiliki delapan orang santri, akan tetapi tiga tahun kemudian santri mencapai sekitar 100-an. Pada tahun 1977 jumlah santri mencapai

²² (Abdurrohman et al., 2017)

²³ (Zamrodah, 2016)

sekitar 1500-an. Jumlah santri pada tahun 2014 kurang lebih mencapai sekitar 5.000 santri yang dimana santri tersebut dari berbagai daerah di seluruh Indonesia. Pada saat ini telah didirikan SMP & SMK Syubbanul Wathon yang dibawah naungan Yayasan Syubbanul Wathon.

SMP dan SMK Syubbanul Wathon Tegalrejo merupakan salah satu dari 151 sekolah di Indonesia yang menjadi v Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan dan Kementrian Agama RI sebagai Sekolah Berbasis Pesantren (SBP). Adapun pendidikan yang dibawah naungan syubbanul wathon ini ada pendidikan formal dan non formal, dari pendidikan formal yakni SMP, SMA, dan SMK Syubbanul Wathon yang bergerak dibidang IT (Informasi Teknologi) sedangkan pendidikan yang non formal bentuk pendidikannya ada berupa madrasah yang terdiri dari 7 kelas. Kurikulum yang dipakai di kelas 1 sampai kelas terakhir secara berjenjang mempelajari khusus ilmu agama, baik itu fikih, aqidah, akhlaq, tasawuf dan ilmu alat (nahwu dan sharaf).

Fasilitas Sekolah

Fasilitas sekolah merupakan sarana dan prasarana pembelajaran agar dapat memudahkan dan memperlancar kegiatan dalam proses belajar mengajar. Dalam kegiatan proses belajar mengajar di sekolah, fasilitas salah satu bagian yang sangat penting sebab jika tidak ada fasilitas yang menyediakan maka akan sangat sulit bagi peserta didik untuk melakukan proses kegiatan belajar. Adapun Prasarana pembelajaran yaitu meliputi gedung sekolah, ruang kelas, lapangan olahraga, ruang ibadah, ruang kesenian dan peralatan olah raga. Selain prasarana juga ada Sarana pembelajaran yaitu meliputi buku pelajaran, buku paket, buku bacaan, alat dan fasilitas laboratorium sekolah dan berbagai media pembelajaran yang lainnya.

Adapun fasilitas yang disediakan di SMA Syubannul Wathon yaitu mempunyai program pengembangan guru yang dimana agar guru dapat terus meningkatkan kemampuan dalam mengajar. di SMA Syubannul Wathon ini semua pendidik memiliki kualifikasi akademik yang baik yakni sudah mengikuti berbagai pelatihan, seperti workshop yang dimana agar dapat meningkatkan kompetensi pada proses mengajar. SMA Syubannul Wathon juga dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan modern dan di SMA Syubannul Wathon ini juga memiliki ruang kelas yang nyaman dan dilengkapi dengan peralatan pembelajaran yang sangat canggih seperti, proyektor dan komputer. Bukan hanya itu saja, SMA Syubannul Wathon juga mempunyai ruang kelas, laboratorium fisika, laboratorium sains, laboratorium komputer, perpustakaan, lapangan olahraga, santiasi guru, santiasi siswa dan ruang seni.

SMA Syubannul Wathon juga mempunyai berbagai program unggulan yang dimana program unggulan ini dapat meningkatkan prestasi peserta didik. Salah satu dari program unggulan yang ditawarkan oleh SMA Syubannul Wathon ini adalah program akademik yang komprehensif, yang dimana mencakup berbagai mata pelajaran dan disesuaikan dengan kebutuhan peserta didiknya. Selain itu di SMA Syubannul Wathon juga menyediakan listrik agar dapat membantu kegiatan proses belajar mengajar. Sumber listrik yang digunakan oleh SMA Syubannul wathon berasal dari PLN. SMA Syubannul wathon ini juga menyediakan akses internet yang bisa dipakai untuk mendukung kegiatan proses belajar mengajar agar menjadi lebih mudah. Bukan hanya itu saja provider yang digunakan pada SMA Syubannul Wathon ini untuk sambungan akses internetnya yaitu Indosat IM3.²⁴

Sumber Daya Manusia

Sekolah tentu saja memiliki sumber daya manusia yang bisa dimanfaatkan untuk mencapai suatu tujuan pendidikan. Adapun sumber daya manusia pada sekolahan mulai dari kepala sekolah, tenaga pendidik, Staf TU, Peserta didik dan masyarakat yang memiliki kepedulian terhadap sekolah. Agar dapat menghasilkan lembaga pendidikan yang berkualitas maka perlu pendidik yang berkualitas juga. Untuk mencapai sekolah yang unggul dan berkualitas bukanlah hal yang sangat mudah dan juga membutuhkan persiapan, usaha dan rencana yang matang juga yang dapat dimulai dari sistem pengelolaan manajemen, bahan ajar bahkan kualitas serta kompetensi yang dimiliki oleh SDM.

Salah satu keunggulan dari SMA Syubannul Wathon adalah tenaga pendidik yang berkualitas dan berpengalaman semua pendidik juga memiliki kualifikasi akademik yang baik yakni sudah mengikuti berbagai pelatihan, seperti halnya dengan workshop yang dimana agar dapat meningkatkan kompetensi pada proses mengajar dalam proses kegiatan pembelajaran. Bukan hanya pendidiknya saja yang berkualitas peserta didiknya pun juga mempunyai segudang prestasi diantaranya ada Juara 1 lomba bahasa Inggris tingkat SMA/SMK Se Kabupaten Magelang, Juara 2 Lomba Bahasa Inggris tingkat SMA/SMK Se Kabupaten Magelang dan lain sebagainya. Oleh sebab itu SMA Syubannul Wathon ini terdaftar SMA terbaik dikabupaten Magelang berdasarkan

²⁴ "Fasilitas sekolah" Syubannul Wathon, diakses pada 9 Agustus 2023, <https://www.syubbanulwathon.or.id/psb-2022-registrasi/>

rata- rata nilai bahasa Indonesia: 83,88. Bahasa Inggris: 67,23, Matematika: 58,23, Fisika: 58,50, Kimia : 62,95, Biologi: 70,30. Jadi, nilai rata- rata : 68,84.²⁵

Biaya Sekolah

Menurut Dadang Suhardan, biaya secara bahasa artinya pengeluaran yang dapat berupa uang atau bentuk moneter yang lainnya. Adapun pengertian Pembiayaan pendidikan menurut salah satu ahli yang dikemukakan oleh Nanang Fattah yang mendefinisikan biaya dalam pendidikan yaitu dapat meliputi biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Seperti halnya biaya langsung meliputi biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan proses kegiatan pembelajaran seperti membeli perlengkapan alat pembelajaran, penyediaan sarana pembelajaran, biaya transportasi dan gaji guru. Sementara itu biaya tidak langsung berupa biaya pengeluaran selama proses pembelajaran. Contohnya, uang jajan siswa, pembelian peralatan sekolah (pulpen, buku tulis, tas dan lain sebagainya).

SMA Syubannul Wathon ini merupakan salah satu sekolah menengah atas yang bertempat di Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang. Disini peneliti akan menulis tentang pembiayaan pendidikan yang ada di SMA Syubannul Wathon. Untuk biaya pendaftaran masuknya Rp. 200.000 Sedangkan biaya pendidikan yang ada di SMA Syubannul Wathon pada Kelas X : Rp. 9.500.000. Adapun rician pembayarannya yaitu :

- a. Seragam SMA, Meliputi baju olahraga, seragam santri (dari pondok sudah langsung jadi)
- b. Baju OSIS, baju pramuka dan baju yayasan (dijahit sendiri sesuai desain yang sudah terlampir atau diberikan)
- c. MORSA (Masa Orientasi Santri)
- d. Kesehatan dengan fasilitas periksa dokter Klinik SW & RSUD SW (Bagi santri yang sudah mempunyai kartu BPJS/KIS wajib dibawa ke Pesantren).
- e. Dana Kegiatan Kepesantrenan
- f. Dana Kegiatan Sekolah
- g. Dana Pengembangan Pesantren & Sekolah
- h. Buku, Modul, Kitab dan Al-Qur'an
- i. Kelengkapan Asrama / Pribadi

²⁵ "SDM" Syubannul Wathon diakses pada 11 Agustus 2023, <https://cilacap.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-2396596807/sma-unggulan>

- j. Syahriyah
- k. Dana Praktik
- l. Dana Perawatan
- m. Ujian Tengah Semester dan Semester
- n. Kartu Identitas Santri

Selain itu juga ada biaya perbulan pada lembaga pendidikan Syubannul Wathon yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya Syahriyah perbulan Rp. 500.000 putra dan putri (Sudah termasuk SPP Sekolah dan pesantren, Makan 3 kali sehari dan fasilitas laundry seragam).
- b. Biaya diatas merupakan belum termasuk uang saku harian bagi santri.
- c. Sekolah maupun pondok tidak memungut biaya apapun selama setahun kecuali biaya syahriyah. Apabila ada pembiayaan tambahan maka akan ada surat pemberitahuan yang akan diedarkan.

Program Unggulan

- a. Program Khusus

SMA Syubbanul Wathon memfasilitasi para siswanya dengan beberapa program khusus seperti mewajibkan siswanya untuk mondok atau sering dikenal dengan *Boarding School*. Kemudian SMA Syubbanol Wathon juga memfasilitasi para siswanya dengan beberapa program bimbingan seleksi masuk ke perguruan tinggi. Upaya itu dilakukan agar para siswa mudah untuk masuk ke perguruan tinggi negeri maupun swasta yang diminatinya melalui program SNMPTN, SPANPTKIN, UMPTN dan UMPTKIN.

- b. Program Pengembangan Karakter

Dalam upaya pengembangan karakter untuk siswa, SMA Syubbanul Wathon mengadakan pengembangan karakter yang berkelanjutan, seperti kegiatan ekstrakurikuler untuk mengetahui minat bakat dari siswa, kegiatan sosial, dan pengembangan kepemimpinan siswa melalui seminar yang dilakukan oleh pihak sekolah. Pembentukan karakter yang dikedepankan di SMA Syubbanol Wathon adalah Positif Thinking. Dengan adanya program pengembangan karakter yang komprehensif, diharapkan siswa SMA Syubbanul Wathon dapat

menjadi individu yang memiliki integritas, kepribadian yang baik, serta keterampilan sosial yang tinggi.²⁶

c. Kegiatan Ekstrakurikuler

Kegiatan ekstrakurikuler merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peserta didik setelah pulang sekolah, waktu libur atau di luar jam pembelajaran, yang dimana ekstrakurikuler ini di bawah bimbingan dan pengawasan oleh satuan pendidikan yang bertujuan untuk mengembangkan potensi, bakat, minat, kemampuan, kepribadian, kerjasama, dan kemandirian oleh peserta didik.

Dengan adanya dari kegiatan ekstrakurikuler ini juga terdapat tujuan dari pelaksanaan kegiatan antara lain yaitu kegiatan ekstrakurikuler dapat meningkatkan kemampuan mempunyai kecerdasan kognitif, afektif, maupun psikomotorik, dapat mengembangkan bakat dan minat peserta didik dan lain sebagainya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ekstrakurikuler merupakan kegiatan yang dilaksanakan diluar jam pembelajaran. Kegiatan ekstrakurikuler ini bertujuan untuk memperdalam dan memperkaya pengetahuan peserta didik, mengenal hubungan antara berbagai materi pelajaran, memberikan keleluasaan kepada peserta didik untuk memilih kegiatan sesuai dengan bakat dan minatnya, memperkaya dan memperluas diri yaitu dengan memperluas wawasan pengetahuan dan mendorong pembinaan sikap atau nilai-nilai positif.

Adapun Kegiatan Ekstrakurikuler di Syubannul Wathon diantara lain yaitu Pramuka, Karya Ilmiah Remaja, Jurnalistik, Desain grafis, Pencak silat, Solo Vocal, Paduan Suara, *Marching Band* dan IPNU IPPNU. Dari beberapa ekstrakurikuler tersebut yang paling menarik menurut penulis yaitu kegiatan ekstrakurikuler desain grafis yang dimana ekstrakurikuler tersebut belum banyak ada disekolah lain. Seiring dengan perkembangannya zaman dan perkembangan dunia digital peserta didik perlu dibekali dengan adanya kegiatan yang bersangkutan paut dengan trend dan kemajuan ilmu di bidang teknologi salah satunya yaitu desain grafis. Ekstrakurikuler desain grafis ini sesuai dengan minat anak muda kekinian, yang dimana ekskul ini diharapkan bisa menjadi wadah untuk peserta didik dalam berkreasi sesuai bakat yang digemarinya.

KESIMPULAN

²⁶ Arif Fudin, Wawancara oleh penulis ,14 Juni 2023, n.d.

SMA Syubbanul Wathon berhasil menerapkan strategi branding yang efektif untuk memposisikan diri sebagai sekolah formal berbasis prinsip pesantren. Dengan menekankan keunggulan sekolah berasrama dan integrasi pendidikan formal dan spiritual, lembaga ini membedakan dirinya melalui kombinasi langka antara pendidikan formal dan yayasan pesantren. Strategi ini, ditambah dengan aktivitas pemasaran yang berkualitas seperti distribusi pamflet, menampilkan piala prestasi, acara keagamaan, dan karya seni, memperkuat citra merek sekolah dan keunggulan kompetitif.

Keterlibatan aktif alumni berperan penting dalam meningkatkan mutu sekolah dan daya tarik masyarakat. Alumni menjadi tolok ukur keberhasilan institusi, menyumbangkan wawasan dan informasi berharga. SMA Syubbanul Wathon secara efektif memfasilitasi keterlibatan alumni, mengakui prestasi mereka sebagai indikator kualitas sekolah. Memanfaatkan berbagai saluran promosi, termasuk brosur menarik secara visual yang didistribusikan baik online maupun offline, serta memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Youtube, Tiktok, dan situs web khusus, sekolah berhasil menjangkau khalayak yang lebih luas, membina hubungan positif dengan komunitas dan pertemuan. kebutuhan informasi orang tua. Melalui inisiatif-inisiatif ini, SMA Syubbanul Wathon secara efektif mempromosikan layanan pendidikannya dan mempertahankan kehadirannya di tengah persaingan yang ketat di sektor pendidikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurrohman, Susilo, & Labulan. (2017). *MANAJEMEN KELEMBAGAAN DAN AKADEMIK LEMBAGA PENDIDIKAN MA ' ARIF NAHDLATUL ULAMA KOTA SAMARINDA KALIMANTAN TIMUR*. 2(3).
- ABIDIN, A. M. (2019). Penerapan Pendidikan Karakter Pada Kegiatan Ekstrakurikuler Melalui Metode Pembiasaan. *DIDAKTIKA: Jurnal Kependidikan*, 12(2), 183–196. <https://doi.org/10.30863/didaktika.v12i2.185>
- Bilqis, A., & Rivo, N. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Sma Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(1), 1–8.
- Budiarti, Erna, Dian Anggreini, Deni Agus Panca Susanti, Yunita Damayanti, and Yunita Yunita. “Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Indonesia.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 5 (2023): 3568–76. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>.

- Cahyani, K. S. D., Muljani, N., & Lukito, R. S. H. (2022). Pengaruh Brand Image, Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 78–89. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3884>
- Dapodikbud., T. (n.d.). *Sekolah Kita SMA Syubbanol Wathon*.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. New York: SAGE Publication, 2014.
- Eni. (1967). PENGARUH FASILITAS SEKOLAH TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA DI SMK NEGERI 1 PENDOPO PAL. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(Mi), 5–24.
- Fudin, A. (n.d.). *Wawancara, 14 Juni 2023*.
- Hermawan, R. (2010). Pengembangan Sumber Daya Sekolah. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 12, 1–17.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Katarina Shinta Dwi Cahyani, Ninuk Muljani, and Robertus Sigit Haribowo Lukito. “Pengaruh Brand Image, Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA* 11, no. 1 (2022): 78–89. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3884>.
- KEMENDIKBUD. “SMA SYUBANUL WATHON.” 2023, n.d.
- kompasiana. (n.d.). *Website*. 2022.
- Laily Nuril Ayunisa dan Muhamad Sholeh. “Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 10, no. 01 (2022): 59–72.
- Media, M., Sdit, S., & Rosyida, T. (2022). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Keislaman*. 167–181.
- Mustika. (2020). Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Di Smk Dr. Soetomo Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 4(1), 11–19. <https://doi.org/10.37504/jmb.v4i1.278>
- Nuroni, A. M. (2017). Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing pada Hotel Sumber Alam Cipanas Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*.
- Pohan, S. (2018). Manajemen Sekolah: Wujudkan Guru Profesional. *Tarbawi : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 14(2), 51. <https://doi.org/10.32939/tarbawi.v14i2.265>
- Ponorogo, I. (2021). *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam Volume 2, Nomor 1, Juni 2021*. 2, 34–49.

- Rizkiyah, R., Istikomah, I., & Nurdyansyah, N. (2020). Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions. *Proceedings of The ICECRS*, 7, 1–7. <https://doi.org/10.21070/icecrs2020366>
- Rosiana, Komaruddin, S. (2022). *Nahdlatain: Jurnal Kependidikan dan Pemikiran Islam*, Vol. 1, No. 1 Januari 2022. 1(1), 130–147.
- Rozi. (2023). *Pesantren Asrama (API) Tegalrejo, Magelang*. Sabtu, 27 Januari 2023.
- Said, A., Basri, H., Bimbingan, J., Islam, K., Dakwah, F., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2011). Eksistensi Dan Peran Alumnidalam Menjaga Kualitas Mutu Fakultas Dakwah. *Jurnal Dakwah*, XI(1), 137–158.
- Setiawan, R., & Husna, J. (n.d.). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DALAM BENTUK POSTER DAN BROSUR PERPUSTAKAAN SEKOLAH : KAJI TINDAK PERPUSTAKAAN SMP ISLAM HIDAYATULLAH BANYUMANIK SEMARANG*.
- Sugiyanto, N. W., & Santosa, S. (2021). Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Pesantren. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 13(1), 90–115. <https://doi.org/10.37252/an-nur.v13i1.105>
- Susetyarsi. (2011). Strategi Penetapan Posisi (Positioning). *Jurnal Stie Semarang*, Vol 3, No 2, Edisi Juni 2011, 3(2), 1–13.
- Usmany, I. Y. B., Daryanto, E., & Mudjisusatyo, Y. (2019). Analisis Pembiayaan Pendidikan di SDN 106804 Percut Sei Tuan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1).
- Usup, U., Utami, D., & Mardani, D. (2023). Strategi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Ibtidaiyah Mathlaul Anwar Bogor. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(1), 257–269.
- Wathon, S. (n.d.-a). *Brosure PSB*.
- Wathon, S. (n.d.-b). *Tiktok*. 2023.
- Wathon, SMA Syubbanol. (n.d.). *Instagram*. 2023.
- Wathon, SMA Syubbanul. (n.d.-a). *Website*. 2023.
- Wathon, SMA Syubbanul. (n.d.-b). *Youtube*. 2023.
- Wathon, SMA Syubbanul. (2023). *Media Sosial*. Instagram. <https://www.instagram.com/smasw.tegalrejo/?hl=en>
- Zamrodah, Y. (2016). *Manajemen Sekolah Berbasis Pesantren*. 15(2), 1–23.