

**REBRANDING MADRASAH UNGGUL DALAM MENINGKATKAN
MADRASAH KOMPETITIF
(Studi Multisitus Di MAN 1 Kabupaten Madiun Dan MAN 2 Kabupaten
Ponorogo)**

TESIS



OLEH:

FATIHA NUR ZAHROH

NIM 502240005

**PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI PONOROGO**

2026

ABSTRAK

Zahroh, Fatiha Nur. 2026. Rebranding Madrasah Unggul dalam Meningkatkan Madrasah Kompetitif (Studi Multisitus Di Man 1 Kabupaten Madiun Dan Man 2 Kabupaten Ponorogo). **Tesis.** Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo. Pembimbing I: Dr. Muhammad Ghafar, M.Pd.I, Pembimbing II: Dr. Dhinuk Puspita Kirana, M.Pd.

Kata Kunci: Rebranding; Sekolah Kompetitif; Sumber Daya Manusia.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan lembaga pendidikan yang menuntut madrasah untuk mampu membangun citra dan daya saing agar tetap diminati masyarakat. Madrasah tidak lagi hanya dituntut unggul dalam pendidikan keagamaan, tetapi juga harus mampu menunjukkan kualitas akademik, prestasi, pelayanan, dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan zaman. Oleh karena itu, strategi rebranding menjadi salah satu upaya penting dalam membentuk identitas baru madrasah yang lebih modern, kompetitif, dan memiliki nilai unggul di tengah masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) strategi madrasah melalui rebranding dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo, (2) peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding, serta (3) dampak pelaksanaan rebranding terhadap peningkatan sekolah kompetitif di kedua madrasah tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi multisitus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian meliputi kepala madrasah, wakil kepala bidang humas, guru, tenaga kependidikan, dan siswa di MAN 1 Kabupaten Madiun serta MAN 2 Kabupaten Ponorogo. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu untuk memperoleh data yang valid dan terpercaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi rebranding di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo berkontribusi terhadap peningkatan sekolah kompetitif. Temuan tersebut selanjutnya diinterpretasikan melalui konsep positioning, differentiation, dan brand yang dikemukakan oleh Hermawan Kartajaya.. Kedua madrasah berhasil membangun citra sebagai lembaga pendidikan Islam yang modern, unggul, dan kompetitif melalui publikasi media sosial, penguatan program unggulan, peningkatan pelayanan, serta pengembangan prestasi siswa. Sumber daya manusia memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan rebranding melalui kerja sama, pelayanan, dan promosi lembaga. Dampak pelaksanaan rebranding terlihat dari meningkatnya citra dan reputasi madrasah, meningkatnya jumlah peserta didik baru, bertambahnya kepercayaan masyarakat, serta perubahan persepsi masyarakat yang memandang madrasah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan mampu bersaing dengan sekolah umum lainnya.

ABSTRACT

Zahroh, Fatiha Nur. 2026. Rebranding of Superior Madrasahs to Increase Madrasah Competitiveness (Multisite Study in Man 1, Madiun Regency and Man 2, Ponorogo Regency). **Thesis.** Postgraduate Islamic Education Management Study Program, UIN Kiai Ageng Muhammad Besari, Ponorogo. Supervisor I: Dr. Muhammad Ghafar, M.Pd.I, Supervisor II: Dr. Dhinuk Puspita Kirana, M.Pd.

Keywords: Rebranding; Competitive Schools; Human Resources.

This research is motivated by the increasing competition among educational institutions, which demands that madrasahs be able to build their image and competitiveness to maintain public interest. Madrasahs are no longer only required to excel in religious education, but must also be able to demonstrate academic quality, achievement, service, and adaptability to current developments. Therefore, a rebranding strategy is an important effort in establishing a new madrasah identity that is more modern, competitive, and possesses superior values within the community.

This study aims to determine: (1) the strategy of madrasahs through rebranding to increase school competitiveness at MAN 1 Madiun Regency and MAN 2 Ponorogo Regency; (2) the role of human resources in increasing school competitiveness through rebranding; and (3) the impact of the rebranding implementation on increasing school competitiveness at both madrasahs.

This study used a qualitative approach with a multi-site study. Data collection techniques included interviews, observation, and documentation. The research subjects included the madrasah principal, the deputy head of public relations, teachers, education staff, and students at MAN 1 Madiun Regency and MAN 2 Ponorogo Regency. Data analysis techniques included data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity was tested using source triangulation, technical triangulation, and time triangulation to obtain valid and reliable data.

The results indicate that the implementation of the rebranding strategy at MAN 1 Madiun Regency and MAN 2 Ponorogo Regency contributed to increasing school competitiveness. These findings were further interpreted through the concepts of positioning, differentiation, and branding proposed by Hermawan Kartajaya. Both madrasahs succeeded in building an image as modern, superior, and competitive Islamic educational institutions through social media publications, strengthening flagship programs, improving services, and developing student achievement. Human resources have a crucial role in supporting the success of the rebranding through collaboration, service, and institutional promotion. The impact of the rebranding implementation is seen in the improved image and reputation of the madrasahs, the increasing number of new students, increased public trust, and changes in public perception that view the madrasahs as quality educational institutions that are able to compete with other public schools.

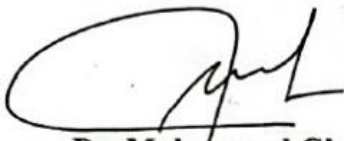
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melalui pengkajian dan telaah mendalam dalam proses bimbingan intensif terhadap tesis yang ditulis oleh **Fatiha Nur Zahroh, NIM 502240005** dengan judul: **"Rebranding Madrasah Unggul: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Madrasah Kompetitif (Studi Multisitus Di Man 1 Kabupaten Madiun Dan Man 2 Kabupaten Ponorogo)"**, maka tesis ini sudah dipandang layak diajukan dalam agenda ujian tesis pada sidang Majelis *Munqashah* Tesis.

Pembimbing I

Ponorogo, 18 Mei 2026

Pembimbing II



Dr. Muhammad Ghafar, M.Pd.I
NIP. 1986032020180110002



Dr. Dhinuk Puspita Kirana, M.Pd.
NIP. 198303272011012007

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo



Dr. Athok Fuadi, M.Pd.
NIP. 197611062006041004



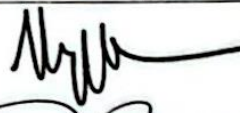
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI PONOROGO
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Pramuka 156, Ronowijayan, Siman, Ponorogo 63471
Website : www.pasca.uinponorogo.ac.id email : pasca@uinponorogo.ac.id

KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI

Tesis yang ditulis oleh **Fatiha Nur Zahroh**, NIM 502240005, Program Magister Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dengan judul: **“Rebranding Madrasah Unggul Dalam Meningkatkan Madrasah Kompetitif (Studi Multisitus Di MAN 1 Kabupaten Madiun Dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo)”** telah dilakukan ujian tesis dalam sidang Majelis Munaqashah Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo pada Hari Selasa, tanggal 02 Juni 2026 dan dinyatakan **LULUS**.

Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Miftahul Huda, M.Ag. NIP. 197605172002121002 Ketua Sidang		17/6 2026
2	Dr. Athok Fuadi, M.Pd. NIP. 197611062006041004 Penguji Utama		17/6 2026
3	Dr. Muhammad Ghafar, M.Pd.I NIP. 1986032020180110002 Penguji 2		17/6 2026
4	Dr. Dhinuk Puspita Kirana, M.Pd. NIP. 198303272011012007 Sekretaris		17/6 2026



Ponorogo, 17 Juni 2026
Ketua Pascasarjana,


H. Agus Purnomo, M.Ag.
NIP. 197308011998031001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatiha Nur Zahroh

NIM : 502240005

Fakultas : Pascasarjana

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Tesis : Rebranding Madrasah Unggul dalam Meningkatkan Madrasah Kompetitif (Studi Multisitus di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo)

Menyatakan bahwa naskah tesis diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo yang dapat diakses di **ethesis.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 Juni 2026

Penulis



Fatiha Nur Zahroh

NIM. 502240005

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya **Fatiha Nur Zahroh**, NIM 502240005, Program Magister Program Studi Manajemen Pendidikan Islam menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul: ***“Rebranding Madrasah Unggul: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Madrasah Kompetitif (Studi Multisitus Di Man 1 Kabupaten Madiun Dan Man 2 Kabupaten Ponorogo)”*** ini merupakan hasil karya mandiri yang diusahakan dari kerja-kerja ilmiah saya sendiri kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang saya rujuk di mana tiap-tiap satuan dan catatannya telah saya nyatakan dan jelaskan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti lain tentang adanya plagiasi, saya bersedia mempertanggungjawabkannya secara akademik dan secara hukum.

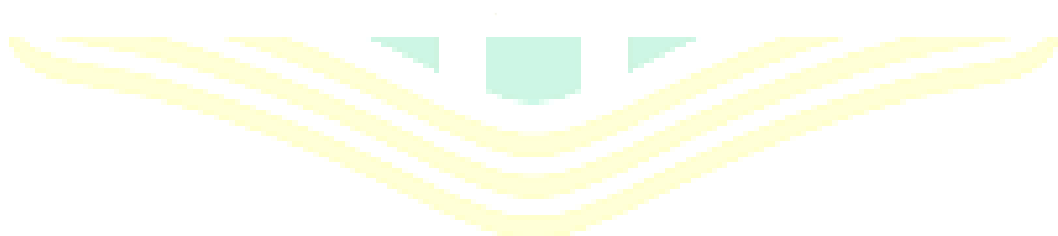
Ponorogo, 30 April 2026

Pembuat Pernyataan,



FATIHA NUR ZAHROH

NIM 502240005



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KEPUTUSAN DEWAN PENGUJI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Terdahulu.....	9
F. Definisi Operasional.....	14
G. Sistematika Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	17
A. Strategi Pemasaran.....	17
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
2. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran.....	21
3. Fungsi Strategi Pemasaran	22
4. Tujuan Strategi Pemasaran.....	22
B. Rebranding.....	22
1. Pengertian Rebranding	22
2. Tahap Rebranding	25
C. Madrasah Kompetitif	26
1. Pengertian Madrasah Kompetitif	26

2. Ciri-Ciri Madrasah Kompetitif.....	27
D. Sumber Daya Manusia	28
E. Madrasah Unggul	29
1. Pengertian Madrasah Unggul	29
2. Karakteristik Madrasah Unggul	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Metode Dan Pendekatan	35
B. Data Dan Sumber Data.....	36
C. Teknik Pengumpulan Data.....	37
D. Analisis Data	40
E. Teknik Pengecekan Data.....	41
BAB IV STRATEGI MADRASAH MELALUI REBRANDING DALAM MENINGKATKAN SEKOLAH KOMPETITIF DI MAN 1 KABUPATEN MADIUN DAN MAN 2 KABUPATEN PONOROGO.....	44
A. Paparan Data Umum	44
B. Paparan Data Khusus	53
C. Analisis Data	89
BAB V PERAN SUMBER DAYA MANUSIA DI MAN 1 KABUPATEN MADIUN DAN MAN 2 KABUPATEN PONOROGO DALAM MENINGKATKAN SEKOLAH KOMPETITIF MELALUI REBRANDING	102
A. Paparan Data Khusus	102
B. Analisis Data	145
BAB VI DAMPAK PELAKSANAAN REBRANDING DALAM MENINGKATKAN SEKOLAH KOMPETITIF DI MAN 1 KABUPATEN MADIUN DAN MAN 2 KABUPATEN PONOROGO.....	171
A. Paparan Data Khusus	171
B. Analisis Data	188
BAB VII PENUTUP.....	193
A. Kesimpulan	193
B. Saran.....	194
DAFTAR KEPUSTAKAAN	197

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di tengah arus globalisasi dengan kemajuan teknologi yang cepat dan dinamika sosial yang terus berubah, dunia pendidikan dituntut menghadapi tantangan besar agar tetap sesuai dan berdaya guna. Pendidikan kini tidak semata menjadi sarana penyampaian pengetahuan, melainkan juga harus mempersiapkan peserta didik dengan keterampilan abad ke-21, seperti berpikir kritis, berkreasi, bekerja sama, serta menguasai literasi digital.¹ Pendidikan yang berkualitas berfungsi sebagai agen penting bagi setiap individu yang terlibat di dalamnya. Seiring dengan percepatan perkembangan zaman, muncul berbagai tantangan serta dampak terhadap kehidupan, sehingga pendidikan memerlukan strategi penanganan yang lebih komprehensif. Untuk merespons perubahan yang kian cepat, dibutuhkan pendekatan dan metode yang tepat dalam penyelenggaraan pendidikan di era globalisasi.²

Perubahan dalam dunia pendidikan yang berlangsung saat ini akibat pengaruh globalisasi. Dalam era globalisasi, semua aspek mengalami kemajuan, baik dalam hal pengetahuan, teknologi dan informasi. Evolusi informasi ini juga mengakibatkan ketatnya kompetisi antara organisasi, termasuk institusi pendidikan.³ Warga memilih lembaga pendidikan yang tepat sesuai dengan harapan. Salah satu cara untuk menarik minat masyarakat dalam memilih institusi pendidikan merupakan melalui promosi sebagai pendorong dalam sektor jasa pendidikan, maka

¹ Rosdiana Rosdiana et al., "Reformasi Pendidikan Global: Membangun Sistem Pendidikan yang Responsif terhadap Perubahan Sosial dan Teknologi: Global Education Reform: Building Education Systems Responsive to Social and Technological Change," *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 4, no. 03 (2024): 1825, <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03.5605>.

² Bakhrudin All Habsy et al., *Perkembangan Pendidikan di Era Globalisasi*, 2, no. 1 (2024): 124.

³ Haeruddin et al., "Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Menarik Siswa Di Madrasah Ibtidaiyah Al-Ijtihad Danger," *Jurnal Pascasarjana UIN Mataram* 13, no. 2 (2024): 124.

diperlukan merek untuk keberadaan institusi pendidikan yang dikelola tidak diabaikan oleh masyarakat umum.⁴

Madrasah adalah institusi pendidikan resmi yang sebanding posisinya dan mempunyai status hukum yang setara dengan sekolah umum lainnya perbedaannya hanya terletak pada Kementerian yang menyediakan dan memperluas dari sisi kurikulumnya.⁵ Madrasah didirikan berdasarkan inisiatif dan pelaksanaan dari pembaruan sistem pendidikan Islam yang telah eksis.⁶ Madrasah kini diposisikan sebagai lembaga pendidikan dalam sistem pendidikan nasional, bersama sekolah-sekolah umum. Munculnya Surat Keputusan Bersama (SKB) tiga menteri (yang melibatkan Kementerian Agama, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, dan Kementerian Dalam Negeri) menunjukkan bahwa keberadaan madrasah semakin kuat dan diakui bersama sekolah-sekolah umum. Lebih lanjut, Surat Keputusan Bersama (SKB) tiga menteri ini dianggap sebagai langkah positif untuk meningkatkan kualitas madrasah, termasuk status, pengakuan akademik, dan kurikulumnya.⁷

Seiring berjalannya waktu, madrasah terus-menerus meningkatkan kualitas pendidikan. Paradigma masyarakat mengenai madrasah mulai berkembang dengan adanya permintaan untuk mendorong perkembangan moral dan etika pada anak.⁸ Transformasi madrasah menjadi sangat penting karena madrasah perlu menyesuaikan diri dengan perubahan paradigma sosial dan teknologi yang cepat. Transformasi pendidikan menjadi kebutuhan penting agar layanan belajar tetap selaras dengan dinamika zaman, memperkuat literasi digital, meningkatkan

⁴ Lulu Il Muntaz, "Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Brand Image," *Jurnal Praktisi Administrasi Pendidikan* 8, no. 2 (2024): 31.

⁵ Rudiana and Naela Daolati, "Strategi Madrasah Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Sekolah Di Kabupaten Tasikmalaya (Penelitian Di Man I Tasikmalaya)," *Jurnal Pesantren Dan Madrasah* 2, no. 1 (2023): 136.

⁶ Puji Khamdani, "Madrasah Sebagai Pilihan Pendidikan," *Jurnal Madaniyah* 2, no. 9 (2015): 2085.

⁷ Suryana, "Pertumbuhan Dan Perkembangan Madrasah Di Indonesia," *Jurnal Almufida* 3, no. 1 (2018): 190.

⁸ Sri Atin et al., "Strategi Branding Image Madrasah Untuk Membangun Trust Masyarakat," *Jurnal Media Informasi Pendidikan Islam* 22, no. 1 (2023): 84.

keterampilan teknologi, serta membangun iklim pembelajaran yang fleksibel dan kreatif. Melalui proses transformasi ini, madrasah berpeluang mengambil peran strategis dalam mencetak generasi yang tidak hanya berprestasi dalam bidang keagamaan, tetapi juga berdaya saing dalam pembangunan sosial dan ekonomi.⁹ Untuk itu strategi *rebranding* sangat penting bagi madrasah demi mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Rebranding memberikan dampak positif terhadap citra sebuah merek, di mana semakin optimal upaya *rebranding* dilakukan, semakin baik pula persepsi masyarakat terhadap merek tersebut.¹⁰ Citra sekolah dalam aspek manajemen menjadi pusat dari proses *rebranding* lembaga. Manajemen sekolah berfungsi sebagai fondasi dalam mengelola kebijakan serta perubahan struktural. Penataan ulang kebijakan dan struktur organisasi dapat menjadi strategi penting untuk membentuk kembali identitas merek sekolah. Secara praktis, *rebranding* yang terencana dengan baik, sistematis, dan terukur mampu meningkatkan minat pendaftar baru ke sekolah.¹¹ Citra merupakan aset penting yang perlu dimiliki oleh sebuah lembaga sebagai representasi nyata atas eksistensi dan mutu yang dimilikinya, termasuk prestasi sekolah yang mencerminkan indikator keberhasilan. Oleh karena itu, pembentukan citra menjadi strategi yang signifikan untuk menampilkan capaian pendidikan yang berkualitas dan unggul.¹²

Saat ini, persaingan antar lembaga pendidikan semakin ketat, sehingga setiap institusi dituntut mampu berkompetisi dalam dunia pendidikan. Oleh karena itu, setiap lembaga pendidikan perlu memiliki kemampuan yang baik dalam memasarkan lembaganya, agar kualitas

⁹ Reza Bagus Anugerah, "Transformasi Madrasah Dalam Menghadapi Tantangan Era Society 5.0," *Jurnal Kajian Kependidikan Islam* 8, no. 2 (2023): 155.

¹⁰ Muhammad Nasrullah, "Membangun Citra Baru: Strategi *Rebranding* Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Sekolah Dasar Islam," *Jurnal Pendidikan Islam* 22, no. 1 (2025): 2.

¹¹ Jordan Amran Dzikrillah et al., "*Rebranding* Strategies for Educational Institutions: A Case Study of SMP Muhammadiyah 2 Kartasura," *Jurnal Ilmiah Global Education* 6, no. 2 (2025): 511–21, <https://doi.org/10.55681/jige.v6i2.3712>.

¹² Metta Virya Monica et al., "Optimalisasi Branding Dan *Rebranding* Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan," *Jurnal Pendas Mahakam* 9, no. 2 (2024): 186.

sumber daya manusia dan mutu lembaga dapat terus berkembang serta maju.¹³ Pemasaran dalam bidang pendidikan dapat dimaknai sebagai proses pertukaran nilai melalui berbagai sistem dan program yang dirancang untuk mengkomunikasikan visi dan misi sekolah atau madrasah, sekaligus menyesuaikan dengan kebutuhan serta harapan para pemangku kepentingan dan masyarakat yang menjadi pengguna langsung dari hasil pendidikan.¹⁴ Tujuan utama pemasaran pendidikan adalah memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen pendidikan. Untuk mewujudkan hal tersebut, dibutuhkan perencanaan yang matang melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat dan sejalan dengan aspirasi maupun tuntutan para pengguna layanan pendidikan.¹⁵

Pemasaran pendidikan memanfaatkan strategi serta taktik pemasaran dan komunikasi guna menarik sekaligus mempertahankan peserta didik. Proses ini menuntut pemahaman menyeluruh terhadap seluruh aspek pendidikan, terutama dalam merancang dan menyediakan pengalaman belajar yang berkualitas. Selain itu, pemasaran pendidikan juga perlu mengembangkan model konseptual yang menekankan keunggulan inovasi layanan di lembaga pendidikan swasta, dengan menghadirkan serangkaian proses yang mendukung tercapainya mutu layanan yang inovatif.¹⁶ Pemasaran pendidikan berperan dalam membangun citra positif sekolah. Semakin baik citra yang terbentuk, semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memilihnya. Dengan demikian, pemasaran pendidikan memiliki posisi strategis dalam menjaga

¹³ Muhammad Iqbal, "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta," *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2019): 127–46, <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>.

¹⁴ Tri Yulianto et al., "Marketing Management Of Educational Services At The Al Falah Sukoharjo Foundation Educational Institution," *Profetika: Jurnal Studi Islam* 25, no. 01 (2024): 233–43, <https://doi.org/10.23917/profetika.v25i01.6863>.

¹⁵ Mahmud MY et al., "Educational Institution Digital-Based Marketing Strategy; Through Social Media," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dasar, Menengah Dan Tinggi [JMP-DMT]* 5, no. 4 (2024): 580.

¹⁶ Fernanda Edileuza Riccomini et al., "Innovation In Educational Marketing: A Studyapplied To Brazilian Private Higher Education Institutions," *Journal of Marketing for Higher Education* 34, no. 1 (2024): 2.

keberlangsungan dan eksistensi lembaga. Untuk tetap diminati, khususnya oleh calon siswa, sekolah perlu merancang strategi pemasaran yang efektif sekaligus memberikan layanan optimal kepada pengguna. Upaya ini akan memperkuat daya saing lembaga terhadap institusi pendidikan lainnya.¹⁷

Pada studi awal penelitian, dilakukan dengan observasi terhadap strategi pemasaran melalui rebranding dalam meningkatkan madrasah kompetitif. MAN 1 Kabupaten Madiun sebelumnya memiliki nama MAN Kembangawit. Fokus pendidikan di madrasah ini awalnya ke arah pendidikan agama atau keislaman tradisional, dimana pendidikan keagamaan islam yang berasal dari warisan pondok pesantren. Selain fokus pada pendidikan islam, madrasah tersebut mengimbangnya dengan mengalihkan sistem pendidikan formal. Dengan demikian, MAN Kembangawit merupakan madrasah yang memiliki akar kuat pesantren, berorientasi keagamaan, tradisional, dan menyongsong penyelenggaraan pendidikan formal. Kemudian, untuk menjawab tantangan dan tuntutan dunia pendidikan MAN Kmbangsawit mulai membuka kelas ekstra keterampilan yang dilaksanakan mulai tahun 2012. Setelah itu, pada tahun 2018 MAN Kembangawit berubah nama menjadi MAN 1 Kabupaten Madiun.

MAN 1 Kabupaten Madiun sebagai salah satu madrasah unggulan memiliki visi mewujudkan lulusan yang berakhlak mulia, berprestasi, terampil dan berbudaya lingkungan. Namun, di tengah dinamika perubahan sosial dan meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap mutu pendidikan, madrasah perlu melakukan rebranding agar tetap kompetitif. Upaya pemasaran yang terstruktur, mulai dari kualitas layanan akademik, penguatan program unggulan seperti tahfidz, kelas jepang, dan program sks 2 tahun hingga pemanfaatan media digital. Serta dengan adanya keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam No. 2851 Tahun 2020 tentang penetapan Madrasah Aliyah Plus Keterampilan Tahun 2020

¹⁷ Rika Ariyani et al., "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat," *JAMPI: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2024): 2–3, <https://doi.org/10.62058/jampi.v1i1.22>.

menetapkan bahwa MAN 1 Kabupaten Madiun merupakan MA Plus Keterampilan yang terdapat empat program keterampilan yaitu, multimedia, desain grafis, tata boga, dan tata busana. Hal itu menjadi faktor penting dalam mengembangkan peningkatan mutu pendidikan, meningkatkan jiwa kompetitif yang positif dan meningkatkan daya tarik peserta didik baru.

Di sisi lain, MAN 2 Kabupaten Ponorogo sebagai salah satu madrasah unggul yang ada di Ponorogo. Sebelum dilakukannya *rebranding* MAN 2 Ponorogo menjadi lembaga pendidikan islam negeri yang bisa membantu masyarakat ponorogo dan sekitarnya mendapatkan pendidikan islam formal yang berkualitas, yang sebelumnya lembaga pendidikan islam hanya bisa diperoleh di pesantren. Adanya alih fungsi dari PGAN (Pendidikan Guru Agama Negeri) menjadi MAN 2 Ponorogo madrasah memiliki fokus pendidikan untuk melanjutkan peran dalam pendidikan keagamaan islam. Pendidikan agama islam di madrasah tersebut merupakan kurikulum utama yang digunakan, di samping itu madrasah juga menyelenggarakan mata pelajaran umum formal. MAN 2 Ponorogo menekankan akhlak, kedisiplinan, dan karakter untuk menghasilkan lulusan yang religius, berdedikasi pada nilai moral dan berdisiplin.

Seiring berkembangnya zaman pada tahun 2012, MAN 2 Ponorogo mengorientasikan diri dalam mengikuti kebutuhan zaman yang sekarang memiliki visi *the world* madrasah (terwujudnya madrasah yang mendunia dengan mencetak peserta didik MAN 2 Ponorogo yang religius, unggul, berbudaya dan integritas). Berawal dari adanya program unggulan yakni bina prestasi dan akselerasi, kemudian pada tahun 2023 MAN 2 Ponorogo memiliki program unggulan tambahan yakni ICP (international class program), kedinasan, serta mengalihkan nama progrma akselerasi menjadi KBC (kelompok belajar cepat). Dengan demikian, MAN 2 Ponorogo dipercaya oleh Kementrian Agama sebagai Madrasah Unggulan Akademik Nasional dengan SK Dirjen Pendidikan Islam nomor 1834 Tahun 2021,

Madrasah Riset dengan SK Dirjen Pendidikan Islam nomor 6757 Tahun 2019, Madrasah SKS (Sistem Kredit Semester) dengan SK Dirjen Pendidikan Islam nomor 6633 Tahun 2019, Dan Madrasah Plus Keterampilan dengan SK Dirjen Pendidikan Islam nomor 4924 Tahun 2016.

Sekolah yang mampu membangun citra dan reputasi positif akan lebih berpeluang menarik calon peserta didik dengan kualitas unggul. Masuknya peserta didik yang berkualitas tersebut secara signifikan berimplikasi pada peningkatan mutu akademik, yang pada akhirnya turut memperkuat kualitas proses pembelajaran secara keseluruhan.¹⁸ Upaya memprioritaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, hasil akademik, dan stabilitas keuangan.¹⁹ Upaya peningkatan mutu berperan penting dalam membangun reputasi positif bagi madrasah. Langkah ini dimaksudkan untuk memperkuat kedudukan madrasah sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya berorientasi pada penguasaan ilmu agama, tetapi juga selaras dengan perkembangan sains dan teknologi. Di samping itu, keterlibatan aktif komunitas menjadi faktor strategis dalam mewujudkan ekosistem pendidikan yang inklusif serta mendorong akselerasi kemajuan madrasah.²⁰ *Rebranding* diharapkan dapat menciptakan positioning yang jelas, sehingga MAN 1 Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo mampu menjadi pilihan terbaik masyarakat. Oleh karena itu, peneliti memilih judul “*Rebranding* Madrasah Unggul Dalam Meningkatkan Madrasah Kompetitif (Studi Multisitus Di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo”.

¹⁸ Deliana Ardhani and Ririn Zarastri, “Strategi Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah: Studi Kasus di SMA Negeri 3 Kota Jambi,” *Jurnal of Economic Education* 3, no. 2 (2024): 44.

¹⁹ Vikas Mittal and Jihye Jung, “Revitalizing Educational Institutions Through Customer Focus,” *Journal of The Academy of Marketing Science* 52 (2024): 1325.

²⁰ M Yusuf, “*Rebranding* Madrasah dalam Membangun Citra Positif dan Modern,” *Journal of Education Management Research* 1, no. 2 (2023): 67.

B. Fokus Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, rumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana peran sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*?
3. Bagaimana dampak pelaksanaan *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, tujuan penelitian yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo.
2. Mengetahui peran sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*.
3. Mengetahui dampak pelaksanaan *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini dapat memberikan alasan yang rasional dan terperinci untuk mendukung suatu pendapat, tindakan atau keputusan yang berkaitan tentang manajemen pemasaran melalui *rebranding* madrasah unggulan dalam meningkatkan sekolah kompetitif. Selain itu, dengan penelitian ini dapat memberikan

justifikasi untuk teori atau konsep yang berkaitan dengan manajemen pemasaran melalui rebranding madrasah unggulan dalam meningkatkan sekolah kompetitif.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi institusi pendidikan, kepala madrasah, humas madrasah, dan guru penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu acuan untuk melakukan perencanaan strategi yang baik melalui rebranding dengan hasil pemasaran yang efektif. Dengan penelitian ini diharapkan bisa membantu meningkatkan persaingan antar sekolah.
- b. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat identifikasi yang digunakan untuk melihat keunggulan sekolah yang mana, siswa dapat membantu meningkatkan persaingan dan menciptakan promosi yang efektif untuk menarik minat calon siswa.

E. Kajian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan, terdapat beberapa karya tulis ilmiah berkaitan dengan pembahasan kali ini. Untuk mengetahui sisi mana dari penelitian yang telah diungkap dan sisi lain yang belum terungkap, diperlukan suatu kajian terdahulu.

Pertama, Tesis Karya Syafi'ur Rahman, 2015 yang berjudul Strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah dalam meningkatkan kompetensi lulusan (Studi Analisis di MAN 3 Kota Cirebon). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif, dengan pendekatan ilmu strategi pemasaran pendidikan.²¹

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MAN 3 Kota Cirebon

²¹ Syafi'ur Rahman, "Strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah dalam meningkatkan kompetensi lulusan (Studi Analisis di MAN 3 Kota Cirebon)," (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015)

untuk meningkatkan kompetensi lulusannya menggunakan dua cara, yaitu: (a) Pemasaran secara langsung, yaitu melalui Promosi dan Publisitas; Pemanfaatan IT, Media Cetak dan Elektronik; dan Door to door ke setiap sekolah dengan keikutsertaan dari alumni. (b) Pemasaran secara tidak langsung, yaitu melalui penawaran berbagai kegiatan ekstrakurikuler; Mengadakan pelatihan dan pengembangan bahasa arab dan bahasa inggris; Mengadakan kegiatan pelatihan, diskusi ilmiah, serta kegiatan lain yang dapat membekali siswa baik yang melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi maupun yang akan kembali ke masyarakat; Peran siswa, orang tua siswa dan alumni; Menegakkan gerakan disiplin bagi siswa baik dalam kelas maupun di luar kelas. Kedua, implementasi pemasaran di MAN ini adalah (a) Merumuskan strategi persaingan yaitu dengan melakukan identifikasi segmentasi pasar, targetting dan positioning; (b) Membuat taktik pemasaran yaitu dengan menerapkan teori bauran pemasaran dengan cara menerapkan produk-produk yang berkualitas dari MAN ini, menonjolkan letak geografisnya yang sangat strategis, menerapkan harga yang bersaing dengan lembaga lain, dan juga melakukan langkah-langkah promosi. Ketiga, Faktor pendukung dan penghambat yang mana peneliti jabarkan ke dalam analisis SWOT.

Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan variabel yang digunakan adalah manajemen pemasaran. Adapun perbedaan dari penelitian yang akan diteliti ialah: Penelitian oleh Syafi'ur Rahman lebih fokus pada mutu lulusan. Selain itu, perbedaan lokasi penelitian yang dilaksanakan di MAN 3 Kota Cirebon.

Kedua, Tesis Karya Yekti Azizah, 2024 yang berjudul Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi school branding dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah

Negeri Purbalingga dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.²²

Hasil penelitian menunjukkan strategi school branding dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga dimulai dengan riset mendalam untuk memahami audiens, mengidentifikasi tema yang sesuai dengan visi dan misi madrasah, serta menganalisis kekuatan dan kelemahan kompetitor. Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga menonjolkan keunikan program unggulannya seperti Tahfidzul Qur'an, kelas prestasi, dan madrasah riset, yang menggabungkan pendidikan akademik dengan nilai-nilai akhlakul karimah. Dengan memahami pesaing, Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga mengembangkan strategi yang menekankan keunggulan kompetitif mereka, yakni integrasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan nilai-nilai keislaman. Identitas dan karakteristik brand ditekankan melalui media sosial dan website, dengan tagline yang mencerminkan nilai inti sekolah. Implementasi branding mencakup peningkatan manajemen mutu, sosialisasi nilai-nilai madrasah, dan pengembangan program unggulan. Prestasi madrasah dipublikasikan secara rutin untuk memperkuat citra positif di masyarakat. Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga juga melakukan rebranding dengan inovasi dalam program pendidikan, peningkatan infrastruktur, dan pengembangan kerjasama strategis.

Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan variabel yang digunakan adalah branding. Adapun perbedaan dari penelitian yang akan diteliti ialah: Penelitian oleh Yekti Azizah lebih fokus pada daya saing lembaga. Selain itu, perbedaan lokasi penelitian yang dilaksanakan di Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga.

Ketiga, Tesis Karya Poppy Rahman, 2024 yang berjudul Strategi branding image menuju keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi

²² Yekti Azizah, "Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga," (Purwokerto: Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, 2024)

Keagamaan Islam Swasta (PTKIS): Studi multi kasus di Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo dan Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Branding Image Strategy Menuju Keunggulan Kompetitif Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan studi multi kasus.²³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Karakteristik Branding Image yaitu Inovasi dan Adaptasi Berkelanjutan, Kepemimpinan Visioner, Keterlibatan Sosial dan Komunitas, Kurikulum Interdisipliner dan Relevan, Pengalaman Mahasiswa Berpusat pada Transformasi. 2) Strategi Branding Image yaitu: Penetapan Visi dan Misi yang Transformasional, Analisis untuk Mengidentifikasi Kekuatan dan Peluang, Integrasi Budaya Transformasional dalam Kurikulum dan Kegiatan Akademik, Pemanfaatan Teknologi dan Media Digital untuk Promosi, Monitoring dan Evaluasi Dampak Branding. 3). Evaluasi Branding Image yaitu: (Penentuan Indikator Kinerja Utama (*Key Performance Indicators*), Pengumpulan Data dan Umpan Balik, Analisis Kualitatif dan Kuantitatif Evaluasi Dampak Jangka Panjang, Laporan dan Tindak Lanjut. 4) Implikasi Branding Image yaitu: Peningkatan Reputasi dan Citra Perguruan tinggi, Peningkatan Kualitas Mahasiswa, dosen dan Staf, Penguatan Jaringan dan Kemitraan Strategis Peningkatan Inovasi dan Produktivitas Riset, Dampak Sosial dan Lingkungan yang Positif. Temuan penelitian ini menawarkan konsep baru yaitu “*Balanced Reputation Management Strategy*” (BRM Strategy). Konsep ini berfokus pada upaya untuk menjaga identitas dan keunggulan lokal perguruan tinggi, sambil terus memperkuat citra dan daya saing di kancah internasional.

Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan fokus pada dalam keunggulan

²³ Poppy Rahman, “Strategi branding image menuju keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS): Studi multi kasus di Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo dan Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember,” (Malang: Uin Maulana Malik Ibrahim, 2024)

kompetitif. Adapun perbedaan dari penelitian yang akan diteliti ialah: Penelitian oleh Poppy Rachman menggunakan lokasi penelitian yang dilaksanakan di Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo dan Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember.

Keempat, Tesis Karya Yasmin Hanifah, 2025 yang berjudul *Perencanaan Branding Madrasah Untuk Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Di Madrasah Aliyah Bilingual Kota Batu*. Penelitian memiliki fokus penelitian yang digunakan persiapan perencanaan branding madrasah, langkah-langkah perencanaan branding madrasah, dan program-program yang menarik dalam perencanaan untuk meningkatkan penerimaan peserta didik baru (PPDB) di Madrasah Aliyah Bilingual Kota Batu.²⁴

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Madrasah Aliyah Bilingual Kota Batu memiliki Branding dua bahasa, yaitu bahasa arab dan bahasa inggris. Serta mempunyai program-program yang dapat peningkatan peserta didik baru. Adapun program-program yang diterapkan Madrasah Aliyah Bilingual Kota Batu sangatlah unik dengan cara mengadakan kelas berbahasa dan ekstrakurikuler berbahasa. Kesimpulan dari penelitian ini perencanaan branding Madrasah Aliyah Bilingual Kota Batu dilaksanakan secara efektif dan dapat meningkatkan penerimaan peserta didik baru.

Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan fokus dari penelitian sama sama mengetahui bagaimana perencanaan dalam membangun citra madrasah. Adapun perbedaan dari penelitian yang akan diteliti ialah, predominasi perencanaan/ teoritis kemungkinan single-site atau bersifat umum dan tidak memadukan pengukuran kompetitif dengan multisitus.

Kelima, Tesis Karya Ahmad Elly Wibowo, 2018 yang berjudul *Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Ponorogo*. Penelitian ini bertujuan: (1)

²⁴ Yasmin Hanifah, "Perencanaan Branding Madrasah Untuk Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Di Madrasah Aliyah Bilingual Kota Batu," (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2025)

untuk menganalisis strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo, (2) untuk menganalisis faktor-faktor pembentuk brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo, (3) untuk mengetahui implikasi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo.²⁵

Berdasarkan proses pengumpulan dan analisis data, hasil penelitian ini adalah: (1) MAN 2 membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga dengan melalui tiga strategi, yaitu positioning, differenting, dan branding. (2) faktor-faktor membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga MAN 2 Ponorogo adalah: a) akreditasi kelembagaan, b) tingkah laku siswa, c) prestasi, d) kualitas lulusan, e) kegiatan unggulan sekolah, dan f) hubungan alumni. (3) Implikasi pembentukan brand image dalam meningkatkan daya saing sekolah, yakni: a) kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, b) minat masuk masyarakat terhadap sekolah meningkat, c) siswa memiliki akhlak yang baik, d) kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap sekolah.

Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah sama-sama Meneliti *brand image/branding* pada MAN 2 Ponorogo (salah satu lokasi pada penelitian ini). Menyentuh strategi pemasaran dan implikasinya pada daya saing. Adapun perbedaan dari penelitian yang akan diteliti ialah: penelitian Ahmad Elly Wibowo fokus utamanya adalah pembangunan *brand image (branding)*, bukan eksplisit *rebranding*; bersifat single-site (tidak multisitus atau perbandingan dengan MAN lain); sering bersifat kualitatif deskriptif.

F. Definisi Operasional

Sebelum membahas metode penelitian ini lebih jauh, terlebih dahulu perlu peneliti jelaskan definisi operasional mengenal istilah-istilah

²⁵ Ahmad Elly Wibowo, "Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Ponorogo," (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018)

kunci untuk memberi arahan, mempertegas, dan menghindari kesalahpahaman penafsiran. Beberapa istilah yang dipandang penting untuk didefinisikan adalah:

1. *Rebranding* diartikan menciptakan *brand image* atau merek baru dengan melalui berbagai pertimbangan sesuai dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada perusahaan baik perubahan dari internal maupun perubahan dari eksternal.
2. Strategi pemasaran adalah kemampuannya untuk membantu organisasi memahami pasar dan pelanggan. Dengan menganalisis kebutuhan, keinginan dan perilaku konsumen, perusahaan dapat menciptakan produk atau layanan yang relevan.
3. Jasa pendidikan merupakan jasa yang bersifat kompleks karena bersifat padat karya dan padat modal. Artinya, dibutuhkan banyak tenaga kerja yang memiliki skill khusus dalam bidang pendidikan dan padat modal karena membutuhkan infrastruktur (peralatan) yang lengkap
4. Madrasah kompetitif adalah lembaga pendidikan Islam yang memiliki kemampuan untuk bersaing secara efektif dengan lembaga pendidikan lainnya dalam mencapai tujuan pendidikan, melalui peningkatan mutu, inovasi, serta keunggulan dalam berbagai aspek seperti akademik, karakter, dan pelayanan.

G. Sistematika Penelitian

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II. KAJIAN TEORI

Memuat uraian tentang telaah penelitian terdahulu dan kajian teori relevan dan terkait dengan tema skripsi.

BAB III. METODE PENELITIAN

Memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta justifikasi/alasannya, jenis penelitian, desain, lokasi, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi konsep dan variable, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV, V, VI. HASIL DAN ANALISIS

Berisi : (1) Hasil Penelitian, klasifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitiannya, (2) Pembahasan, Sub bahasan (1), (2) dan (3) dapat digabung menjadi satu kesatuan, atau dipisah menjadi sub bahasan tersendiri.

BAB VII. PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Analisis situasi, pemilihan tindakan, dan alokasi sumber daya yang tepat adalah semua bagian dari strategi untuk mencapai hasil yang diinginkan. Banyak konteks di mana istilah ini digunakan, seperti bisnis, pendidikan, militer, hingga pengembangan pribadi. Lebih jauh, menurut wheelen dan hunger mendefinisikan strategi sebagai kumpulan tindakan dan keputusan manajemen yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Ada evaluasi dan pengendalian, perumusan strategi, implementasi strategi, dan memindai lingkungan internal dan eksternal.

Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pemasaran adalah proses, cara, atau perbuatan memasarkan suatu barang dagangan. Kegiatan pemasaran sangat penting dilakukan untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan produk barang atau jasa. Tidak hanya penjualan dan distribusi, kegiatan ini memiliki pengertian yang sangat luas. Oleh karena itu, untuk mencapai target tertentu, perusahaan atau organisasi harus melakukan pemasaran dalam jangka waktu tertentu. Pemasaran sebagai proses di mana bisnis berinteraksi dengan pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan menciptakan nilai untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.²⁶

Strategi pemasaran merupakan upaya nyata untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik dan rencana tertentu untuk

²⁶ Sudirwo, Apriyanto, Daniel Adolf Ohwyer, *Buku Referensi Strategi Pemasaran*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025), 1-2

melejitkan omset penjualan, makna lain dari strategi pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan tertentu untuk memperkenalkan jasa atau barang secara masif, hal ini dilakukan berdasarkan suatu pemahaman bahwa ketertarikan seseorang pada jasa atau barang tertentu dimulai dari seberapa banyak informasi yang mereka terima.

Menurut Kurtz, strategi pemasaran merupakan program terpadu yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengkombinasikan beberapa elemen, diantaranya adalah promosi, harga, distribusi, produk dan marketing mix yang tujuan utamanya adalah mendapatkan kepuasan konsumen atas jasa atau barang yang kita tawarkan. Pemasaran juga bisa dimaknai sebagai alat fundamental yang dilakukan dengan mengembangkan daya saing melalui pasar yang dituju dan program pemasaran yang telah direncanakan secara berkesinambungan untuk mencapai tujuan perusahaan.²⁷

Strategi pemasaran adalah kemampuannya untuk membantu organisasi memahami pasar dan pelanggan. Dengan menganalisis kebutuhan, keinginan dan perilaku konsumen, perusahaan dapat menciptakan produk atau layanan yang relevan. Misalnya, melalui riset pasar yang mendalam, perusahaan dapat menentukan segmen pasar yang paling potensial untuk dilayani. Proses segmentasi ini memungkinkan perusahaan untuk memutuskan sumber daya dan upaya pemasaran pada kelompok pelanggan tertentu, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektifitas.

Selain itu, strategi pemasaran membantu organisasi dalam membangun keunggulan kompetitif. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, memiliki produk atau layanan yang unik saja tidak cukup. Perusahaan harus mampu memposisikan dirinya secara strategis di pasar. Posisi pasar yang jelas memungkinkan organisasi untuk

²⁷ Mokhtar Sayyid, *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*, (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2020), 6-7

membedakan dirinya dari pesaing. Strategi pemasaran juga penting dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Setiap organisasi memiliki visi dan misi yang menjadi panduan dalam menjalankan bisnis.²⁸

Dalam konteks pendidikan, Strategi pemasaran pendidikan menurut Philip Kotler merupakan pola pikir yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan dalam menarik minat peserta didik dan membangun kepercayaan masyarakat. Strategi ini mencakup penentuan sasaran peserta didik yang dituju, penetapan posisi lembaga pendidikan di tengah persaingan, pengelolaan bauran pemasaran jasa pendidikan, serta perencanaan biaya pemasaran yang efektif.²⁹ Dengan demikian, strategi pemasaran dalam pendidikan tidak hanya berfokus pada promosi semata, tetapi juga pada bagaimana lembaga pendidikan merancang layanan, membangun citra, serta memberikan nilai tambah agar mampu bersaing dan menjadi pilihan utama masyarakat.

Proses pertama dalam menyusun aktifitas manajemen pemasaran adalah merumuskan tujuan perusahaan (*Deep in look*) (akan menentukan sensitifitas beraksi) dan menganalisa Lingkungan pasar (*Deep Out Look*) (akan menentukan metode beraksi). Setelah mengerti siapa aku dan siapa kamu perusahaan menentukan posisi atau sasaran di pasar (beda pengertian dengan *potitioning*), pemilihan pelanggan yang akan dilayani, pesaing akan dilawan. Setelah penentuan pasar sasaran ditentukan strategi pemasarannya. Dua saran Kotler dkk. ini untuk menyusun strategi yaitu melakukan *differentiating* dan *potitioning*. Karena manajemen strategi pemasaran adalah penting maka esensi bahasan diarahkan kesini. *Defferentiating*: ciri-ciri fisik yang membedakan produk kita dengan pesaing (ciri-ciri khusus produk kita). *Potitioning* penciptaan *image* dan merk dagang, yaitu

²⁸ Mujito, *Strategi Pemasaran (Product, Price, Place and Promotion)*, (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2025), 3-4

²⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2014), 25

upaya yang bersifat menempatkan ciri khusus produk kita di benak konsumen. Penyusunan strategi pemasaran ini dengan sendirinya akan tergantung pada pilihan posisi di pasar. Jika posisi yang dipilih adalah "berhadapan dengan pemimpin pasar dan akan diserang langsung" strateginya berbeda dengan jika memposisikan menjadi "pengikut pada pimpinan pasar".

Strategi yang disusun kemudian dieksekusi lewat pelaksanaan program pemasaran. Program pemasaran yang di selaraskan dengan strategi ini sering disebut dengan 4 P's atau marketing mix. Eksekusi strategi ini dengan sendirinya tidak hanya dilakukan oleh departemen pemasaran saja tetapi juga harus di dukung oleh seluruh komponen organisasi. seperti departemen SDM, operasi, dan keuangan.³⁰

Strategi pemasaran baik dalam dunia pendidikan tidak dapat berjalan efektif tanpa keterlibatan *stakeholder*. Dalam konteks lembaga pendidikan seperti madrasah, *stakeholder* mencakup: pimpinan, guru, siswa, orang tua, komite, alumni, masyarakat, dan pemerintah. Freeman menegaskan bahwa keberhasilan strategi organisasi sangat bergantung pada bagaimana organisasi mengelola hubungan dengan *stakeholder*. Menurut Freeman, *stakeholder theory* merupakan suatu teori yang menggambarkan tentang hubungan individu atau kelompok yang terpengaruh oleh kegiatan perusahaan ataupun dapat mempengaruhi kegiatan suatu perusahaan. Freeman menyatakan juga mendefinisikan bahwa teori *stakeholder* sebagai teori yang menyatakan serta mendefinisikan pada pihak mana saja perusahaan akan bertanggung jawab.³¹

2. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran

³⁰ Joko Pramono, "Teori Manajemen Pemasaran Kotler Keunggulan dan Kelemahannya," *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Agama dan Budaya*, 3, 1, (2002), 92-93

³¹ R. Edward Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (New York: Cambridge University Press, 2010), 31

Ada tiga elemen dalam menentukan langkah-langkah strategi pemasaran menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong³² yaitu:

- a. Segmentasi Pasar (*Market Segmentation*) *Segmentation* adalah membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, dan perilaku berbeda yang mungkin memerlukan strategi pemasaran yang berbeda. Mengingat pasar memiliki banyak pembeli dengan kebutuhan dan keinginan yang berbeda, maka perlu dilakukan pembagian pasar.
- b. Pasar Sasaran (*Market Targeting*) *Targeting* adalah proses menilai daya tarik segmen dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki. Tujuan dari penentuan target ini yaitu memberikan kepuasan bagi konsumen.
- c. Posisi Pasar (*Market Positioning*) *Positioning* adalah menempati pikiran konsumen dengan sesuatu yang jelas, berbeda, dan membangkitkan keinginan konsumen jika dibandingkan dengan pesaing. Positioning tidak dilakukan pada produk, tetapi menciptakan ceruk dalam pikiran konsumen.

3. Fungsi Strategi Pemasaran

Secara umum, fungsi strategi pemasaran dibagi menjadi 5 poin utama, yaitu:

- a. Meningkatkan inovasi pengembangan bisnis

Dengan strategi pemasaran, anda dapat mengetahui apa yang dibutuhkan pembeli. Dengan menyadari kebutuhan pembeli ini, secara tidak langsung dapat meningkatkan kemajuan baru untuk peningkatan bisnis anda. Produk yang terus berbenah menjadi lebih baik, biasanya akan jauh lebih banyak dicari oleh masyarakat pada umumnya.

- b. Membuat koordinasi tim lebih aktif

³² Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), 223

Dengan strategi pemasaran, koordinasi kelompok akan lebih kuat dan terpusat. Hal ini dikarenakan prosedur tersebut dapat membantu mengatur kegiatan setiap staf di setiap divisi di bisnis sehingga mereka dapat bekerja untuk mencapai tujuan.

c. Merumuskan tujuan perusahaan

Dalam sebuah bisnis, tujuan adalah hal penting yang harus ada agar bisnis dapat lebih terlibat dan dapat dibina mulai dari sekarang, atau bisa dikatakan bahwa bisnis tanpa tujuan tidak dapat berkreasi. Semua hal dipertimbangkan, mengingat hal ini, diperlukan pemasaran strategi, secara spesifik untuk menentukan tujuan perusahaan, baik untuk mengetahui dan untuk mencapai tujuan yang sebenarnya dalam jangka pendek dan panjang.

d. Mengawasi kegiatan pemasaran

Untuk memutuskan masa depan strategi pemasaran, Anda juga diharapkan untuk menyaring terlepas dari apakah prosedur yang Anda gunakan efektif untuk ditampilkan. Implikasinya, ini berarti bahwa strategi pemasaran juga dapat bekerja untuk melakukan latihan promosi.

e. Meningkatkan penjualan

Memperluas transaksi adalah produk akhir normal dari pembuatan strategi pemasaran, itu karena ketika kita memasarkan suatu barang, kita akan ikut serta dalam memajukan barang tersebut dan mempersilakan orang lain untuk membeli dan memanfaatkannya.

4. Tujuan Strategi Pemasaran

- 1) Sebagai acuan dalam mengambil keputusan
- 2) Menentukan standar prestasi
- 3) Meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi
- 4) Meningkatkan kualitas koordinasi antar individu

B. Rebranding

1. Pengertian *Rebranding*

Rebranding merupakan aktivitas yang dilakukan ketika sebuah brand dianggap tidak sesuai lagi dengan kondisi terbaru di lapangan. Menurut Muzellec dan Lambkin upaya mengembangkan diferensiasi dalam pikiran stakeholders dengan menciptakan kebaruan baik pada nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi semuanya untuk sebuah brand disebut *rebranding*. Proses *rebranding* dilakukan terhadap sebuah daerah yang terlanjur memiliki citra negatif agar bisa berubah dan lebih diterima di hati masyarakat luas. Kavaratzis dan Ashworth berpendapat bahwa langkah yang ditempuh untuk memengaruhi persepsi seseorang terhadap daerah akan sama dengan langkah sebuah corporate dalam dunia bisnis yang berupaya membangun persepsi dan citranya melalui branding. Proses perubahan identitas brand sebagai aksi lanjutan dan melibatkan langkah-langkah disebut *rebranding*.³³

Rebranding adalah proses mengubah *image* atau *brand* perusahaan dalam rangka menciptakan merek yang berbeda dengan pesaing. *Rebranding* berasal dari kata *re* dan *branding*. *Re* berarti kembali dan *branding* yang berarti menciptakan merek baru. Sehingga *rebranding* diartikan menciptakan *brand image* atau merek baru dengan melalui berbagai pertimbangan sesuai dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada perusahaan baik perubahan dari internal maupun perubahan dari eksternal. *Rebranding* dilakukan dengan tujuan memperkuat brand perusahaan tetapi secara maksimal. *Rebranding* menjadi salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam rangka peningkatan omset penjualan, walaupun strategi ini beresiko tinggi karena merubah *brand image* yang sudah bertahun-tahun dibangun.³⁴ Meningkatkan persepsi kualitas membutuhkan

³³ Andi Akifah et al., "Rebranding Of Poso Regency Tourism After Social Conflict," *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 25, no. 1 (2021): 34

³⁴ Rosnaini Daga, *Branding Marketing 5.0*, 1 (PT. Adab Indonesia, 2024), 126-127.

investasi substansial dalam proses akademik, bukan sekadar representasi simbolis.³⁵

Rebranding adalah proses strategis untuk memperbarui positioning, memperkuat *differentiation*, dan mempersegar brand agar lembaga tetap relevan, kompetitif, dan dipercaya oleh publik. Hermawan Kartajaya menguraikan bahwa PDB (*Positioning, Differentiation* dan *Brand*) ialah substansi dari sembilan aspek *marketing*. Yakni Produk, citra, dan merk/perusahaan perlu memiliki penempatan merk yang tegas dalam pikiran pelanggan, dengan maksud agar produk, merek/brand, dan perusahaan membangun reputasi yang kuat di ingatan konsumen.

Dalam membangun positioning yang kuat, Hermawan Kartajaya memiliki 4 cara. Pertama, menata *positioning* haruslah kuat agar menciptakan pandangan positif di kalangan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan menonjolkan nilai-nilai yang diberikan kepada pelanggan. Positioning merupakan inti dari strategi pemasaran.³⁶ Maka demikian, *positioning* perlu menggambarkan nilai unggul sebagai penentu keputusan pembelian konsumen. Kedua, *positioning* harus menonjolkan kemampuan dan keunggulan perusahaan. Ketiga, *positioning* sebaiknya memiliki karakter yang *unique* untuk dengan mudah membentuk diferensiasi dari pesaing. Keempat, *positioning* haruslah dapat mengimbangi perkembangan dan sejalan dengan perubahan dalam lingkungan marketing dan bisnis, seperti perubahan perilaku konsumen, ketatnya persaingan, dan faktor lainnya.

Hermawan Kartajaya, mendefinisikan diferensiasi sebagai usaha menggabungkan elemen-elemen yang dinamakan sebagai konten (*content*), konteks (*context*), dan infrastruktur (*enabler*) dalam produk

³⁵ Dhinuk Puspita Kirana dan Andhita Dessy Wulansari, *University Branding and Branding Equity*, (Gresik: Penerbit Thalibil Ilmi Publishing & Education, 2026), h. 44

³⁶ Muhammad Ghafar, "Strategi membangun Positioning Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember", (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2014)

dan jasa yang ditawarkan ke konsumen. Hermawan Kartajaya, memperjelas ada 3 kriteria sebagai acuan penetapan diferensiasi, ialah:

- a. Konsep penerapan diferensiasi haruslah dapat menanamkan *excellent value* ke target konsumen. Produk atau jasa yang disajikan boleh berbeda, tapi tentu tidak boleh asal beda. Perbedaan tersebut sejatinya memiliki nilai makna dimata konsumen. Semakin tinggi *Value* yang ditonjolkan dan perbedaan tersebut, maka semakin kuat dan kokoh pula pilar differentiation yang dilakukan perusahaan tersebut.
- b. Upaya diferensiasi perusahaan haruslah mengutamakan keunggulan dibanding kompetitor. Sebuah diferensiasi akan kuat jika dapat menciptakan perbedaan dengan pesaing, dan perbedaan tersebut menonjolkan keunggulan dari produk yang dikeluarkan.
- c. Agar upaya diferensiasi menjadi kuat dan sustainable, maka perusahaan perlu menerapkan *uniqueness* sehingga tidak dapat ditiru kompetitor.

Menurut kartajaya, brand dimaknai sebagai “*value indicator*” dengan kata lain parameter yang merepresentasikan seberapa kokoh dan solid sebuah *value* dari Perusahaan yang ditawarkan ke target pasar. Maka pada dasarnya brand merupakan *value* dari Perusahaan sehingga ia akan menjadi tolak ukur pelanggan dalam penentuan pilihan pembelian.³⁷

2. Tahap Rebranding

Tahap *rebranding* ada empat yaitu: *repositioning*, *renaming*, *redesign*, dan *relaunching*. Berikut penjelasannya.

- a. *Repositioning* (Perubahan posisi brand di benak konsumen) yaitu menempatkan posisi suatu merek baru di benak konsumen, pesaing, dan stakeholder-nya secara kuat.

³⁷ Hermawan Kartajaya, Positioning Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning-Diferensiasi-Brand, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2005), 22-48

- b. *Renaming* (Perubahan nama), tahap ini fokus pada hal tertentu dan lebih menunjukkan perubahan kepemilikan. Nama baru menjadi tanda kuat kepada seluruh stakeholders bahwa perusahaan atau brand melakukan berbagai perubahan strategi, fokus, atau struktur kepemilikan.
- c. *Redesigning* (Perubahan desain) yaitu semua elemen dalam organisasi seperti brosur, iklan, laporan tahunan, kantor, diubah sesuai dengan manifestasi yang diinginkan perusahaan. Tahap ini fokus kepada perubahan estetika *brand* dan elemen *tangible* (logo, *jingle*, iklan, atau elemen visual lain), di mana simbol tunggal melambangkan posisi *brand*.
- d. *Relaunching* (Pengkomunikasian *brand* baru) merupakan tahap akhir, di mana pengkomunikasian *brand* baru kepada publik secara internal dan eksternal perusahaan dilakukan sehingga *awareness* masyarakat terbentuk.

C. Madrasah Kompetitif

1. Pengertian Madrasah kompetitif

Madrasah sebagaimana telah diuraikan sebelumnya berasal dari kata *darasa* yang berarti belajar. Jadi madrasah tempat belajar bagi siswa atau mahasiswa (umat Islam). Dalam sejarah pendidikan Islam, makna dari madrasah tersebut memegang peran penting sebagai institusi belajar umat Islam selama pertumbuhan dan perkembangannya, sebab pemakaian madrasah secara definitif baru muncul pada abad ke-11. Lukman Asha menjelaskan bahwa madrasah adalah wadah atau tempat yang diatur untuk belajar ilmu pengetahuan agama Islam yang paling utama dan ilmu pengetahuan keahlian lainnya.³⁸

Sedangkan, kompetitif menurut KBBI secara bahasa berarti, bersifat kompetisi, berdaya saing dan mampu bersaing. Menurut

³⁸ Lukman Asha, Manajemen Pendidikan Madrasah, (Yogyakarta: Azyan Mitra Media, 2020), 23-24

istilah, kompetitif menunjukkan kemampuan seseorang atau suatu lembaga untuk bersaing dengan pihak lain dalam mencapai tujuan tertentu atau memperoleh hasil terbaik. Menurut Fandy Tjiptono, sifat kompetitif menunjukkan daya saing yang diwujudkan lewat upaya mempertahankan keunggulan berkelanjutan. Dalam konteks lembaga pendidikan atau madrasah, ini berarti kemampuan untuk terus meningkatkan mutu, inovasi, dan layanan agar tetap unggul dibanding lembaga lain.

Dengan demikian, Madrasah kompetitif adalah lembaga pendidikan Islam yang memiliki kemampuan untuk bersaing secara efektif dengan lembaga pendidikan lainnya dalam mencapai tujuan pendidikan, melalui peningkatan mutu, inovasi, serta keunggulan dalam berbagai aspek seperti akademik, karakter, dan pelayanan. Madrasah kompetitif tidak hanya menjadi tempat belajar bagi peserta didik, tetapi juga berupaya meningkatkan daya saing melalui kualitas pembelajaran, pengelolaan, dan pencapaian hasil pendidikan yang unggul sehingga mampu bertahan dan diakui dalam lingkungan pendidikan yang semakin dinamis.

2. Ciri-ciri Madrasah Kompetitif

- a. Input (calon siswa) terseleksi secara ketat dengan kriteria tertentu.
- b. Lingkungan belajar yang kondusif baik fisik maupun psikologis mendukung berkembangnya potensi siswa menjadi keunggulan nyata.
- c. Guru dan tenaga kependidikan yang profesional: penguasaan materi, metode, serta komitmen tinggi.
- d. Kurikulum yang inovatif/diperkaya sesuai tuntutan siswa yang punya motivasi dan kecepatan belajar tinggi.
- e. Prestasi akademik dan non-akademik di atas rata-rata madrasah/sekolah dalam lingkungan sekitarnya.³⁹

³⁹ Agus Maimun and Agus Zaenul Fitri, *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetitif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010)

D. Sumber Daya Manusia

1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia antara satu dengan yang lain mempunyai sifat yang berbeda dan memiliki pola pikir yang berbeda bukan seperti benda mati.⁴⁰ Awalnya sumber daya manusia merupakan terjemahan dari “*human resources*”, namun ada beberapa ahli yang menyamakan sumber daya manusia dengan “*manpower*” (tenaga kerja). Selain itu, beberapa orang juga menyamakan pengertian sumber daya manusia dengan personal (personalia, kepegawaian, dan sebagainya).⁴¹ Sumber daya manusia adalah kemampuan intelektual dan fisik yang dimiliki seorang individu, perilaku dan sifatnya sebagian besar dipengaruhi oleh keturunan maupun lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya dalam bekerja.⁴²

Teori Sumber Daya Manusia (*Human Resource Theory*) merupakan landasan konseptual yang menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dalam mencapai tujuan organisasi. Menurut Michael Armstrong, sumber daya manusia merupakan aset paling penting dalam organisasi yang berperan sebagai penggerak utama dalam mencapai tujuan organisasi. Armstrong menekankan bahwa SDM bukan sekadar tenaga kerja, tetapi individu yang memiliki kemampuan, pengetahuan, keterampilan, serta potensi yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

Dalam perspektifnya, manajemen sumber daya manusia (*Human Resource Management/HRM*) adalah pendekatan strategis dan terpadu dalam mengelola orang-orang dalam organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengembangan kinerja individu dan

⁴⁰ Benjamin Bukit, dkk., *Pengembangan Sumber Daya Manusia (Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi)*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017), 2.

⁴¹ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2017), 3.

⁴² Benjamin Bukit, dkk., *Pengembangan Sumber Daya Manusia (Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi)*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017), 3.

organisasi. Berdasarkan teori Armstrong, sumber daya manusia merupakan aset strategis organisasi yang memiliki kompetensi, kinerja, keterlibatan, dan potensi pengembangan yang harus dikelola secara sistematis untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan demikian, keberhasilan organisasi sangat ditentukan oleh kualitas pengelolaan SDM.⁴³

E. Madrasah Unggul

1. Pengertian Madrasah Unggul

Secara terminologis sekolah unggul adalah sekolah yang dikembangkan untuk mencapai keunggulan dalam keluaran (output) pendidikannya. Untuk mencapai keunggulan tersebut maka masukan (input), proses pendidikan, guru dan tenaga kependidikan, manajemen, layanan pendidikan, serta sarana penunjangnya harus diarahkan untuk menunjang tercapainya tujuan tersebut.

Di Indonesia, istilah sekolah unggul pertama kali digagas oleh Wardiman Djojonegoro (Mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan) pada tahun 1994. Gagasan tersebut lahir dari adanya suatu keinginan kuat untuk menghadirkan sekolah sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai visi yang jauh menjangkau ke depan dan berwawasan keunggulan. Bahkan Djojonegoro mengekspektasikan bahwa kehadiran sekolah unggul di setiap propinsi di Indonesia akan membuat terjadinya distribusi ilmu pengetahuan dan dengan demikian sasaran berikutnya ialah terjadinya akselerasi peningkatan sumber daya manusia (SDM). Oleh karena itu, kehadiran sekolah unggul bukan untuk diskriminasi, tetapi untuk menyiapkan SDM yang berkualitas dan memiliki wawasan keunggulan.⁴⁴

Gagasan tentang sekolah unggul tersebut telah mendorong dikembangkannya konsep madrasah unggul. Madrasah unggulan

⁴³ Armstrong, Michael & Taylor, Stephen. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice* (13th ed.). London: Kogan Page.

⁴⁴ W. Djojonegoro, "Sekolah Unggulan," *Jurnal Populer Sumber Daya Manusia* 5, (1998): 15.

adalah madrasah program unggulan yang lahir dari keinginan untuk memiliki madrasah yang mampu berprestasi di tingkat nasional dan dunia dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi ditunjang oleh akhlakul karimah.⁴⁵ Dengan kata lain, pengembangan madrasah unggulan sejajar dengan pengembangan sekolah unggulan yang masing-masing dikembangkan untuk mencapai keunggulan dalam keluaran (output) pendidikannya. Untuk mencapai keunggulan tersebut, masukan (input), proses pendidikan, guru dan tenaga kependidikan, manajemen, layanan pendidikan, serta sarana penunjangnya harus diarahkan untuk menunjang tercapainya tujuan tersebut.

Dalam praktik di lapangan terdapat tiga tipe madrasah atau sekolah Islam unggulan.⁴⁶ Ketiga madrasah atau sekolah Islam unggulan tersebut, yaitu tipe madrasah atau sekolah Islam berbasis pada anak cerdas. Jenis tipe ini yaitu *pertama*, sekolah atau madrasah hanya menerima dan menyeleksi secara ketat calon siswa yang masuk dengan kriteria memiliki prestasi akademik yang tinggi. Meskipun proses belajar-mengajar di lingkungan madrasah atau sekolah Islam tersebut tidak terlalu istimewa bahkan biasa-biasa saja, namun karena *input* siswa yang unggul, maka memengaruhi outputnya tetap berkualitas. *Kedua*, tipe madrasah atau sekolah Islam berbasis pada fasilitas. Sekolah Islam atau madrasah semacam ini cenderung menawarkan fasilitas yang serba lengkap dan memadai untuk menunjang kegiatan pembelajarannya. Tipe ini cenderung memasang tarif lebih tinggi ketimbang rata-rata sekolah atau madrasah pada umumnya. *Ketiga*, tipe madrasah atau sekolah Islam berbasis pada iklim belajar. Tipe ini cenderung menekankan pada iklim belajar yang positif di lingkungan madrasah. Lembaga pendidikan dapat menerima

⁴⁵ Depag RI, *Desain Pengembangan Madrasah*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam).

⁴⁶ Moedjiarto, *Sekolah Unggul* (Surabaya: Duta Graha Pustaka), 34.

dan mampu memproses siswa yang masuk (*input*) dengan prestasi rendah menjadi lulusan (*output*) yang bermutu tinggi.

Dari uraian di atas dapat didefinisikan bahwa madrasah unggulan adalah lembaga pendidikan Islam yang memiliki komponen unggul, yang tercermin pada sumber daya manusia (pendidik, tenaga kependidikan, dan siswa) sarana prasarana, serta fasilitas pendukung lainnya untuk menghasilkan lulusan yang mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi secara terampil, memiliki kekokohan spiritual (iman dan/atau Islam), dan memiliki kepribadian akhlak mulia.

2. Karakteristik Madrasah Unggul

Secara teoretis, karakteristik madrasah unggul bisa diklasifikasi ke dalam beberapa kriteria, antara lain: keunggulan proses pembelajaran, keunggulan sarana-prasarana atau fasilitas belajar, keunggulan lingkungan pendidikan, keunggulan kognitif, keunggulan ekstrakurikuler, keunggulan mulok, keunggulan *life skill*, keunggulan administrasi, dan lain-lain. Tentu yang dikehendaki adalah keunggulan *multifacet*.

Kemendikbud umpamanya, menetapkan kriteria sekolah unggul sebagai berikut: (1) input siswa melalui seleksi yang ketat berdasarkan kriteria dan standar; (2) sarana prasarana belajar yang memadai, baik intra maupun ekstra; (3) lingkungan sekolah yang kondusif; (4) guru dan tenaga kependidikan yang memiliki kualifikasi sesuai dengan persyaratan dan ketentuan Undang-undang Guru dan Dosen tahun 2005; (5) kurikulum yang diperkaya, yang mampu mengembangkan dan memfasilitasi potensi, bakat, kreasi siswa; (6) Rentang waktu belajar di sekolah lebih panjang; (7) proses belajar mengajar yang berkualitas; (8) perlakuan tambahan di luar kurikulum nasional; dan (9) menjadi pusat keunggulan bagi sekolah-sekolah di sekitarnya.⁴⁷

⁴⁷ F. Subhan, *Membangun Sekolah Unggulan Dalam Sistem Pesantren*, (Surabaya: Alpha), 19.

Harris and Bennett (dalam Jalal, 2012) mengemukakan bahwa karakteristik sekolah unggul, yaitu: (1) Kepemimpinan yang profesional (*Profesional Leadership*); (2) Visi dan tujuan bersama (*Shared Vision and Goals*); (3) Lingkungan belajar (*a Learning Environment*); (4) Konsentrasi pada belajar-mengajar (*Concentration on Learning and Teaching*); (5) Harapan yang tinggi (*High Expectation*); (6) Penguatan/pengayaan/ pementapan yang positif (*Positive Reinforcement*); (7) Pemantauan kemajuan (*Monitoring Progress*); (8) Hak dan tanggung jawab peserta didik (*Pupil Rights and Responsibility*); (9) Pengajaran yang penuh makna (*Purposeful Teaching*); (10) Organisasi pembelajar (*a Learning Organization*); dan (11) Kemitraan keluargasekolah (*Home-School Partnership*).

Dari semua kriteria tentang madrasah atau sekolah unggul atau madrasah model pasti dirujuk pada Peraturan Pemerintah No. 19/2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP) yang menjadi kriteria minimal sistem pendidikan di seluruh Indonesia. Standarisasi pendidikan ini berfungsi sebagai dasar dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pendidikan dalam rangka mewujudkan pendidikan nasional yang bermutu. Artinya, jika madrasah telah memenuhi semua atau sebagian besar kriteria SNP, maka madrasah tersebut disebut sebagai Madrasah Standar Nasional (MSN) atau Madrasah Kategori Mandiri (MKM). Dalam posisi ini madrasah berada pada level Unggulan atau Model, selanjutnya meningkat statusnya menjadi Madrasah Standar Internasional (MSI), akan berada pada level Model yang menjadi idealisasi sebuah madrasah.

Dalam konteks madrasah, Zayadi⁴⁸ mengemukakan beberapa unsur karakteristik madrasah unggul ialah: *pertama*, aspek administrasi atau manajemen, yaitu (1) maksimal 6 kelas untuk tiap tingkatan, (2) tiap kelas terdiri atas 30 siswa, (3) rasio guru kelas adalah 1:25, (4)

⁴⁸ A. Zayadi, *Desain Pengembagnag Madrasah*, (Jakarta: Dirjen Kelembagaan Pendidikan Islam Depag RI), 57.

mendokumentasi perkembangan tiap siswa, dan (5) transparan dan akuntabel. *Kedua*, aspek ketenagaan, yaitu (1) kepala madrasah yaitu (a) minimal S2 untuk MA, S1 untuk Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI), (b) pengalaman minimal 5 tahun menjadi kepala madrasah, (c) mampu berbahasa Arab atau berbahasa Inggris, (d) lulus tes (*fit and proper test*), (e) sistem kontrak satu tahunan, dan (f) siap tinggal di kompleks madrasah, (2) guru, yaitu (a) minimal S1, (b) spesialisasi sesuai mata pelajaran, (c) pengalaman mengajar minimal 5 tahun, (d) mampu berbahasa Arab atau bahasa Inggris, (e) lulus test (*fit and proper test*), dan (f) sistem kontrak 1 tahun, (3) tenaga kependidikan, yaitu (a) minimal S1, (b) spesialisasi sesuai dengan bidang tugas, dan (c) pengalaman mengelola minimal 3 tahun. *Ketiga*, aspek kesiswaan terdiri dari (1) input, yaitu (a) sepuluh besar MTs (untuk MA), (b) sepuluh besar MI (untuk MTs), dan (c) lulus tes akademik (bahasa Arab dan Inggris) dan (2) output, yaitu (a) menguasai berbagai disiplin ilmu, (b) mampu berbahasa Arab maupun bahasa Inggris, (c) terampil menulis dan berbicara (Indonesia) dengan baik, dan (d) siap bersaing untuk memasuki jenjang lebih tinggi yakni universitas atau institut bermutu di dalam negeri. *Keempat*, aspek kultur belajar, yaitu (1) *full day school*, (2) *student centered learning*, (3) kurikulum dikembangkan dengan melibatkan seluruh elemen madrasah termasuk siswa, (4) bahasa pengantar Arab dan Inggris, (5) sistem *droup out*, dan (6) pendekatan belajar dengan fleksibilitas tinggi dengan mengikuti perkembangan metode-metode pembelajaran terbaru. Dan, *kelima*, aspek sarana dan prasarana, yaitu (1) perpustakaan yang memadai, (2) laboratorium (IPA, Bahasa dan Matematika), (3) laboratorium alam yang memadai, (4) mushalla, dan (5) lapangan dan fasilitas olahraga lainnya yang memadai. Terkait dengan madrasah unggul dan model, Mastuhu menglasifikasi kriteria madrasah unggul ke dalam dua hal, yaitu: (1) sumber daya manusia (SDM) dan (2) perangkat pendidikan. Sumber daya manusia terdiri

atas pimpinan madrasah, guru, siswa, dan tenaga kependidikan. Perangkat keras (hardware) berupa bangunan madrasah, masjid, lapangan olahraga, dan fasilitas pendidikan lainnya. Perangkat lunak (software) berupa visi, misi, tujuan, kurikulum, metode pembelajaran sistem penilaian, dan lain-lain.⁴⁹ Dengan demikian, kriteria, karakteristik dan standar madrasah dapat dikelompokkan ke dalam dua substansi utama, yaitu sistem kelembagaan dan sistem pembelajaran.

Dalam konteks pendidikan di Indonesia, pemerintah telah memberikan ramburambu, bagaimana menciptakan sekolah/madrasah yang memiliki kualitas baik. Salah satunya adalah dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP) yang menjadi acuan minimal kualitas pendidikan, yaitu standar isi, standar proses, standar sarana prasarana, standar kompetensi lulusan, standar pengelolaan, standar pembiayaan, standar pendidik dan tenaga pendidik, dan standar penilaian. Madrasah yang bermutu karenanya adalah madrasah yang secara konsisten berorientasi pada implementasi SNP sebagaimana ditetapkan oleh pemerintah. Dengan kata lain, pemenuhan SNP tersebut akan menjadi menjadi tool untuk mempercepat meningkatkannya kualitas pendidikan di Indonesia. Sekolah/madrasah berkualitas akan menghasilkan lulusan (*output*) yang memiliki daya saing tinggi, mampu berkompetensi di dunia global, yang pada akhirnya akan menjadi salah satu tolak ukur kemajuan suatu bangsa.

⁴⁹ Mastuhu, *Pemberdayaan Sistem Pendidikan Islam*, (Jakarta: Inis), 58.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut sugiyono penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif menekankan pentingnya pemahaman menyeluruh terhadap fenomena sosial yang dikaji, melalui proses observasi langsung, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk menggali pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial, perilaku manusia, dan pengalaman individu. Penelitian ini lebih mengutamakan proses interpretasi daripada kuantifikasi.⁵⁰ Serta penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan keadaan di lapangan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan rancangan multisitus dimana subjek yang diteliti memiliki kesamaan latar belakang dan lembaga. Menurut Bogdan dan Biklen studi multisitus merupakan salah satu bentuk penelitian kualitatif yang memang dapat digunakan terutama untuk mengembangkan teori yang diangkat dari beberapa latar belakang penelitian yang serupa, sehingga dapat dihasilkan teori yang dapat ditranfer yang lebih luas dan lebih umum cakupannya.⁵¹ Rencana penelitian ini menggunakan rencana studi multi situs. Rencana multi situs adalah suatu rancangan penelitian kualitatif yang melibatkan beberapa situs, tempat dan subjek penelitian. Subjek-subjek penelitian tersebut diasumsikan memiliki

⁵⁰ Meci Nilam Sari, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: Mega Press Nusantara, 2024), 2

⁵¹ Robert Bidgan & Sari Knopp Biklen, *Qualitatif research for aducation: and introduction theory and methods* (Boston: Allyn & bacon Inc. 2002), 105.

karakteristik yang sama. Studi multi situs ini masih merupakan bagian dari penelitian studi kasus yang bersanding dengan studi multi kasus.

Penelitian ini mengkaji fenomena di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo tentang kebijakan manajemen pemasaran melalui *rebranding* untuk meningkatkan sekolah kompetitif yang mana dapat meningkatkan kredibilitas madrasah di mata masyarakat umum dan warga madrasah dalam kesungguhannya meningkatkan kualitas pendidikan madrasah. Peneliti akan berpartisipasi langsung demi mendapatkan data yang benar dan akurat serta mendalam mengenai manajemen pemasaran melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

B. Data Dan Sumber Data

Menurut Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lainnya.⁵² Berkaitan dengan hal itu, sumber dan jenis data dalam penelitian ini adalah: kata-kata, tindakan, sumber tertulis, foto, dan statistik. Pertama, kata-kata. Kata-kata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kata-kata orang yang diwawancarai atau informan penting yaitu kepala sekolah, waka kurikulum atau wakil kepala sekolah, waka humas, waka sarana prasarana, guru, petugas perpustakaan dan peserta didik. Kedua, tindakan. Tindakan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan orang-orang yang diamati, yaitu seluruh warga MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo. Ketiga, sumber tertulis. Meskipun sumber data tertulis bukan merupakan sumber data utama, tetapi pada tataran relitas peneliti tidak bisa melepaskan diri dari sumber data tertulis sebagai data pendukung.

Data pendukung yang dimaksudkan yaitu sumber data yang diperoleh tidak langsung misalnya melalui dokumen dan data yang sudah jadi dan atau disajikan pihak lain. Dokumentasi yang di butuhkan peneliti adalah terkait dengan bukti fisik yang dapat mendukung hasil penelitian, proses kegiatan

⁵² Lofland, *Analyzing Social Setting: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*, (Belmont, Cal: Wadsworth Publishing Company, 1984), h. 47.

manajemen pemasaran melalui *rebranding* dari perencanaan dan pelaksanaan serta dampaknya di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo untuk meningkatkan sekolah kompetitif. Keempat, foto. Dalam penelitian ini, foto digunakan sebagai sumber data penguat hasil observasi, karena pada tataran realitas foto dapat menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif.

C. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang diambil dan diperoleh pada penelitian deskriptif ini yaitu data kualitatif, teknik pengumpulan data tetap merupakan langkah yang strategis, karena tujuan pokok penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi yang alami, Sumber data primer, dan lebih banyak pada teknik observasi dan dokumentasi. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Menurut Simms dan Erwin, bahwa berbagai literatur tentang bagaimana proses wawancara menjelaskan bahwa pewawancara yang baik memerlukan kemampuan dan kualitas yang merupakan faktor bawaan dari peneliti bukan dari orang lain. Wawancara merupakan pertemuan atau interaksi tatap muka. Peneliti melakukan wawancara berdasarkan panduan atau model, sehingga wawancara dianggap sebagai kinerja sosial, dan telah terorganisir. Wawancara merupakan percakapan individu atau kelompok untuk mendapatkan informasi sebagai data penelitian.⁵³

Sebagaimana yang ditulis oleh Lincoln dan Guba, maksud dan tujuan dilakukannya wawancara dalam penelitian kualitatif adalah (1) mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan. Motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain, (2) merekonstruksi

⁵³ Ifit Novita Sari dkk., *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: Unisma Press, 2022) h.

kebulatan-kebulatan yang dialami masa lalu, (3) memproyeksikan kebulatan-kebulatan yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang, (4) memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun data dokumen, dan (5) memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.⁵⁴ Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka.

Maksud wawancara terbuka dalam konteks penelitian ini adalah orang-orang yang diwawancarai (informan) mengetahui bahwa mereka sedang di wawancarai dan mengetahui pula maksud dan tujuan diwawancarai. Artinya pelaksanaan tanya jawab mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari. Orang-orang yang dijadikan informan dalam penelitian ini, ditetapkan dengan cara purposive.

2. Observasi

Menurut King, bahwa peneliti kualitatif untuk menggambarkan lokasi secara natural dan utuh, wajib datang kelapangan. Peneliti harus mendapatkan kerjasama yang baik dengan subjek penelitian untuk menggambarkan realita, misalnya klinik, salon kecantikan, pusat penitipan anak atau situs dimanapun. Peneliti mendapatkan realita secara utuh harus memiliki keberanian untuk melakukan interaksi dengan subyek penelitian dengan pendekatan bola salju, sampai data secara rinci telah ditemukan. Berdasarkan pendapat tersebut salah satu teknik pengumpulan data yang perlu mendapatkan perhatian peneliti adalah observasi.⁵⁵

Dengan teknik observasi peneliti mengamati aktifitas-aktifitas sehari-hari objek penelitian, karakteristik fisik, situasi sosial dan perasaan pada waktu menuju bagian dari situasi tersebut. Selama peneliti di

⁵⁴ Lincoln & Guba, *Effective Evaluation* (San Fransisco: Jossey-Bass Publishers, 1981): 266.

⁵⁵ Ifit Novita Sari dkk., *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: Unisma Press, 2022) h. 88-89

lapangan, jenis observasinya tidak tetap. Dalam hal ini peneliti mulai dari observasi deskriptif (*descriptive observations*) secara luas, yaitu berusaha melukiskan secara umum situasi sosial dan apa yang terjadi disana.

Kemudian, setelah perekaman dan analisis data pertama, peneliti menyempitkan pengumpulan datanya dan mulai melakukan observasi terfokus (*focused observations*). Akhirnya, setelah dilakukan lebih banyak lagi analisis dan observasi yang berulang-ulang di lapangan, peneliti dapat menyempitkan lagi penelitiannya dengan melakukan observasi selektif (*selective observations*). Sekalipun demikian, peneliti masih terus melakukan observasi deskriptif sampai akhir pengumpulan data.

4. Dokumentasi

Dokumentasi artinya benda-benda tertulis. Peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian. Menurut sugiyono, bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah terjadi dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Teknik pengumpulan data dokumentasi merupakan pelengkap atau penguat data hasil observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵⁶

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani, sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman (*record*). Lincoln dan Guba membedakan definisi antara dokumen dan rekaman. Menurutnya “rekaman” adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa. Sedangkan “dokumen” adalah setiap bahan tertulis yang tidak dipersiapkan secara khusus untuk tujuan tertentu.⁵⁷

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan dokumentasi adalah dokumentasi tentang visi, misi dan pangkalan data MAN 1 Kabupaten

⁵⁶ Ifit Novita Sari dkk., *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: Unisma Press, 2022) h.

⁵⁷ Lincoln & Guba, *Effective Evaluation* (San Fransisco: Jossey-Bass Publishers, 1981): 228

Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo, struktur organisasi, fasilitas sekolah. Metode dokumentasi di gunakan untuk menggali data mengenai dokumentasi yang berupa foto kegiatan yang berkaitan dengan implementasi dan evaluasi manajemen pemasaran melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

D. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai mengumpulkan data dalam periode tertentu. Model analisis data yang digunakan peneliti adalah model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Komponen dalam analisis data Miles, Huberman dan Saldana sebagai berikut: (1) kondensasi data (*data condensation*) merujuk pada proses pemilihan, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen – dokumen dan materi – materi empiris. Jadi, dapat di simpulkan bahwa proses kondensasi dapat diperoleh setelah peneliti melakukan wawancara dan mendapatkan data tertulis yang ada di lapangan, yang nantinya transkrip wawancara tersebut dipilah-pilah untuk mendapatkan focus penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti, (2) penyajian data (*data display*) merujuk pada sebuah perngorganisasian, penyatuan dan informasi yang di simpulkan. Penyajian data dapat membantu dalam memahami konteks penelitian sebab melakukan analisis yang lebih mendalam, (3) penarikan kesimpulan (*conclusions drawing*) disini peneliti melakukan awal penelitian dengan mengumpulkan data seperti mencari pemahaman yang tidak memiliki pola, mencatat keteraturan penjelasan, dan alur sebab – akibat yang tahap akhirnya di simpulkan keseluruhan data yang diperoleh peneliti.⁵⁸

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan temuan yang baru, dalam pengertian lain temuan tersebut masih

⁵⁸ Matthew B. Miles & A. Michael Huberman dan Jhonny Saldana, *Qualitative Data Analysis* (America: SAGE Publications, 2014), 12-14.

bersifat samar atau kurang jelas. Di sini peneliti berusaha menjelaskan dengan menggunakan teori yang teruji keakuratannya, lalu peneliti menganalisis temuan baru tersebut sehingga menjadi jelas dengan menggunakan komponen dari analisis data yaitu *data condensation*, *data display*, dan *conclusion drawing*.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles Huberman dengan langkah sebagai berikut yaitu *data collection*, *data reduction*, *data display*, *conclusion / verication*. Aktivitas dalam analisis data kualitatif menurut Matthew B. Miles and A. Michael. Huberman dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas. Setelah peneliti selesai menemukan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, lalu peneliti mereduksi data tersebut dengan cara memilah data mana yang sesuai dengan rumusan masalah I, mana yang termasuk rumusan masalah II dan seterusnya. Dari reduksi itu akan menghasilkan atau menemukan kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan serta mengecek ulang dengan bukti yang telah ditemukan di lapangan. Dari komponen-komponen analisis data model di atas dapat dijabarkan secara rinci yaitu *data reduction* / reduksi data, *data display* / penyajian data, dan *conclusion drawing / verification* / penarikan kesimpulan.⁵⁹

E. Teknik Pengecekan Data

Saat melakukan penelitian kualitatif pengecekan keabsahan data adalah sesuatu proses yang wajib dilakukan sebab peneliti menggunakan metode triangulasi untuk memastikan data sesuai dengan sumber penelitian. Teknik triangulasi merupakan model untuk memperbaiki kemungkinan-kemungkinan temuan dan interpretasi akan dapat dipercaya.⁶⁰ Teknik triangulasi memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan

⁵⁹ Matthew B. Miles & A. Michael Huberman dan Jhonny Saldana, *Qualitative Data Analysis*, 31-33.

⁶⁰ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2012), 317.

atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁶¹ Dalam konteks penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Triangulasi Sumber Data

Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam konteks penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber.⁶² Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.⁶³ Contoh penerapan triangulasi dengan sumber dalam konteks penelitian ini adalah berdasarkan wawancara mendalam, observasi, dan dari dokumentasi.

2. Triangulasi Metode

Menurut Patton triangulasi dengan metode dapat dilakukan dengan cara pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.⁶⁴ Mengacu pada pendapat Patton dengan menggunakan strategi pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa sumber data dengan metode yang sama. Triangulasi metode dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode interview sama dengan metode observasi, atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika di-interview dan di observasi akan memberikan informasi yang sama atau berbeda. Apabila berbeda maka peneliti harus dapat menjelaskan perbedaan itu, tujuannya adalah untuk mencari kesamaan data dengan metode yang berbeda.

⁶¹ Norman K. Denzin, *Sociological Methods* (New York: McGrawHill, 1978), 65.

⁶² *Ibid*, 65

⁶³ Michael Quinn Patton, *Qualitative Evaluation Methods* (Beverly Hills: Sage Publications, Inc, 1987), 331

⁶⁴ *Ibid*, 329

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembandingan. Secara induktif dilakukan dengan jalan memikirkan kemungkinan logis.⁶⁵ Triangulasi dengan teori menurut pendapat Lincoln dan Guba yaitu bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih dari teori. Kemudian Patton berpendapat lain bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanation*).⁶⁶ Hal itu dapat dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lainnya untuk mengorganisasikan data yang barangkali mengarahkan pada upaya penemuan penelitian. Apabila peneliti gagal menemukan informasi yang cukup kuat untuk menjelaskan kembali informasi yang telah diperoleh, justru peneliti telah mendapat bukti bahwa derajat kepercayaan hasil penelitian sudah tinggi.

⁶⁵ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: KENCANA, 2008), 257.

⁶⁶ Lincoln & Guba, *Effective Evaluation*, 307.

BAB IV

STRATEGI MADRASAH MELALUI *REBRANDING* DALAM MENINGKATKAN SEKOLAH KOMPETITIF DI MAN 1 KABUPATEN MADIUN DAN MAN 2 KABUPATEN PONOROGO

A. Paparan Data Umum

1. MAN 1 Kabupaten Madiun

a. Sejarah MAN 1 Kabupaten Madiun

Keberadaan Madrasah Aliyah Negeri Kembangawit yang sekarang menjadi Madrasah Aliyah Negeri 1 memiliki sejarah yang cukup panjang. Diawali dengan adanya Pondok Pesantren “Subulul Huda” dibawah pimpinan K.H Munirul Ichwan (alm), berlokasi di Dukuh Kembangawit, Desa Rejosari, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun. Diawal pendiriannya, Madrasah ini merupakan lembaga non formal dan melaksanakan pendidikan khususnya untuk mempelajari / mendalami ajaran Islam dengan system tradisional pondok pesantren. Pada tanggal 23 Agustus 1954, tokoh-tokoh dan pengasuh dari pondok pesantren “Subulul Huda” diantaranya KH. Munirul Ichwan, KH. Achsani, KH. Mufti dan Kyai Dardiri mempelopori berdirinya lembaga pendidikan formal di lingkungan pondok, dan berhasil mendirikan Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah “Salafiyah”.

Dalam perkembangan selanjutnya, pasca peristiwa Pemberontakan PKI (G 30 S PKI) tahun 1965, pemerintah sangat memerlukan adanya sinergi antara pemerintah dan pondok pesantren, oleh karena itu Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah “Salafiyah” diminta oleh pemerintah untuk dijadikan lembaga pendidikan negeri / yang dikelola oleh pemerintah. Semula pihak Yayasan Subulul Huda keberatan dengan penegerian tersebut, tapi dengan beberapa persyaratan yang diminta Yayasan akhirnya disetujui Madrasah Tsanawiyah dan

Madrasah Aliyah “Salafiyah” dinegerikan. Sesuai dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 39 Tahun 1968 Madrasah Aliyah ”Salafiyah” berstatus Negeri dengan nama Madrasah Aliyah Agama Islam Negeri (MAAIN) Kembangawit Kebonsari Madiun. Dalam perkembangan selanjutnya berdasar regulasi yang ada, sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama, pada tahun 1979 nama MAAIN berubah menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kembangawit dan tetap berada di lingkungan Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit. Pada tahun 1985 menyesuaikan dengan tuntutan bahwa Madrasah Aliyah harus berada di jalan poros, maka MAN Kembangawit mendapat proyek pengadaan tanah pertama kali yang berada di wilayah dua desa yaitu di bagian depan dukuh Sukorejo, desa Kedodondong dan bagian belakang dukuh Serut Sewu desa Rejosari. Kedua wilayah teritori tersebut masih dalam satu wilayah Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun. Dan di wilayah inilah MAN Kembangawit yang sekarang berubah nama menjadi MAN 1 berkembang sampai sekarang.

b. Letak geografis MAN 1 Kabupaten Madiun

MAN 1 Kabupaten Madiun (MAN 1 Madiun) berlokasi di Jl. Raya Kebonsari, Desa Rejosari, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun, Provinsi Jawa Timur. Sekolah ini terletak di kawasan strategis di wilayah Kebonsari, Kabupaten Madiun, yang mudah dijangkau dan berada di bawah naungan Kementerian Agama dengan fokus pada program Plus Keterampilan.

c. Identitas MAN 1 Kabupaten Madiun

Adapun secara terperinci, identitas MAN 1 Madiun adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Identitas MAN 1 Kabupaten Madiun

NPSN	20580850
------	----------

Nama	MAN 1 MADIUN
Status Sekolah	Negeri
Alamat Jalan	Jl. Raya Kebonsari Ds. Rejosari Kec. Kebonsari Kab. Madiun
Desa/ Kelurahan	Rejosari
Kecamatan	Kebonsari
Kabupaten/ Kota	Madiun
Provinsi	Jawa Timur
Kode Pos	63173
Bentuk Pendidikan	MA
Kepala Sekolah	Basuki Rachmat
Akreditasi	A

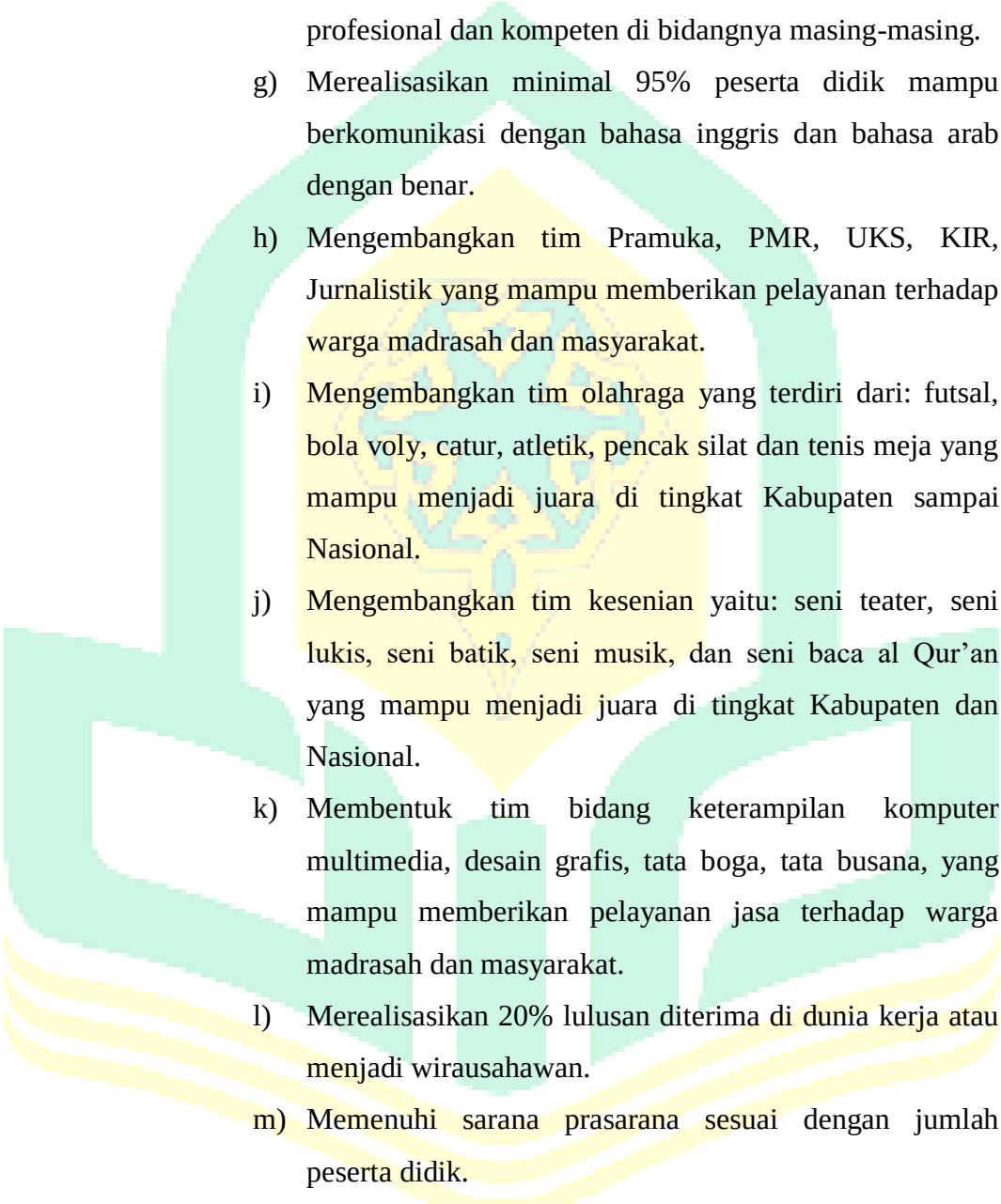
d. Program Unggulan MAN 1 Kabupaten Madiun

- 1) Program SKS 2 Tahun
- 2) Kelas Tahfidz
- 3) Kelas Jepang
- 4) Kelas Seni dan Olahraga
- 5) Program Keterampilan (kelas multimedia, kelas desain grafis, kelas tata boga, dan kelas tata busana)

e. Visi, Misi, dan Tujuan MAN 1 Kabupaten Madiun

- 1) Visi MAN 1 Kabupaten Madiun
“Mewujudkan lulusan yang berakhlak mulia, berprestasi, terampil dan berbudaya lingkungan.”
- 2) Misi MAN 1 Kabupaten Madiun
 - a) Meningkatkan proses pembinaan, penghayatan dan pengamalan ajaran islam.
 - b) Meningkatkan proses pembelajaran secara efektif dan efisien.

- c) Memberikan layanan kepada seluruh kebutuhan peserta didik termasuk anak-anak yang memiliki bakat minat dan kecepatan belajar yang istimewa.
 - d) Meningkatkan bimbingan untuk menghadapi lomba akademik dan non akademik.
 - e) Melaksanakan bimbingan secara efektif untuk menghadapi seleksi masuk perguruan tinggi negeri (PTN).
 - f) Meningkatkan proses pembinaan keterampilan multimedia, desain grafis, tata boga, tata busana dan menumbuhkan semangat kewirausahaan (*enterpreneurship*).
 - g) Meningkatkan sarana dan prasarana madrasah.
 - h) Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para pelanggan (stakeholder).
 - i) Mengupayakan peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) madrasah.
 - j) Meningkatkan kepedulian terhadap pelestarian fungsi lingkungan.
 - k) Meningkatkan kepedulian terhadap pencegahan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup.
- 3) Tujuan MAN 1 Kabupaten Madiun
- a) Merealisasikan minimal 95% peserta didik mampu menghayati dan mengamalkan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.
 - b) Merealisasikan minimal 75% output dapat diterima di perguruan tinggi negeri.
 - c) Merealisasikan lulusan yang sesuai dengan bakat minat dan kecepatan belajar peserta didik.
 - d) Menghasilkan 200 prestasi akademik dan non akademik.

- 
- e) Mampu mengembangkan bakat dan minat/ menanamkan kesadaran peserta didik pada pengembangan bakat dan minat.
 - f) Memiliki pendidik dan tenaga pendidikan yang profesional dan kompeten di bidangnya masing-masing.
 - g) Merealisasikan minimal 95% peserta didik mampu berkomunikasi dengan bahasa inggris dan bahasa arab dengan benar.
 - h) Mengembangkan tim Pramuka, PMR, UKS, KIR, Jurnalistik yang mampu memberikan pelayanan terhadap warga madrasah dan masyarakat.
 - i) Mengembangkan tim olahraga yang terdiri dari: futsal, bola voly, catur, atletik, pencak silat dan tenis meja yang mampu menjadi juara di tingkat Kabupaten sampai Nasional.
 - j) Mengembangkan tim kesenian yaitu: seni teater, seni lukis, seni batik, seni musik, dan seni baca al Qur'an yang mampu menjadi juara di tingkat Kabupaten dan Nasional.
 - k) Membentuk tim bidang keterampilan komputer multimedia, desain grafis, tata boga, tata busana, yang mampu memberikan pelayanan jasa terhadap warga madrasah dan masyarakat.
 - l) Merealisasikan 20% lulusan diterima di dunia kerja atau menjadi wirausahawan.
 - m) Memenuhi sarana prasarana sesuai dengan jumlah peserta didik.
 - n) Merealisasikan pendidik dan tenaga kependidikan yang mampu memberikan pelayanan prima kepada para pelanggan.

- o) Memiliki tim pengelola pelestarian fungsi lingkungan yang mampu mengantarkan madrasah menjadi madrasah adiwiyata mandiri.
- p) Memiliki tim pengelola pencegahan terhadap pencemaran lingkungan.

2. MAN 2 Kabupaten Ponorogo

a. Sejarah MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Berbicara sejarah, Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Ponorogo merupakan lembaga alih fungsi dari Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Ponorogo seperti tertuang dalam Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 1990 dan 42 tahun 1992. MAN 2 Ponorogo juga merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berada di bawah Kementerian Agama dengan nomor statistik madrasah 131135020002 yang berstatus Negeri. MAN 2 Ponorogo sebagai lembaga pendidikan menengah negeri tertua di Kementerian Agama Kabupaten Ponorogo (eks. PGAN Ponorogo) terus melayani masyarakat dengan memberikan pelayanan pendidikan yang berorientasi pada konsep “Ulul Albab” yaitu tangguh dalam pembinaan Iman dan Taqwa serta menguasai Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. MAN 2 Ponorogo telah mengembangkan berbagai program pendidikan sebagai wujud kesiapan Madrasah untuk menjadi Madrasah bermutu serta menjadi pilihan umat.

b. Letak Geografis MAN 2 Kabupaten Ponorogo

MAN 2 Ponorogo berada di wilayah perkotaan tepatnya di jalan Soekarno Hatta 381 Ponorogo menempati tanah seluas 9.788 m. Alamat lengkap MAN 2 Kabupaten Ponorogo terletak di Jl. Soekarno Hatta No. 381, Kelurahan Keniten, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

c. Identitas MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Tabel 4.2 Identitas MAN 2 Kabupaten Ponorogo

NPSN	20584466
Nama	MAN 2 PONOROGO
Status Sekolah	Negeri
Alamat Jalan	Jalan Soekarno Hatta Nomor 381
Desa/ Kelurahan	Keniten
Kecamatan	Ponorogo
Kabupaten/ Kota	Ponorogo
Provinsi	Jawa Timur
Kode Pos	63412
Bentuk Pendidikan	MA
Kepala Sekolah	Agung Drajatmono, M.Pd.
Akreditasi	A

d. Visi, Misi dan Tujuan MAN 2 Kabupaten Ponorogo

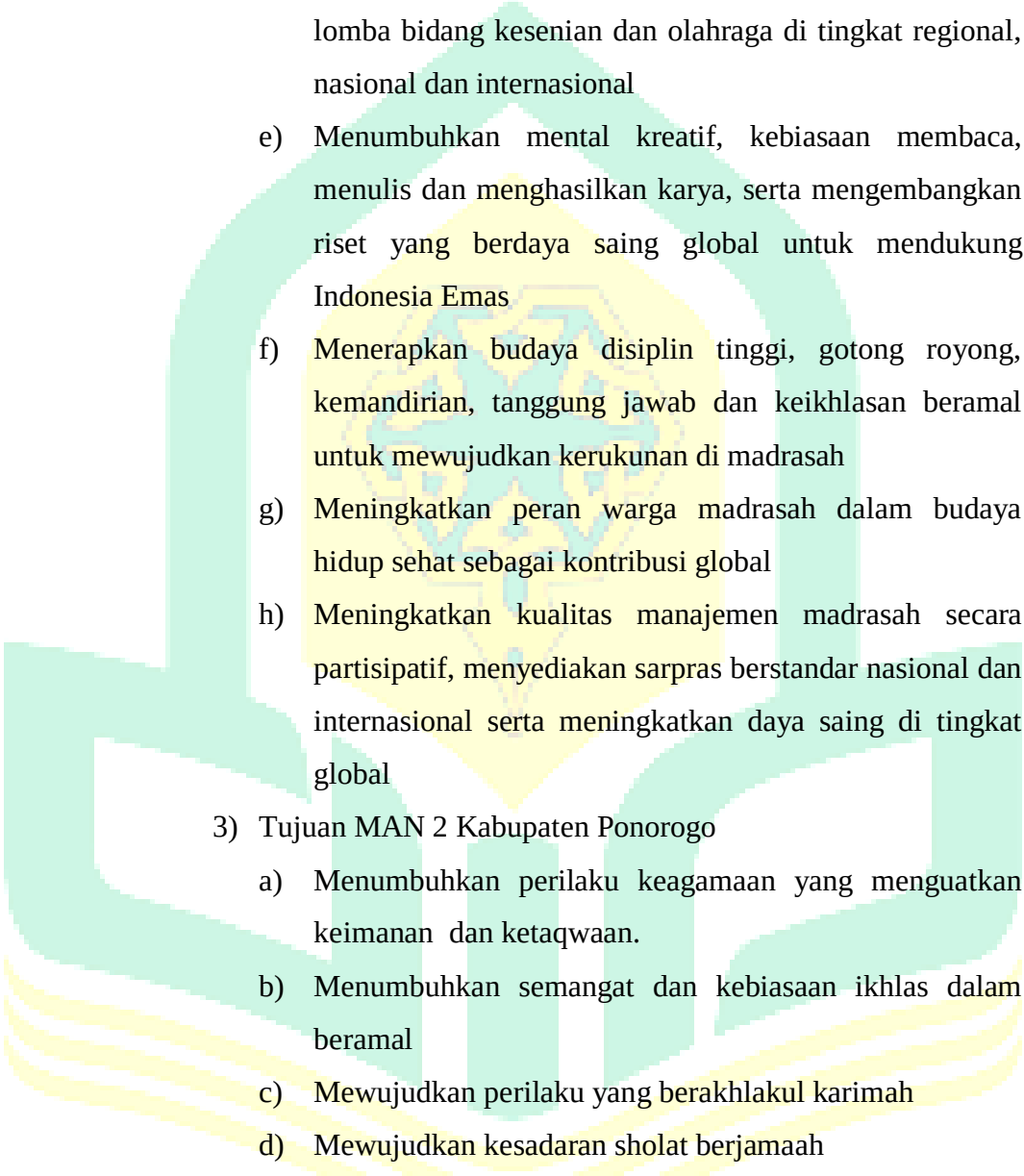
1) Visi MAN 2 Kabupaten Ponorogo

“Terwujudnya warga madrasah yang Religius, Unggul, Berbudaya, dan berintegritas yang mendunia dalam menjadikan masyarakat rukun, maslahat dan cerdas menuju Indonesia Emas.”

2) Misi MAN 2 Kabupaten Ponorogo

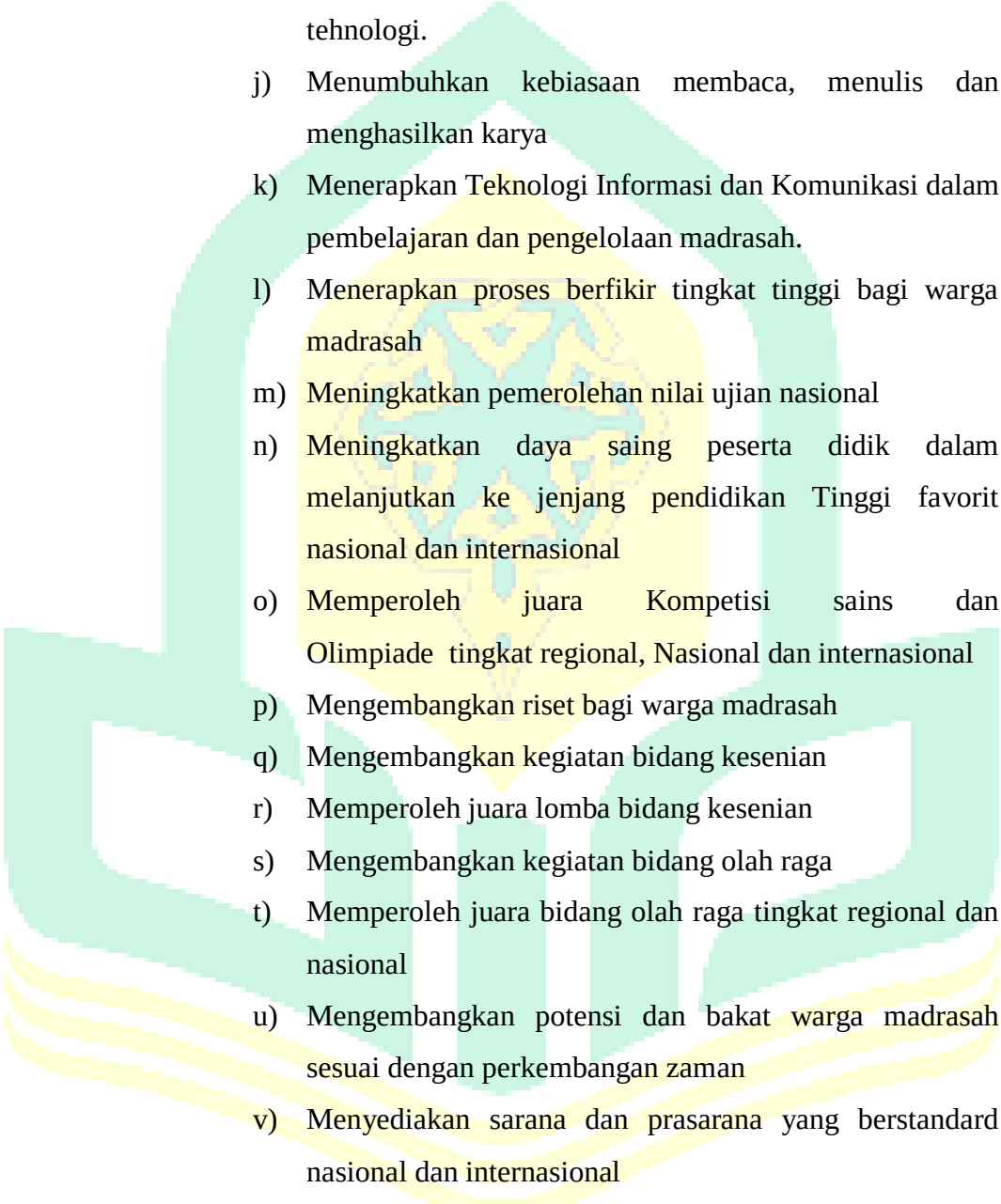
a) Mewujudkan warga madrasah yang berakhlak karimah, berintegritas, menguatkan keimanan dan ketaqwaan serta mengintegrasikan nilai agama dengan kepedulian lingkungan global

b) Melaksanakan pembelajaran efektif dan efisien, menerapkan TIK dan proses berpikir tingkat tinggi untuk mengembangkan kurikulum yang unggul sesuai kebutuhan masa depan

- 
- c) Meningkatkan perolehan dan daya saing siswa untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi favorit nasional dan internasional melalui jalur seleksi terbaik
 - d) Meraih juara dalam kompetisi sains/ olimpiade, serta lomba bidang kesenian dan olahraga di tingkat regional, nasional dan internasional
 - e) Menumbuhkan mental kreatif, kebiasaan membaca, menulis dan menghasilkan karya, serta mengembangkan riset yang berdaya saing global untuk mendukung Indonesia Emas
 - f) Menerapkan budaya disiplin tinggi, gotong royong, kemandirian, tanggung jawab dan keikhlasan beramal untuk mewujudkan kerukunan di madrasah
 - g) Meningkatkan peran warga madrasah dalam budaya hidup sehat sebagai kontribusi global
 - h) Meningkatkan kualitas manajemen madrasah secara partisipatif, menyediakan sarpras berstandar nasional dan internasional serta meningkatkan daya saing di tingkat global

3) Tujuan MAN 2 Kabupaten Ponorogo

- a) Menumbuhkan perilaku keagamaan yang menguatkan keimanan dan ketaqwaan.
- b) Menumbuhkan semangat dan kebiasaan ikhlas dalam beramal
- c) Mewujudkan perilaku yang berakhlakul karimah
- d) Mewujudkan kesadaran sholat berjamaah
- e) Menjaga ketertiban pelaksanaan do'a, membaca dan menghafal Al-qur'an dan asmaul husna
- f) Menumbuhkembangkan mental kreatif bagi warga madrasah
- g) Menerapkan budaya disiplin tinggi bagi warga madrasah

- 
- h) Mengembangkan kurikulum sesuai dengan kebutuhan masa depan
 - i) Melaksanakan pembelajaran yang efektif dan efisien sesuai dengan tuntutan perkembangan budaya dan teknologi.
 - j) Menumbuhkan kebiasaan membaca, menulis dan menghasilkan karya
 - k) Menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam pembelajaran dan pengelolaan madrasah.
 - l) Menerapkan proses berfikir tingkat tinggi bagi warga madrasah
 - m) Meningkatkan pemerolehan nilai ujian nasional
 - n) Meningkatkan daya saing peserta didik dalam melanjutkan ke jenjang pendidikan Tinggi favorit nasional dan internasional
 - o) Memperoleh juara Kompetisi sains dan Olimpiade tingkat regional, Nasional dan internasional
 - p) Mengembangkan riset bagi warga madrasah
 - q) Mengembangkan kegiatan bidang kesenian
 - r) Memperoleh juara lomba bidang kesenian
 - s) Mengembangkan kegiatan bidang olah raga
 - t) Memperoleh juara bidang olah raga tingkat regional dan nasional
 - u) Mengembangkan potensi dan bakat warga madrasah sesuai dengan perkembangan zaman
 - v) Menyediakan sarana dan prasarana yang berstandar nasional dan internasional
 - w) Meningkatkan daya saing madrasah di tingkat regional, nasional dan internasional.
 - x) Meningkatkan kualitas manajemen madrasah

- y) Menerapkan manajemen partisipatif dengan melibatkan seluruh warga madrasah dan lembaga terkait.
- z) Menumbuhkan penghayatan terhadap budaya daerah dan nasional serta keanekaragaman budaya
- aa) Menerapkan budaya gotong royong bagi warga madrasah
- bb) Menumbuhkan pribadi yang mandiri dan bertanggung jawab terhadap tugas
- cc) Meningkatkan peran serta warga madrasah dalam budaya pelestarian lingkungan
- dd) Meningkatkan kesadaran warga madrasah dalam budaya pencegahan kerusakan lingkungan
- ee) Meningkatkan peran warga madrasah dalam budaya pencegahan pencemaran lingkungan
- ff) Menumbuhkembangkan budaya hidup sehat bagi warga masyarakat
- gg) Menjadi madrasah sehat dengan gerakan Usaha Kesehatan Sekolah
- hh) Menanamkan keselarasan ucapan dan perbuatan bagi warga madrasah
- ii) Menjadikan karakter integritas sebagai landasan warga madrasah dalam memberikan pelayanan, bekerja, belajar, berproses dan memperoleh hasil.

B. Paparan Data Khusus

1. Paparan Data MAN 1 Kabupaten Madiun

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 8 dan 13 April 2026. Pada tahap ini peneliti memaparkan data yang diperoleh dari sebuah proses kegiatan yang berupa tahapan yang sudah peneliti lakukan sebelumnya. Baik berupa wawancara, observasi maupun dokumentasi sesudah peneliti melakukan paparan data yang diperoleh, kemudian peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah didapatkan. Berikut ini pemaparan data lapangan

yang berkaitan tentang strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun.

Pada tahap awal, peneliti melakukan wawancara dan observasi terkait keadaan madrasah sebelum dilakukan *rebranding*. Berdasarkan hasil temuan penelitian, kondisi MAN 1 Kabupaten Madiun sebelum dilakukannya *rebranding* menunjukkan karakteristik yang masih cenderung konvensional dan belum sepenuhnya adaptif terhadap perkembangan kebutuhan masyarakat. Secara umum, orientasi utama madrasah pada masa tersebut lebih menitikberatkan pada integrasi pendidikan keagamaan. Proses pembelajaran difokuskan pada penguatan nilai-nilai religius dan pembinaan spiritual peserta didik, sehingga aspek keagamaan menjadi identitas dominan yang ditonjolkan oleh madrasah.⁶⁷

Seperti yang dijelaskan oleh bapak Kepala Madrasah Basuki Rachmat:

“pada awal sebelum ada *rebranding* madrasah ini sebenarnya sudah memiliki positioning yang kurang kuat, dimana madrasah hanya berfokus terhadap pendidikan keagamaan, tetapi mungkin ada beberapa upaya yang sudah dilakukan madrasah untuk menyediakan berbagai layanan yang telah mengikuti perkembangan zaman dan mengikuti kemauan konsumen.”⁶⁸

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa madrasah cenderung dipersiapkan sebagai lembaga pendidikan berbasis keagamaan yang berjalan secara normatif tanpa keunggulan spesifik yang menonjol. Dari sisi layanan akademik, penyelenggaraan pendidikan masih bersifat standar dan mengikuti ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah tanpa adanya inovasi atau diferensiasi yang signifikan. Kurikulum dan metode pembelajaran belum dikembangkan secara maksimal untuk menjawab kebutuhan siswa yang beragam, terutama dalam menghadapi tuntutan global dan

⁶⁷ Observasi, Sebelum *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

⁶⁸ Wawancara, Basuki Rachmat, Strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

perkembangan dunia kerja. Hal ini berdampak pada belum optimalnya daya saing madrasah dibandingkan dengan sekolah lain yang mulai menawarkan program-program unggulan berbasis keterampilan dan pengembangan minat bakat.

Hal ini juga dipaparkan oleh waka humas yaitu Ibu Sulis dalam wawancaranya:

“dalam perumusan terkait profil madrasah, prosesnya belum terlalu sistematis, lebih mengikuti tradisi dan kebijakan yang sudah berjalan sebelumnya, meskipun ada beberapa kebijakan yang baru ketika adanya pergantian kepala madrasah.”⁶⁹

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa, dalam perumusan profil madrasah melalui proses perumusan yang kurang efektif dengan hanya mengikuti tradisi dan kebijakan yang sudah berjalan lama. Dengan begitu, madrasah secara bekerja sama mengadakan perumusan rebranding dengan harapan adanya brand yang kuat dalam bersaing dengan sekolah yang lain.

Selain itu, madrasah pada saat itu juga belum menyediakan program-program khusus, baik akademik maupun non-akademik, yang dirancang secara spesifik sesuai dengan kebutuhan dan minat masyarakat. Kegiatan yang ada masih bersifat umum dan belum terarah pada pembentukan keunggulan tertentu yang dapat menjadi daya tarik utama. Kondisi ini menyebabkan madrasah belum memiliki positioning yang kuat sebagai lembaga pendidikan yang memiliki nilai pembeda.

Meskipun demikian, dari sisi citra, madrasah sebenarnya telah memiliki modal sosial yang cukup baik di mata masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari latar belakang historis berdirinya madrasah yang didirikan oleh pengasuh Pondok Subulul Huda, sehingga memperoleh kepercayaan dan legitimasi sosial, khususnya dari kalangan

⁶⁹ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

masyarakat yang memiliki kedekatan dengan lingkungan pesantren. Citra religius yang melekat menjadi kekuatan awal, meskipun belum diiringi dengan penguatan aspek inovasi pendidikan.

Dalam hal promosi, madrasah masih menghadapi keterbatasan yang cukup signifikan. Upaya penyebaran informasi lebih banyak dilakukan secara konvensional, seperti melalui komunikasi dari mulut ke mulut dan kegiatan langsung di lingkungan sekitar. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi belum dilakukan secara aktif dan terstruktur, sehingga jangkauan informasi menjadi terbatas dan kurang mampu menarik perhatian masyarakat yang lebih luas.⁷⁰

Berdasarkan berbagai kondisi tersebut, pihak madrasah kemudian mengambil langkah strategis dengan melakukan rebranding sekitar tahun 2017/2018. Langkah ini dilatarbelakangi oleh keinginan untuk berkembang dan menunjukkan perbedaan yang lebih jelas dibandingkan dengan lembaga pendidikan lain. Rebranding tidak hanya dimaknai sebagai perubahan citra, tetapi juga sebagai upaya transformasi menyeluruh dalam aspek program, layanan, serta strategi komunikasi, agar madrasah mampu meningkatkan daya saing dan relevansi di tengah tuntutan zaman.⁷¹



Gambar 4.1 Perumusan Rebranding Madrasah

Sesudah dilaksanakannya rebranding positioning madrasah sudah mulai baik, dimana ada banyaknya tambahan program-program

⁷⁰ Observasi, Sebelum *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

⁷¹ Observasi, Langkah *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

akademik yang diadakan oleh madrasah. Selain itu, banyak faktor lain yang menjadikan positioning madrasah lebih baik dari sebelum madrasah melakukan rebranding.⁷² Seperti yang dijelaskan oleh Waka Humas Ibu Sulis:

“Setelah rebranding, kondisi madrasah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Perubahan tersebut dibuktikan dari semakin meningkatnya minat pendaftar peserta didik baru. Kemudian dari kepercayaan masyarakat sekitar yang sudah ada dari dulu dan semakin bertambahnya populasi masyarakat di sekitar madrasah membuat meningkatnya pendaftaran peserta didik baru. Kepercayaan masyarakat semakin meningkat setelah mereka melihat banyaknya kemajuan yang dihasilkan oleh MAN 1 Madiun. Hal tersebut dapat terlihat dari mulai banyaknya lulusan yang diterima di perguruan tinggi negeri, banyak program yang disediakan oleh madrasah yang sesuai dengan keinginan masyarakat, serta banyaknya prestasi yang diraih oleh para peserta didik maupun guru MAN 1 Madiun.”⁷³

Semakin pesatnya peningkatan pendaftar di madrasah setelah rebranding menandakan positioning madrasah semakin baik. Hal itu, dapat terjadi karena kepercayaan madrasah yang populasinya semakin meningkat dan ada sejak dulu. Selain itu tingginya minat pendaftar juga berasal dari lulusan yang banyak diterima di perguruan tinggi negeri serta banyaknya prestasi akademik dan non akademik yang diraih oleh para peserta didik MAN 1 Madiun.⁷⁴

Kemudian bapak Kepala Madrasah Basuki Rachmat menambahkan:

“positioning MAN 1 Madiun sebelum adanya rebranding sudah lumayan baik di mata masyarakat. Setelah rebranding positioning MAN 1 Madiun lebih kuat dengan lebih banyaknya masyarakat yang memberikan kepercayaan mereka kepada madrasah. Dengan itu, pihak madrasah terus berusaha

⁷² Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

⁷³ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

⁷⁴ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

membangun kepercayaan yang lebih baik lagi dengan masyarakat terutama di lingkungan sekitar madrasah.”⁷⁵

Kepala Madrasah juga menambahkan bahwa positioning madrasah setelah rebranding semakin kuat, karena adanya kepercayaan masyarakat sekitar yang terus ada untuk MAN 1 Kabupaten Madiun. Meski banyak masyarakat sudah memiliki kepercayaan terhadap MAN 1 Kabupaten Madiun, pihak madrasah selalu mengusahakan yang terbaik untuk segala layanan pendidikan yang diberikan kepada seluruh sumber daya manusia yang berada di MAN 1 Kabupaten Madiun.

Selain dari kepercayaan masyarakat, Madrasah membangun positioning yang kuat juga melalui strategi komunikasi secara langsung dan tidak langsung. Seperti yang dijelaskan oleh Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun Ibu Sulis:

“Dalam memperkuat positioning setelah rebranding, kami selalu berusaha untuk membuat strategi yang baik untuk masyarakat. Pihak madrasah melakukan strategi komunikasi secara langsung dan secara tidak langsung. Strategi komunikasi secara langsung yang kami lakukan selain membangun kepercayaan terhadap masyarakat kami juga melakukan sosialisasi ke jenjang sekolah SMP/MTs di lingkungan sekitar serta mengikuti kegiatan expo pendidikan yang dilaksanakan oleh para alumni dari MAN 1 Kabupaten Madiun yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi negeri ataupun swasta. Kemudian kami juga melakukan strategi komunikasi secara tidak langsung melalui media sosial seperti youtube, facebook, x, instagram dan tik tok.”⁷⁶

⁷⁵ Wawancara, Basuki Rachmat, Strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

⁷⁶ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026



Gambar 4.2 Sosialisasi di SMPN 2 Kebonsari

Selain itu, seluruh sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun juga ikut membantu proses strategi, seperti yang disampaikan oleh Ibu Efrida Qurotul 'Ayun Guru mata pelajaran Bahasa Indonesia:

“Saya sebagai guru juga merasa memiliki tanggung jawab untuk ikut mendukung upaya rebranding madrasah, salah satunya melalui strategi komunikasi. Tidak hanya mengandalkan akun resmi madrasah, saya secara pribadi juga turut mempublikasikan berbagai kegiatan yang dilaksanakan di madrasah melalui media sosial yang saya miliki, seperti kegiatan pembelajaran, prestasi siswa, maupun kegiatan-kegiatan lainnya. Hal ini saya lakukan sebagai bentuk kontribusi dalam mengenalkan madrasah kepada masyarakat secara lebih luas. Selain itu, dengan adanya publikasi dari berbagai pihak, informasi tentang madrasah menjadi lebih cepat tersebar dan lebih meyakinkan, karena dilihat langsung dari pengalaman guru yang terlibat di dalamnya. Saya melihat bahwa cara ini cukup efektif dalam membangun citra positif madrasah, sekaligus menunjukkan bahwa guru tidak hanya berperan dalam proses pembelajaran, tetapi juga sebagai bagian dari tim yang mendukung promosi dan penguatan branding madrasah.”⁷⁷

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan, Madrasah secara konsisten memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi dan komunikasi strategis dengan menampilkan berbagai kegiatan, baik kegiatan rutin maupun kegiatan yang berkaitan dengan peringatan hari-hari besar. Aktivitas ini dilakukan secara terencana

⁷⁷ Wawancara, Efrida Qurotul 'Ayun, strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

dan berkelanjutan sebagai bagian dari upaya membangun citra positif lembaga di mata masyarakat. Selain itu, kegiatan-kegiatan strategis seperti expo pendidikan dan sosialisasi ke sekolah-sekolah juga didokumentasikan dan dipublikasikan melalui media sosial resmi MAN 1 Kabupaten Madiun. Publikasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.⁷⁸



Gambar 4.3 Website MAN 1 Kabupaten Madiun

Setelah pihak madrasah melakukan strategi komunikasi kepada masyarakat untuk membangun citra positif lembaga. Dari strategi yang telah dilakukan, kondisi madrasah setelah rebranding mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Seperti yang disampaikan oleh Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun Ibu Sulis:

“Setelah dilakukannya rebranding, kondisi madrasah menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan baik dari aspek kuantitas maupun kualitas. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah pendaftar setiap tahun, yang mengindikasikan adanya peningkatan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Tidak hanya itu, kualitas peserta didik yang diterima juga mengalami perbaikan, yang dapat dilihat dari hasil seleksi yang lebih kompetitif serta latar belakang akademik calon siswa yang lebih baik dibandingkan periode sebelumnya. Di sisi lain, perubahan juga tampak pada citra madrasah di mata masyarakat, di mana madrasah mulai dipersepsikan sebagai lembaga pendidikan yang lebih modern, inovatif, dan mampu bersaing dengan sekolah lain. Citra

⁷⁸ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

tersebut terbentuk melalui berbagai upaya pembaruan, baik dalam sistem pembelajaran, program unggulan, maupun strategi publikasi yang dilakukan secara aktif.”⁷⁹

Melalui strategi yang baik, madrasah mampu memberikan hasil yang signifikan dalam pertumbuhannya. Meski banyak sekolah yang terus berkompetisi dalam memberikan pelayanan yang terbaik, MAN 1 Kabupaten Madiun juga terus berusaha untuk menjadi sekolah pilihan masyarakat. Dengan begitu, MAN 1 Kabupaten Madiun terus berupaya melakukan strategi yang sesuai agar citra madrasah bisa dibangun dengan baik yang akhirnya positioning madrasah menjadi lebih kuat setelah dilakukannya rebranding.

Strategi yang terus dilakukan oleh madrasah untuk membangun positioning yang kuat salah satunya berasal dari respon masyarakat. Dari berbagai strategi secara langsung maupun tidak langsung dapat menarik perhatian para masyarakat sehingga kepercayaan terhadap madrasah terbangun dengan baik. Dengan demikian, respon yang baik dari masyarakat dapat membantu meningkatkan daya saing madrasah untuk terus berkompetisi dengan sekolah lain agar menjadi pilihan terbaik masyarakat. Dalam strateginya, madrasah juga terus mengupayakan keinginan masyarakat dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang semakin pesat.⁸⁰ Hal ini disampaikan oleh Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun Ibu Sulis:

“Respon masyarakat terhadap madrasah menunjukkan perubahan yang sangat signifikan ke arah yang lebih positif. Hal ini terlihat dari meningkatnya minat orang tua untuk menyekolahkan anak-anak mereka di madrasah tersebut. Jika sebelumnya sebagian masyarakat masih ragu, kini mereka mulai melihat bahwa madrasah memiliki kualitas pendidikan yang tidak kalah dengan sekolah umum. Kepercayaan orang tua juga semakin kuat karena mereka menyaksikan secara langsung berbagai perkembangan yang terjadi, seperti peningkatan mutu pembelajaran, prestasi siswa, serta kegiatan-kegiatan madrasah

⁷⁹ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

⁸⁰ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

yang lebih variatif dan inovatif. Selain itu, informasi yang tersebar melalui media sosial dan dari mulut ke mulut turut memperkuat citra positif madrasah di tengah masyarakat. Tidak hanya itu, banyak orang tua yang menilai bahwa madrasah mampu memberikan keseimbangan antara pendidikan akademik dan pendidikan karakter berbasis nilai-nilai keagamaan. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri, sehingga madrasah tidak lagi dipandang sebagai pilihan kedua, melainkan sebagai alternatif utama yang mampu bersaing secara kualitas dengan sekolah umum.”⁸¹

Kemudian Bapak Kepala Madrasah Basuki Rachmat menambahkan:

“Pihak madrasah secara aktif melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas, baik dari segi akademik maupun non-akademik, sehingga masyarakat dapat melihat bukti nyata dari perkembangan tersebut. Peningkatan kepercayaan orang tua terlihat dari bertambahnya jumlah pendaftar setiap tahun, bahkan dalam beberapa periode jumlah pendaftar melebihi kuota yang tersedia. Selain itu, komunikasi yang intens dengan masyarakat juga menjadi faktor penting, di mana madrasah secara terbuka menyampaikan informasi terkait program, kegiatan, serta prestasi siswa melalui berbagai media. Keberhasilan ini tidak lepas dari kerja sama seluruh warga madrasah, termasuk guru, tenaga kependidikan, serta dukungan dari komite dan masyarakat sekitar. Dengan adanya sinergi tersebut, madrasah mampu membangun citra yang lebih profesional, terpercaya, dan kompetitif di tengah persaingan dengan sekolah umum.”⁸²

Perubahan respon masyarakat terhadap madrasah tidak hanya bersifat perseptual, tetapi juga didukung oleh bukti empiris yang tampak dalam peningkatan minat dan kepercayaan orang tua. Peneliti melihat bahwa adanya peningkatan jumlah pendaftar serta pergeseran pandangan masyarakat menunjukkan keberhasilan madrasah dalam membangun citra positif (branding) yang kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi yang dilakukan tidak sekadar bersifat

⁸¹ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

⁸² Wawancara, Basuki Rachmat, Strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

administratif, tetapi menyentuh aspek kualitas dan kebutuhan masyarakat secara nyata.⁸³

Selain itu, keunggulan akademik dan keunggulan fisik madrasah juga menjadi faktor pendukung yang tidak dapat diabaikan. Hal ini dapat dilihat dari kualitas proses pembelajaran yang semakin inovatif, penggunaan metode yang lebih variatif, serta pencapaian prestasi siswa baik di bidang akademik maupun non-akademik. Peneliti menemukan bahwa fasilitas yang memadai, lingkungan belajar yang nyaman, serta penataan ruang yang representatif turut memberikan kesan profesional dan modern. Hal tersebut dijelaskan oleh Waka Humas Man 1 Kabupaten Madiun Ibu Sulis:

“madrasah mengemas keunggulannya secara terstruktur melalui berbagai program unggulan yang mencakup banyak aspek. Kelas Bahasa Jepang menjadi nilai tambah dalam penguasaan bahasa asing dan wawasan global. Kelas SKS 2 tahun menunjukkan fleksibilitas akademik bagi siswa yang memiliki kemampuan belajar cepat. Sementara itu, kelas tahfidz memperkuat karakter religius dan identitas keislaman madrasah. Di sisi lain, kelas keterampilan seperti multimedia, tata boga, tata busana, dan desain grafika menekankan pada pengembangan life skill agar siswa siap menghadapi dunia kerja maupun berwirausaha. Kelas seni dan olahraga juga menjadi wadah pengembangan bakat non-akademik sekaligus mendukung prestasi siswa. Selain program, madrasah juga menonjolkan prestasi siswa sebagai bukti kualitas, serta didukung fasilitas seperti laboratorium dan ruang kelas berbasis IT yang mencerminkan lingkungan belajar yang modern. Secara keseluruhan, keunggulan ini menunjukkan bahwa madrasah tidak hanya fokus pada akademik, tetapi juga pada keterampilan, karakter, dan kesiapan masa depan siswa.”⁸⁴



⁸³ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

⁸⁴ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Gambar 4.4 Kegiatan belajar mengajar

Pengemasan berbagai program unggulan tersebut merupakan strategi madrasah dalam menampilkan identitas yang berbeda dan lebih kompetitif. Waka Humas menjelaskan dari seluruh program unggulan dan program keterampilan yang telah disediakan oleh madrasah, kelas bahasa jepang merupakan salah satu nilai yang paling menonjol sebagai strategi rebranding. Keberagaman program tidak hanya menjadi daya tarik, tetapi juga menunjukkan bahwa madrasah mampu memenuhi kebutuhan siswa secara menyeluruh, baik akademik, keterampilan, maupun karakter. Selain itu, didukung dengan publikasi prestasi dan fasilitas yang memadai, keunggulan tersebut menjadi bukti nyata yang memperkuat kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, program unggulan yang dikemas secara baik tidak hanya meningkatkan kualitas internal, tetapi juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif.⁸⁵

Program unggulan yang disediakan oleh madrasah merupakan salah satu promosi paling efektif yang dapat meningkatkan citra madrasah dan menarik minat peserta didik baru. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya peserta didik yang mendaftar di MAN 1 Kabupaten Madiun karena adanya program unggulan yang dapat menunjang masa depan mereka. Seperti yang disampaikan oleh Faiza Alfina Yasmin kelas XI:

“Saya memutuskan mendaftar di MAN 1 Kabupaten Madiun karena tertarik dengan beragam program unggulan yang ditawarkan. Program-program tersebut tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan kebutuhan masa depan. Pilihan tersebut berdasar pada adanya kelas-kelas khusus seperti program bahasa asing, tahfidz, serta kelas keterampilan yang dapat memberikan bekal tambahan selain pelajaran akademik. Menurut saya, program keterampilan seperti multimedia dan desain grafika sangat bermanfaat untuk membuka peluang di dunia kerja maupun usaha mandiri di masa mendatang. Selain itu, saya juga melihat bahwa madrasah memiliki fasilitas yang

⁸⁵ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

cukup lengkap dan mendukung proses belajar, seperti laboratorium dan ruang kelas berbasis IT. Dengan demikian, saya berharap dapat mengembangkan potensi secara seimbang, baik dalam bidang akademik, keterampilan, maupun keagamaan, sehingga lebih siap menghadapi tantangan di masa depan.”⁸⁶

Pilihan siswa tersebut juga tidak lepas dari keunggulan madrasah dalam mengintegrasikan pendidikan umum dan pendidikan agama secara seimbang. Keunggulan tersebut pada dasarnya berakar dari visi dan misi madrasah yang menekankan integrasi antara pendidikan agama dan pendidikan umum. Nilai ini tidak hanya menjadi konsep, tetapi diwujudkan dalam seluruh proses pendidikan, mulai dari pembelajaran di kelas hingga kegiatan keseharian siswa. Untuk menonjolkan keunikan dibandingkan lembaga lain, madrasah menerapkan strategi yang komprehensif.

Hal ini terlihat dari penyediaan program unggulan yang variatif, capaian prestasi akademik dan nonakademik sebagai bukti kualitas, serta meningkatnya jumlah pendaftar setiap tahun yang mencerminkan tingginya kepercayaan masyarakat. Selain itu, kompetensi guru yang terus dikembangkan menjadi faktor penting dalam menjaga mutu pembelajaran.

Di sisi lain, keterlibatan aktif peserta didik dalam berbagai kegiatan di masyarakat juga menjadi nilai tambah tersendiri. Hal ini menunjukkan bahwa madrasah tidak hanya fokus pada aspek internal, tetapi juga berperan dalam membentuk siswa yang mampu berkontribusi secara sosial. Dengan demikian, integrasi nilai, strategi program, dan keterlibatan nyata inilah yang memperkuat posisi madrasah sebagai lembaga yang unggul dan berbeda dari kompetitor.⁸⁷

⁸⁶ Wawancara, Faiza Alfina Yasmin, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

⁸⁷ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

Sesuai dengan penjelasan dari Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun Ibu Sulis:

“Strategi untuk menonjolkan keunikan madrasah dilakukan melalui beberapa aspek utama. Program unggulan yang variatif menjadi daya tarik utama, didukung dengan publikasi prestasi akademik dan nonakademik sebagai bukti kualitas. Selain itu, meningkatnya jumlah pendaftar menunjukkan tingginya kepercayaan masyarakat. Dari sisi internal, kompetensi guru terus ditingkatkan agar mutu pembelajaran tetap terjaga. Madrasah juga mendorong keterlibatan siswa dalam kegiatan masyarakat sebagai bentuk kontribusi sosial. Menurut saya, kombinasi strategi tersebut membuat keunggulan madrasah tidak hanya terlihat, tetapi juga dirasakan langsung oleh masyarakat.”⁸⁸

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa strategi yang dijalankan secara langsung berkaitan dengan efektivitas promosi program unggulan madrasah. Program yang variatif tidak hanya berfungsi sebagai layanan pendidikan, tetapi juga menjadi “produk utama” yang dipromosikan kepada masyarakat.

Dari hasil observasi peneliti, efektivitas promosi juga terlihat dari beberapa indikator. Pertama, publikasi prestasi akademik dan nonakademik memperkuat kredibilitas program, sehingga masyarakat tidak hanya melihat janji, tetapi bukti nyata. Kedua, meningkatnya jumlah pendaftar menunjukkan bahwa informasi tentang program unggulan berhasil menjangkau dan menarik minat calon siswa. Ketiga, keterlibatan siswa dalam kegiatan masyarakat menjadi bentuk promosi tidak langsung yang memperluas citra positif madrasah di lingkungan sekitar.⁸⁹

Selain itu, dukungan kualitas guru juga memastikan bahwa program unggulan tidak sekedar menarik secara konsep, tetapi benar-benar berkualitas dalam pelaksanaannya. Dengan demikian, promosi yang dilakukan dapat dikatakan efektif karena mampu membangun

⁸⁸ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

⁸⁹ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

kepercayaan, meningkatkan minat, dan menghasilkan dampak nyata terhadap peningkatan jumlah peminat serta citra madrasah.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Waka Humas Ibu Sulis bahwa:

“Promosi program unggulan terbukti efektif meningkatkan minat masyarakat. Hal ini didukung oleh publikasi prestasi siswa, penggunaan media sosial, serta keterlibatan siswa dalam kegiatan masyarakat. Menurut saya, meningkatnya jumlah pendaftar menjadi bukti bahwa strategi promosi yang dilakukan berhasil membangun kepercayaan dan daya tarik madrasah.”⁹⁰

Namun meski madrasah telah mampu memperkuat positioning dari berbagai strategi yang telah dilakukan, dalam proses membangun positioning madrasah terdapat faktor pendukung maupun faktor penghambat yang dilalui. Hal ini dijelaskan oleh Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun Ibu Sulis:

“Dalam menjalankannya terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam membangun positioning madrasah. Adapun faktor pendukungnya yaitu, adanya program unggulan yang variatif dan relevan, prestasi akademik dan nonakademik siswa, serta kompetensi guru yang terus dikembangkan. Selain itu, dukungan fasilitas yang memadai dan meningkatnya kepercayaan masyarakat yang terlihat dari jumlah pendaftar juga menjadi kekuatan utama dalam memperkuat positioning madrasah. Sementara itu, faktor penghambat yang dihadapi adalah masih adanya beberapa guru yang kurang kooperatif dalam melaksanakan strategi yang telah direncanakan. Hal ini dapat mempengaruhi konsistensi pelaksanaan program dan efektivitas promosi yang sudah disusun. Dengan begitu, kondisi ini dapat diatasi dengan penguatan koordinasi, peningkatan komitmen bersama, serta pembinaan internal agar seluruh elemen madrasah dapat berjalan selaras dalam mendukung pencapaian positioning yang diharapkan.”⁹¹

Hal ini berkesinambungan dengan pernyataan dari salah seorang guru sebagai pelaksana langsung di lapangan. Sebagaimana yang

⁹⁰ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

⁹¹ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

disampaikan oleh Ibu Efrida Qurotul 'Ayun Guru MAN 1 Kabupaten Madiun:

“Pada dasarnya seluruh guru memahami pentingnya strategi yang telah dirancang oleh madrasah, terutama dalam mendukung program unggulan dan membangun citra positif lembaga. Namun, dalam pelaksanaannya memang masih terdapat beberapa kendala, seperti perbedaan tingkat kesiapan, pemahaman, dan kesibukan masing-masing guru. Sebagian besar guru tetap berupaya menjalankan program dengan maksimal, seperti ikut mempromosikan kegiatan madrasah, membimbing siswa dalam meraih prestasi, serta berpartisipasi dalam kegiatan yang melibatkan masyarakat. Saya menilai bahwa dengan adanya komunikasi dan koordinasi yang lebih intens, serta dukungan dari pimpinan, kendala yang ada dapat diminimalisir sehingga pelaksanaan strategi dapat berjalan lebih optimal.”⁹²

Menjaga konsistensi brand madrasah menjadi tantangan sekaligus kebutuhan yang harus dikelola secara serius. Konsistensi brand tidak hanya berkaitan dengan tampilan visual atau slogan, tetapi juga menyangkut keselarasan pesan, program, dan perilaku seluruh warga madrasah dalam berbagai media. Oleh karena itu, pihak madrasah berupaya memastikan bahwa setiap kegiatan, publikasi, dan interaksi dengan masyarakat selalu mencerminkan nilai dan keunggulan yang sama.

Sejalan dengan hal tersebut, Kepala Madrasah MAN 1 Kabupaten Madiun Bapak Basuki Rachmat menyampaikan bahwa:

“Seluruh sumber daya manusia di madrasah terus berjalan bersama dan saling memperkuat kekompakan dalam menjaga konsistensi brand yang telah dibangun. Sinergi antar guru, tenaga kependidikan, dan pimpinan menjadi kunci utama agar pesan yang disampaikan kepada masyarakat tetap selaras. Dengan demikian, berbagai proses yang sudah diupayakan bisa membantu mewujudkan harapan-harapan yang sudah kami diskusikan yang kemudian dapat menghasilkan hasil yang sesuai harapan kami.”⁹³

⁹² Wawancara, Efrida Qurotul 'Ayun, strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

⁹³ Wawancara, Basuki Rachmat, Strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Dalam menjaga konsistensi brand yang sudah dibangun, Kepala Madrasah selalu melibatkan seluruh sumber daya manusia di lingkungan MAN 1 Kabupaten Madiun. Kemudian Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun Ibu Sulis menambahkan:

“Selain itu, madrasah memiliki tim khusus yang bertanggung jawab dalam mengelola publikasi. Tim ini berperan memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan, baik melalui media sosial maupun kegiatan lainnya, tetap konsisten dengan identitas dan keunggulan madrasah. Tim tersebut terdiri dari beberapa siswa yang mengikuti program kelas multimedia dan beberapa guru sebagai pendamping peserta didik dalam mengelola media. Pengelolaan media di MAN 1 Kabupaten Madiun juga saya pantau langsung. Dengan adanya pengelolaan yang terarah tersebut, citra madrasah dapat terjaga dan semakin kuat di mata masyarakat.”⁹⁴

Keberadaan tim publikasi yang terarah tersebut tidak hanya menjaga konsistensi brand, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap efektivitas konten yang disajikan kepada masyarakat. Dengan melibatkan siswa dari kelas multimedia yang memiliki keterampilan teknis, serta pendampingan guru, konten yang dihasilkan menjadi lebih kreatif, relevan, dan sesuai dengan tren media saat ini.

Dalam konteks ini, konten yang paling efektif dalam menarik minat masyarakat adalah konten yang bersifat visual dan berbasis bukti nyata, seperti dokumentasi kegiatan siswa, capaian prestasi, profil program unggulan, serta tampilan fasilitas madrasah. Selain itu, konten yang menampilkan aktivitas keseharian siswa dan keterlibatan mereka dalam kegiatan masyarakat juga dinilai lebih menarik karena memberikan gambaran langsung kepada calon wali murid.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Waka Humas MAN 1 Kabupaten Madiun bahwa:

“Konten yang paling efektif dalam menarik minat masyarakat adalah konten yang menampilkan aktivitas nyata dan

⁹⁴ Wawancara, Sulistiyawati, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

keunggulan madrasah secara langsung. Menurut beliau, publikasi berupa dokumentasi kegiatan siswa, capaian prestasi, serta pengenalan program unggulan lebih mudah menarik perhatian karena memberikan bukti konkret kepada masyarakat. Selain itu, konten visual seperti video singkat dan desain grafis dinilai lebih cepat menjangkau audiens, terutama melalui media sosial.”

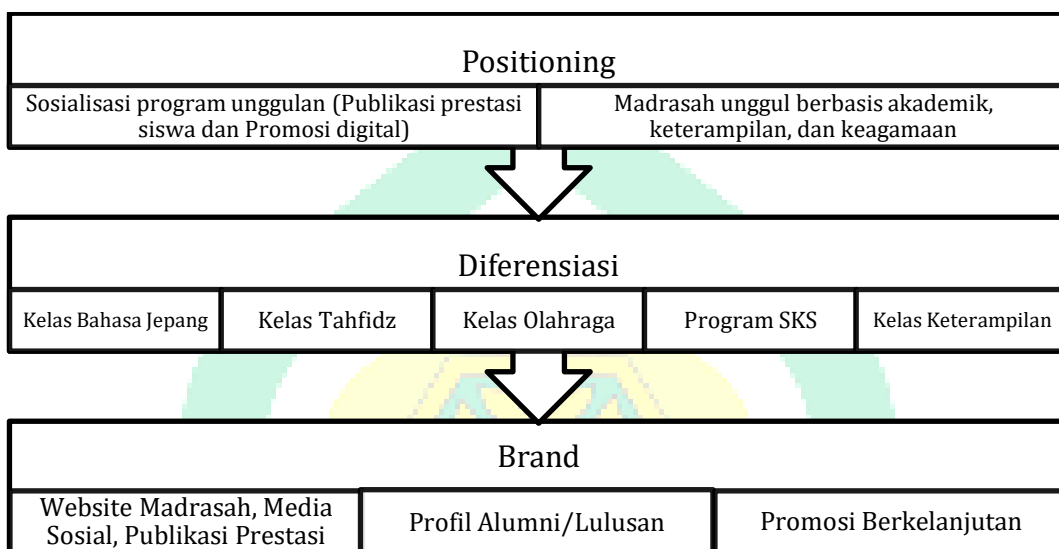
Sejalan dengan hal tersebut, Ibu Efrida Qurotul ‘Ayun selaku Guru MAN 1 Kabupaten Madiun menyampaikan bahwa:

“Dalam proses pembuatan konten, siswa diarahkan untuk menghasilkan karya yang kreatif namun tetap informatif. Ia menjelaskan bahwa konten yang paling diminati biasanya berupa video kegiatan sehari-hari siswa, behind the scene pembelajaran, serta highlight prestasi yang dikemas secara menarik. Menurutnya, keterlibatan siswa dalam produksi konten juga membuat hasilnya lebih autentik dan sesuai dengan selera generasi muda. Kemudian sinergi antara arahan dari pihak humas dan kreativitas siswa menjadi kunci dalam menghasilkan konten yang efektif. Dengan pendekatan tersebut, konten tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi yang mampu membangun ketertarikan dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.”⁹⁵

Strategi rebranding yang dilakukan oleh MAN 1 Kabupaten Madiun terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing madrasah. Hal ini ditunjukkan melalui penguatan program unggulan yang variatif, integrasi pendidikan agama dan umum, serta peningkatan kualitas akademik, keterampilan, dan karakter siswa. Selain itu, strategi promosi yang terarah melalui publikasi prestasi, pemanfaatan media sosial, dan pengelolaan konten yang konsisten. Dukungan sumber daya manusia, sinergi internal, serta keterlibatan siswa dalam kegiatan masyarakat juga menjadi faktor penting dalam memperkuat positioning madrasah. Dengan demikian, rebranding yang dilakukan tidak hanya sebatas perubahan citra, tetapi juga diiringi peningkatan

⁹⁵ Wawancara, Efrida Qurotul ‘Ayun, strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

kualitas nyata, sehingga madrasah mampu tampil sebagai lembaga pendidikan yang kompetitif dan diminati.⁹⁶



2. Paparan Data MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 20 dan 27 April 2026. Pada tahap ini peneliti memaparkan data yang diperoleh dari sebuah proses kegiatan yang berupa tahapan yang sudah peneliti lakukan sebelumnya. Baik berupa wawancara, observasi maupun dokumentasi sesudah peneliti melakukan paparan data yang diperoleh, kemudian peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah didapatkan. Berikut ini pemaparan data lapangan yang berkaitan tentang strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

Pada tahap awal, peneliti melakukan wawancara dan observasi terkait keadaan positioning Madrasah sebelum dilakukannya rebranding. Sebelum dilaksanakannya proses rebranding, positioning Madrasah Aliyah Negeri 2 Kabupaten Ponorogo di tengah masyarakat cenderung belum memiliki diferensiasi yang kuat dibandingkan

⁹⁶ Observasi, Strategi *Rebranding*, MAN 1 Kabupaten Madiun, 8 April 2026.

lembaga pendidikan lain di sekitarnya. Citra madrasah masih dipersepsikan sebagai lembaga pendidikan yang “standar”, belum menonjolkan keunggulan spesifik baik dari sisi akademik maupun non-akademik. Minat masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya juga relatif fluktuatif, bahkan cenderung kalah bersaing dengan sekolah umum yang dianggap lebih modern dan memiliki fasilitas yang lebih lengkap.

Sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Kepala MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Bapak Agung Drajatmono bahwa:

“Kalau kita melihat kondisi sebelum rebranding, positioning madrasah memang belum begitu kuat di masyarakat. Dulu, MAN 2 Ponorogo ini masih dipandang sebagai madrasah yang biasa saja, belum punya ciri khas yang benar-benar menonjol dibandingkan sekolah lain. MAN 2 Ponorogo sebelum rebranding terkesan sebagai sekolah yang mengunggulkan nilai keagamaannya. Kemudian juga layanan yang diberikan terkesan hanya menyesuaikan dengan aturan pemerintah namun belum bisa maksimal untuk memberikan layanan yang bisa menjadikan pembeda dari sekolah lain.”⁹⁷

Selain itu, madrasah dalam pelayanan pengadaan program kelas hanya menyesuaikan dengan ketentuan pemerintah. Pelayanan kelas yang disediakan oleh madrasah cenderung sama seperti madrasah lain, madrasah belum menyediakan program layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mengikuti perkembangan zaman. Madrasah hanya menyediakan program kelas IPA, IPS, dan Agama yang juga disediakan oleh madrasah yang lain.

Strategi komunikasi dan publikasi yang dilakukan sebelum rebranding masih terbatas, sehingga berbagai potensi dan prestasi yang dimiliki madrasah belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat luas. Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat awareness dan persepsi publik terhadap kualitas madrasah. Dengan demikian,

⁹⁷ Wawancara, Agung Drajatmono, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

kondisi awal ini menunjukkan bahwa positioning madrasah masih lemah dan membutuhkan upaya pembenahan secara menyeluruh, baik dari segi citra, strategi promosi, maupun penguatan identitas kelembagaan sebagai dasar dilakukannya rebranding.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo Ibu Hastutik bahwa:

“Dari sisi humas, kami juga menyadari bahwa publikasi kegiatan dan prestasi madrasah masih sangat terbatas. Banyak kegiatan bagus dan prestasi siswa yang sebenarnya membanggakan, tetapi tidak tersampaikan dengan maksimal kepada masyarakat. Akibatnya, tingkat kepercayaan dan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di sini juga belum optimal. Sebelum adanya rebranding, madrasah juga belum memiliki strategi komunikasi yang terarah dan konsisten. Media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal, dan branding madrasah belum dibangun secara sistematis. Inilah yang kemudian menjadi bahan evaluasi kami, sehingga muncul kesadaran bahwa madrasah perlu melakukan rebranding agar memiliki positioning yang lebih jelas, lebih dikenal, dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.”⁹⁸

Sebelum dilaksanakannya rebranding, positioning Madrasah Aliyah Negeri 2 Ponorogo di tengah masyarakat dapat dikategorikan masih relatif lemah dan belum terdefinisi secara jelas. Berdasarkan hasil observasi peneliti, madrasah belum memiliki diferensiasi yang kuat dibandingkan dengan lembaga pendidikan lain, sehingga persepsi publik terhadap kualitas dan keunggulannya cenderung bersifat umum dan tidak spesifik. Kondisi ini diperkuat oleh keterbatasan strategi komunikasi dan publikasi yang menyebabkan berbagai potensi, program unggulan, serta capaian prestasi madrasah belum terdiseminasi secara optimal. Akibatnya, tingkat awareness dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah belum berkembang secara signifikan, yang turut memengaruhi minat pendaftaran peserta didik baru.

⁹⁸ Wawancara, Hastutik Bayyinatur, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026



Gambar 4.5 Rapat Konsep *Rebranding*

Dengan demikian, madrasah memutuskan untuk melakukan rebranding dimulai pada sekitar tahun 2013-2014 sebagai harapan baru terhadap kepercayaan kepada masyarakat. Hal itu kemudian ditindak lanjuti oleh madrasah dengan mengadakan perumusan rebranding, yang mana di dalamnya membahas terkait strategi apa saja yang perlu dilakukan untuk bisa memperkuat brand MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

Setelah dilaksanakannya rebranding, terjadi perubahan yang cukup signifikan dalam positioning madrasah. Upaya rebranding yang dilakukan secara terencana dan sistematis, khususnya melalui penguatan identitas kelembagaan serta optimalisasi strategi komunikasi publik, berkontribusi terhadap meningkatnya visibilitas dan citra positif madrasah di mata masyarakat. Peningkatan tersebut tercermin dari tumbuhnya kepercayaan masyarakat, yang ditunjukkan melalui meningkatnya minat pendaftaran, persepsi positif terhadap kualitas pendidikan, serta pengakuan terhadap keunggulan yang dimiliki madrasah.

Berkaitan dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh madrasah, Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo Ibu Hastutik menyampaikan bahwa:

“Positioning madrasah pada dasarnya kami bangun melalui kepercayaan masyarakat. Kami menyadari bahwa citra yang kuat tidak hanya dibentuk dari promosi, tetapi dari bagaimana

masyarakat, khususnya wali murid, merasakan langsung layanan yang diberikan oleh madrasah. Salah satu upaya yang kami lakukan adalah dengan membangun komunikasi dan pendekatan yang intens kepada para wali murid, terutama wali murid peserta didik baru. Pada tahap awal, kami memberikan arahan dan pemahaman terkait program, budaya, serta layanan yang dimiliki madrasah. Di sisi lain, kami juga berupaya memahami harapan dan keinginan wali murid serta siswa. Melalui proses tersebut, kami berusaha menyelaraskan antara ekspektasi wali murid, kebutuhan siswa, dan kemampuan layanan yang dimiliki madrasah. Dengan adanya kesesuaian ini, hubungan yang terjalin menjadi lebih harmonis dan transparan, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap madrasah dapat tumbuh secara bertahap. Dari sinilah positioning madrasah mulai terbentuk dan semakin menguat di mata publik.”⁹⁹

Strategi utama dalam memperkuat positionng, madrasah berusaha membangun kepercayaan kepada masyarakat salah satunya melalui pendekatan kepada para wali murid. Hal ini menjadi peluang besar madrasah untuk memperkuat positioning setelah adanya rebranding. Sejalan dengan strategi melalui kepercayaan yang dibangun madrasah untuk masyarakat melalui wali murid, salah satu siswa Kelas XI Faza Alfarisi menyampaikan bahwa:

“Menurut saya, pendekatan yang dilakukan madrasah kepada wali murid sangat membantu, terutama di awal saya masuk. Waktu itu, pihak madrasah memberikan penjelasan kepada orang tua saya tentang program, aturan, dan layanan yang ada, jadi orang tua saya punya gambaran yang jelas tentang bagaimana proses belajar di sini. Di sisi lain, saya juga merasa didengarkan, karena keinginan dan minat saya ikut dipertimbangkan. Madrasah tidak hanya menyampaikan apa yang mereka miliki, tetapi juga mencoba menyesuaikan dengan kemampuan dan tujuan saya sebagai siswa. Dari situ, orang tua saya jadi lebih memahami pilihan saya, dan saya juga lebih siap menjalani kegiatan di madrasah. Dampaknya, saya merasa lebih nyaman dan percaya dengan madrasah, begitu juga orang tua saya.”¹⁰⁰

⁹⁹ Wawancara, Hastutik Bayyinatur, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹⁰⁰ Wawancara, Faza Alfarisi, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

Selain peran aktif tim humas, upaya membangun kedekatan dengan wali murid juga melibatkan kepala madrasah dan komite sebagai representasi kepemimpinan serta jembatan antara lembaga dan masyarakat. Keterlibatan kepala madrasah menjadi penting karena berfungsi sebagai pengambil kebijakan sekaligus figur sentral yang memberikan arah dan legitimasi terhadap setiap program pendekatan yang dilakukan. Sementara itu, komite madrasah berperan sebagai mitra strategis yang membantu menyampaikan aspirasi wali murid serta memperkuat komunikasi dua arah antara pihak madrasah dan masyarakat.



Gambar 4.6 Sosialisasi di MTs

Dalam praktiknya, kepala madrasah bersama komite turut terlibat dalam kegiatan sosialisasi, pertemuan wali murid, serta forum komunikasi yang bertujuan untuk menyamakan persepsi mengenai program pendidikan, layanan, dan budaya madrasah. Pendekatan ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dialogis, sehingga wali murid merasa dilibatkan dalam proses pendidikan anaknya. Dengan demikian, kepercayaan yang terbentuk menjadi lebih kuat karena didasarkan pada transparansi dan keterbukaan.

Sesuai dengan yang disampaikan oleh Kepala Madrasah MAN 2 Kabupaten Ponorogo Bapak Agung Drajatmono sebagai berikut:

“Sebagai pimpinan, saya memandang bahwa keterlibatan langsung dalam membangun komunikasi dengan wali murid

adalah hal yang sangat penting. Kami tidak hanya menyampaikan program madrasah, tetapi juga membuka ruang dialog agar terjadi kesepahaman antara pihak madrasah, orang tua, dan siswa. Komite madrasah juga kami libatkan sebagai mitra untuk menjembatani komunikasi tersebut. Melalui pendekatan ini, kami ingin memastikan bahwa layanan pendidikan yang diberikan benar-benar sesuai dengan harapan wali murid tanpa mengabaikan visi dan misi madrasah. Dengan adanya sinergi antara semua pihak, kami melihat kepercayaan masyarakat semakin meningkat, dan hal ini menjadi dasar yang kuat dalam memperkuat positioning madrasah di tengah persaingan lembaga pendidikan.”¹⁰¹

Keterlibatan kepala madrasah, komite, serta tim humas dalam membangun komunikasi yang intensif dengan wali murid menunjukkan adanya pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi dalam strategi rebranding madrasah. Upaya ini tidak hanya berhenti pada penyampaian informasi, tetapi juga menekankan pada proses dialogis yang mampu menyelaraskan harapan antara pihak madrasah, orang tua, dan peserta didik. Pendekatan yang demikian pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap persepsi dan respon masyarakat.

Berdasarkan hasil temuan lapangan, strategi komunikasi yang dilakukan madrasah memperoleh respon yang cukup baik dari masyarakat. Hal ini terlihat dari meningkatnya kepercayaan wali murid, keterlibatan mereka dalam berbagai kegiatan madrasah, serta adanya persepsi positif terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan. Masyarakat tidak lagi memandang madrasah secara konvensional, tetapi mulai melihatnya sebagai lembaga pendidikan yang adaptif, terbuka, dan mampu menjawab kebutuhan zaman.

Sejalan dengan hal tersebut, Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo Ibu Hastutik juga menegaskan bahwa respon positif masyarakat merupakan hasil dari konsistensi madrasah dalam

¹⁰¹ Wawancara, Agung Drajatmono, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

membangun komunikasi yang terbuka dan berkelanjutan. Dalam wawancara, beliau menyampaikan:

“Alhamdulillah, setelah kami melakukan berbagai upaya komunikasi dan pendekatan, respon masyarakat cukup baik. Wali murid sekarang lebih terbuka dan aktif berkomunikasi dengan pihak madrasah. Mereka juga mulai memahami arah dan program yang kami jalankan. Ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang kami lakukan mulai memberikan dampak, terutama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.”¹⁰²

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya memperkuat hubungan antara madrasah dan masyarakat, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membentuk citra positif serta memperkuat positioning madrasah di tengah persaingan lembaga pendidikan.

Pasca dilaksanakannya rebranding, kondisi madrasah menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, khususnya dalam hal peningkatan kepercayaan dan minat masyarakat. Namun demikian, di balik capaian tersebut, muncul tantangan baru yang tidak dapat diabaikan, yaitu semakin kompleksnya upaya menyamakan persepsi antara wali murid dan peserta didik. Dalam konteks ini, madrasah dituntut untuk mampu memainkan peran sebagai fasilitator yang tidak hanya memberikan layanan pendidikan, tetapi juga menjembatani perbedaan perspektif antara orang tua dan anak secara proporsional dan edukatif.

Selain itu, kondisi madrasah setelah rebranding juga dapat dianalisis melalui profil lulusan yang dihasilkan. Profil lulusan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan strategi rebranding, karena mencerminkan kualitas output pendidikan yang diterima oleh peserta didik. Setelah rebranding, madrasah mulai menunjukkan peningkatan dalam menghasilkan lulusan yang tidak

¹⁰² Wawancara, Hastutik Bayyinatun, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kompetensi non-akademik, karakter religius, serta kesiapan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi maupun terjun ke masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa rebranding tidak hanya berdampak pada aspek citra, tetapi juga pada peningkatan kualitas internal madrasah.

Sejalan dengan hal tersebut, Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo Ibu Hastutik menyampaikan dalam wawancara:

“Setelah rebranding, memang ada peningkatan minat masyarakat yang cukup signifikan, tetapi di sisi lain kami juga menghadapi tantangan baru, terutama dalam menyamakan persepsi antara keinginan wali murid dan potensi siswa. Kadang orang tua memiliki harapan tertentu, sementara anak memiliki minat yang berbeda. Di sinilah peran madrasah untuk memberikan arahan agar tetap seimbang dan sesuai dengan kemampuan siswa.”¹⁰³

Sementara itu, kepala madrasah Bapak Agung Drajatmono juga menegaskan pentingnya melihat keberhasilan rebranding dari kualitas lulusan yang dihasilkan:

“Kami memandang bahwa keberhasilan rebranding tidak hanya dilihat dari meningkatnya jumlah pendaftar, tetapi juga dari profil lulusan yang dihasilkan. Alhamdulillah, saat ini lulusan madrasah sudah menunjukkan peningkatan, baik dari segi akademik, karakter, maupun keterampilan. Ini menjadi bukti bahwa upaya yang kami lakukan tidak hanya berdampak pada citra, tetapi juga pada kualitas pendidikan secara menyeluruh.”¹⁰⁴

Berkaitan dengan dinamika pasca rebranding tersebut, madrasah kemudian mengembangkan langkah lanjutan melalui penguatan strategi promosi yang menitikberatkan pada penonjolan keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Upaya ini dilakukan sebagai bentuk konkret dalam mempertegas positioning madrasah, sekaligus

¹⁰³ Wawancara, Hastutik Bayyinatun, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹⁰⁴ Wawancara, Agung Drajatmono, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

menjawab meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan. Promosi tidak lagi bersifat umum, melainkan dikemas secara lebih terarah dengan menampilkan diferensiasi yang jelas, sehingga mampu membangun persepsi positif sekaligus memperkuat daya saing lembaga.

Dalam konteks ini, keunggulan akademik menjadi salah satu aspek utama yang diangkat. Sebagaimana yang disampaikan oleh Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo Ibu Hastutik bahwa:

“Madrasah berupaya menunjukkan kualitas pembelajaran melalui capaian prestasi siswa, keberhasilan dalam kompetisi akademik, serta peningkatan hasil belajar yang terukur. Selain itu, penguatan budaya belajar yang disiplin dan terarah juga menjadi bagian dari narasi yang disampaikan kepada masyarakat, sehingga madrasah dipandang sebagai lembaga yang mampu menghasilkan lulusan yang kompeten dan siap bersaing. Di samping itu, keunggulan fisik madrasah turut menjadi bagian penting dalam strategi promosi. Ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, lingkungan belajar yang kondusif, serta fasilitas penunjang kegiatan siswa menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Lebih lanjut, keunggulan program kelas yang tersedia juga dikemas secara strategis untuk menjangkau minat dan kebutuhan peserta didik yang beragam. Madrasah menghadirkan berbagai program unggulan atau kelas khusus yang dirancang untuk mengembangkan potensi akademik maupun non-akademik siswa secara optimal.”¹⁰⁵

Penguatan strategi promosi yang menampilkan keunggulan akademik, fisik, serta program kelas yang tersedia pada dasarnya tidak terlepas dari arah kebijakan pimpinan madrasah. Kepala madrasah memandang bahwa promosi bukan sekadar aktivitas publikasi, melainkan bagian dari strategi institusional untuk menyampaikan nilai, kualitas, dan identitas lembaga secara utuh kepada masyarakat. Oleh karena itu, setiap keunggulan yang dimiliki tidak hanya ditampilkan, tetapi juga dikemas secara selektif dan representatif agar mampu membangun persepsi yang tepat di kalangan publik.

¹⁰⁵ Wawancara, Hastutik Bayyinatun, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

Secara singkat, Kepala Madrasah MAN 2 Kabupaten Ponorogo Bapak Agung Drajatmono menyampaikan dalam wawancara:

“Dalam mempromosikan madrasah, kami tidak hanya fokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada bagaimana keunggulan yang kami miliki dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat. Baik itu keunggulan akademik, fasilitas, maupun program kelas unggulan, semuanya kami kemas sebagai satu kesatuan yang mencerminkan kualitas madrasah. Harapannya, masyarakat tidak hanya mengenal, tetapi juga percaya bahwa madrasah mampu memberikan layanan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.”¹⁰⁶

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti, madrasah mampu menunjukkan keunggulannya di mata masyarakat. Madrasah melalui program kelas yang disediakan, menjadi salah satu upaya madrasah dalam strategi rebranding. Madrasah menyediakan program layanan kelas ICP (International Class Program), kelas KBC (Kelompok Belajar Cepat), kelas persiapan kedinasan, kelas bina prestasi, dan kelas unggulan. Berbagai layanan kelas yang disediakan oleh madrasah, program unggulan yang menonjol yang bisa menunjukkan nilai unggul madrasah terdapat pada kelas ICP dimana kelas tersebut memiliki perpaduan kurikulum nasional dan kurikulum cambridge bersertifikat internasional. Output dari layanan kelas ICP ialah, siswa bisa melanjutkan studi ke berbagai kampus internasional. Hal itu juga merupakan nilai pembeda dibanding dengan madrasah sederajat lain.



¹⁰⁶ Wawancara, Agung Drajatmono, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

Gambar 4.7 kegiatan belajar mengajar

Dengan demikian, pengemasan keunggulan-keunggulan tersebut dalam strategi promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperkuat citra dan positioning madrasah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa rebranding yang dilakukan tidak berhenti pada perubahan simbolik, melainkan diikuti dengan penguatan substansi yang mampu menjawab kebutuhan dan harapan masyarakat secara nyata.

Dalam proses membangun dan memperkuat positioning madrasah, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasinya, baik yang bersifat pendukung maupun penghambat. Faktor-faktor ini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari dinamika internal lembaga, khususnya dalam upaya mewujudkan citra madrasah yang kuat dan kompetitif di tengah masyarakat.

Sejalan dengan hal tersebut, Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo menyampaikan dalam wawancara:

“Salah satu faktor penghambat yang muncul adalah belum optimalnya kerja sama dan kekompakan antar tenaga kependidikan. Hal ini dapat berdampak pada tidak meratanya penyampaian informasi serta kurang konsistennya citra yang dibangun oleh madrasah. Di sisi lain, terdapat pula faktor pendukung yang memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat positioning madrasah, salah satunya adalah ketersediaan fasilitas yang memadai. Sarana dan prasarana yang lengkap dan representatif menjadi modal penting dalam mendukung proses pembelajaran sekaligus menjadi daya tarik dalam strategi promosi.”¹⁰⁷

Dalam konteks kelembagaan, keberhasilan strategi positioning sangat ditentukan oleh sinergi seluruh elemen yang terlibat. Ketika koordinasi dan kolaborasi belum berjalan secara maksimal, maka implementasi program, termasuk strategi komunikasi dan promosi, menjadi kurang efektif. Selain itu, Fasilitas yang baik dapat

¹⁰⁷ Wawancara, Hastutik Bayyinatur, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

meningkatkan kualitas layanan pendidikan, dan juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap profesionalitas madrasah.

Kepala Madrasah MAN 2 Kabupaten Ponorogo Bapak Agung Drajatmono dalam wawancara:

“Dalam membangun positioning madrasah, hal ini sangat membantu kami, baik dalam meningkatkan kualitas pembelajaran maupun dalam menyampaikan kepada masyarakat bahwa madrasah memiliki kesiapan dalam memberikan layanan pendidikan yang baik. Dengan adanya dukungan tersebut, kami optimis positioning madrasah dapat terus diperkuat.”¹⁰⁸

Berdasarkan berbagai faktor pendukung dan penghambat tersebut, madrasah kemudian merumuskan langkah strategis yang lebih terarah dalam menonjolkan keunikan sebagai bagian dari penguatan positioning. Strategi ini difokuskan pada upaya menggali dan mengemas identitas khas madrasah yang tidak dimiliki oleh lembaga lain. Strategi penonjolan keunikan ini menjadi kelanjutan logis dari proses rebranding yang tidak hanya memperbaiki citra, tetapi juga mempertegas diferensiasi madrasah dalam menghadapi persaingan lembaga pendidikan.

Sejalan dengan strategi tersebut, Waka Humas Ibu Hastutik juga menegaskan bahwa upaya menonjolkan keunikan madrasah dilakukan melalui berbagai pendekatan yang terintegrasi. Dalam wawancara, beliau menyampaikan:

“Strategi kami dalam menonjolkan keunikan madrasah dibandingkan sekolah lain dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, kami memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk memperkenalkan program, kegiatan, dan keunggulan madrasah secara luas. Kedua, kami melakukan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah favorit agar calon peserta didik mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang keunggulan yang kami miliki. Selain itu, kami juga menampilkan profil lulusan sebagai bukti nyata kualitas pendidikan di madrasah. Lulusan yang berhasil melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi

¹⁰⁸ Wawancara, Agung Drajatmono, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

atau memiliki prestasi tertentu menjadi daya tarik tersendiri. Tidak kalah penting, perilaku alumni di masyarakat juga menjadi cerminan keunikan madrasah. Ketika alumni menunjukkan sikap dan karakter yang baik, hal itu secara tidak langsung menjadi promosi yang kuat bagi madrasah.”¹⁰⁹

Selain strategi yang dilakukan oleh pihak madrasah, kemudahan akses informasi juga menjadi faktor penting dalam memperkuat daya tarik dan positioning madrasah di kalangan calon peserta didik. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi yang aktif dan informatif memungkinkan masyarakat, khususnya siswa, untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai profil, program, serta aktivitas madrasah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi digital yang diterapkan tidak hanya bersifat promosi, tetapi juga memberikan kemudahan akses informasi secara luas dan cepat.



Gambar 4.8 Website MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Sejalan dengan hal tersebut, salah satu peserta didik kelas XI Faza Alfarisi menyampaikan dalam wawancara:

“Saya merasa sangat terbantu dengan adanya media sosial madrasah. Sebelum saya masuk, saya sudah mencari informasi tentang madrasah ini melalui berbagai platform, seperti Instagram dan lainnya. Dari situ, saya bisa melihat kegiatan, program, dan suasana di madrasah. Jadi, saya lebih mudah mendapatkan informasi yang saya butuhkan dan lebih yakin untuk memilih madrasah ini.”¹¹⁰

¹⁰⁹ Wawancara, Hastutik Bayyinatur, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹¹⁰ Wawancara, Faza Alfarisi, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

Berkaitan dengan strategi yang dijalankan oleh pihak madrasah, sebagai pemimpin tertinggi, Kepala Madrasah MAN 2 Kabupaten Ponorogo Bapak Agung Drajatmono menambahkan dalam wawancaranya bahwa:

“Adanya persaingan antar sekolah-sekolah yang lain, pastinya setiap sekolah memiliki strategi tersendiri dalam menonjolkan keunikan yang dimiliki. Seperti di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, dalam strateginya selalu ada trobosan baru yang dapat membantu menonjolkan keunikan yang dimiliki dibanding dengan kompetitor. Selain itu, meski setelah rebranding madrasah sudah cukup kuat dalam positioning di mata masyarakat, saya mewanti-wanti untuk jangan merasa sombong atas keberhasilan yang sudah dicapai oleh MAN 2 Kabupaten Ponorogo, karena terkadang ketika rasa sombong sudah dirasakan itu bisa menjadi celah kelemahan madrasah.”¹¹¹

Berdasarkan kemudahan akses informasi serta optimalisasi media sosial yang telah dilakukan, madrasah selanjutnya dapat menilai sejauh mana efektivitas promosi, khususnya dalam memperkenalkan program-program unggulan yang dimiliki. Efektivitas ini terlihat dari kemampuan madrasah dalam menarik perhatian calon peserta didik sekaligus membangun pemahaman yang lebih mendalam mengenai keunggulan program yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan tidak hanya berhasil meningkatkan visibilitas, tetapi juga mampu memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih madrasah.

Lebih lanjut, efektivitas promosi program unggulan juga tercermin dari meningkatnya minat pendaftar pada kelas-kelas tertentu yang menjadi ciri khas madrasah. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan telah diterima dengan baik dan mampu membentuk persepsi positif di kalangan masyarakat. Selain itu, konsistensi dalam menyampaikan konten yang relevan, informatif, dan menarik turut memperkuat daya tarik program unggulan tersebut. Dengan demikian,

¹¹¹ Wawancara, Agung Drajatmono, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

promosi yang terarah dan berbasis pada keunggulan nyata madrasah terbukti menjadi salah satu faktor kunci dalam mendukung keberhasilan rebranding serta memperkuat positioning madrasah di tengah persaingan lembaga pendidikan.

Sejalan dengan hal tersebut, Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo Ibu Hastutik dalam wawancara, beliau menyampaikan:

“Promosi program unggulan yang kami lakukan bisa dikatakan cukup efektif. Hal ini kami lihat dari hasil monitoring yang kami lakukan, terutama terhadap respon para wali murid. Banyak dari mereka yang sudah memahami dan tertarik dengan program yang kami tawarkan. Selain itu, dukungan dari wali murid juga sangat besar, baik dalam bentuk kepercayaan maupun keterlibatan mereka dalam mendukung kegiatan madrasah. Dengan adanya komunikasi yang terus kami bangun, wali murid tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses penguatan program unggulan tersebut. Ini yang membuat promosi kami tidak hanya berhenti pada penyampaian informasi, tetapi benar-benar memberikan dampak terhadap perkembangan madrasah.”¹¹²

Keberhasilan promosi program unggulan yang didukung oleh respon positif wali murid selanjutnya menuntut adanya upaya lanjutan dalam menjaga konsistensi brand madrasah di berbagai media. Konsistensi ini menjadi aspek krusial agar citra dan pesan yang telah dibangun melalui proses rebranding tetap terjaga dan tidak mengalami distorsi di tengah arus informasi yang beragam. Oleh karena itu, madrasah tidak hanya berfokus pada intensitas promosi, tetapi juga pada keseragaman identitas visual, pesan komunikasi, serta nilai-nilai yang disampaikan, baik melalui media digital maupun non-digital. Dengan konsistensi yang terjaga, madrasah mampu membangun pengenalan yang kuat sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.

¹¹² Wawancara, Hastutik Bayyinatun, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

Sejalan dengan hal tersebut, Waka Humas MAN 2 Kabupaten Ponorogo menjelaskan dalam wawancara:

“Untuk menjaga konsistensi brand di berbagai media, kami membentuk tim media khusus di madrasah. Tim ini terdiri dari guru dan juga siswa yang memiliki minat dan kemampuan di bidang media. Mereka bertugas mengelola konten, baik di media sosial maupun media lainnya, agar tetap selaras dengan identitas dan tujuan madrasah. Selain melalui media sosial, kami juga mengembangkan media offline seperti majalah madrasah. Majalah ini menjadi sarana untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan berbagai kegiatan, prestasi, serta program unggulan secara lebih mendalam. Dengan adanya tim media dan berbagai platform ini, kami berupaya menjaga agar brand madrasah tetap konsisten dan dikenal luas oleh masyarakat.”¹¹³

Sejalan dengan upaya tersebut, dalam wawancara Kepala Madrasah MAN 2 Kabupaten Ponorogo menyampaikan:

“Dengan adanya tim media khusus, kami merasa sangat terbantu dalam menjaga konsistensi brand madrasah. Tim ini bekerja secara terarah dalam mengelola dan menyampaikan informasi, sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat tetap selaras dengan visi dan identitas madrasah. Baik melalui media sosial maupun media lainnya, semuanya bisa terkoordinasi dengan baik. Ini menjadi salah satu kunci agar citra madrasah tetap terjaga dan semakin kuat di mata masyarakat.”¹¹⁴

Keberadaan tim media yang terstruktur dan konsistensi brand yang terjaga kemudian berimplikasi pada kemampuan madrasah dalam menentukan jenis konten yang paling efektif untuk menarik minat masyarakat. Dalam konteks ini, tidak semua konten memiliki daya tarik yang sama, sehingga diperlukan pemilihan konten yang benar-benar relevan, autentik, dan mampu merepresentasikan kualitas madrasah secara nyata. Konten yang efektif umumnya adalah konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga memberikan bukti konkret

¹¹³ Wawancara, Hastutik Bayyinatun, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹¹⁴ Wawancara, Agung Drajatmono, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

atas capaian dan keunggulan madrasah, sehingga mampu membangun kepercayaan sekaligus memengaruhi persepsi publik secara positif.

Sejalan dengan hal tersebut, Waka Humas Ibu Hastutik menyampaikan dalam wawancara:

“Dari berbagai konten yang kami publikasikan, yang paling menarik perhatian masyarakat biasanya adalah konten yang berkaitan dengan prestasi madrasah. Baik itu prestasi akademik maupun non-akademik, karena itu menjadi bukti nyata yang bisa langsung dilihat oleh masyarakat. Konten seperti ini biasanya mendapatkan respon yang lebih besar dibandingkan konten lainnya.”¹¹⁵

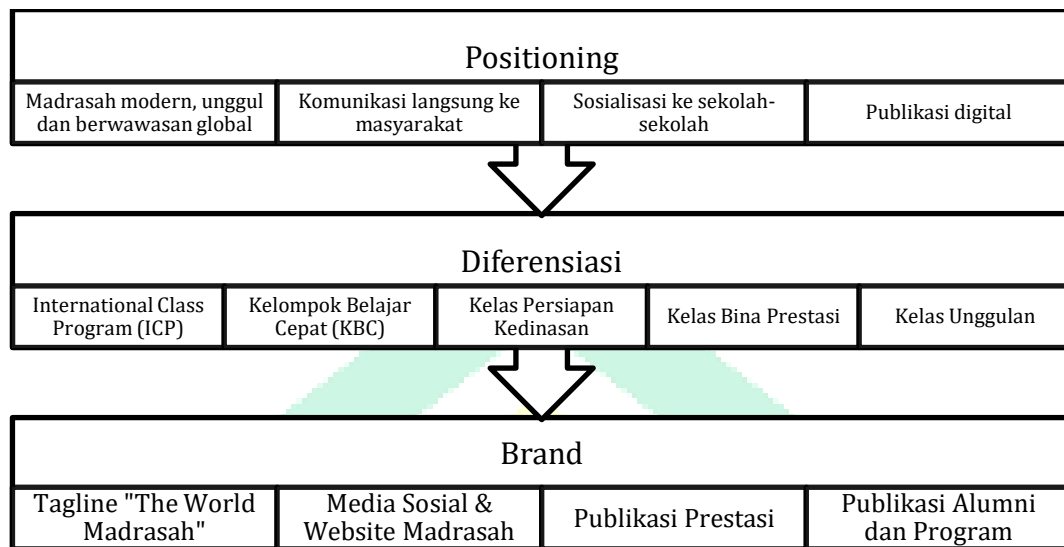
Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh salah satu peserta didik yang mengungkapkan bahwa ketertarikannya terhadap madrasah berawal dari banyaknya informasi mengenai prestasi yang ditampilkan. Dalam wawancara, Faza Alfarisi Kelas XI menyampaikan:

“Dulu saya tertarik masuk ke MAN 2 karena sering melihat prestasi-prestasi yang diraih madrasah, baik di media sosial maupun dari informasi lainnya. Dari situ saya merasa madrasah ini punya kualitas yang bagus, jadi saya yakin untuk memilih sekolah di sini.”¹¹⁶

Strategi rebranding yang dilakukan madrasah berperan signifikan dalam memperkuat positioning di tengah masyarakat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya kepercayaan publik yang dibangun melalui komunikasi yang intensif dengan wali murid, penguatan keunggulan madrasah, serta pemanfaatan media promosi yang efektif dan konsisten. Meskipun terdapat tantangan, madrasah mampu mengatasinya melalui strategi yang terarah. Dengan demikian, rebranding tidak hanya berdampak pada citra eksternal, tetapi juga mendorong peningkatan kualitas internal serta daya saing madrasah secara berkelanjutan.

¹¹⁵ Wawancara, Hastutik Bayyinatur, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹¹⁶ Wawancara, Faza Alfarisi, Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026



C. Analisis Data

1. Strategi Madrasah Melalui *Rebranding* Dalam Meningkatkan Sekolah Kompetitif Di Man 1 Kabupaten Madiun

Strategi yang dilaksanakan oleh MAN 1 Kabupaten Madiun dapat dipahami sebagai strategi pemasaran melalui *rebranding* yang dirancang secara terencana dan sistematis. Strategi ini tidak hanya berfokus pada perubahan citra, tetapi mencakup upaya menyeluruh dalam membangun identitas dan daya saing madrasah melalui integrasi aspek positioning, differentiation, dan branding.

Rebranding diartikan menciptakan *brand image* atau merek baru dengan melalui berbagai pertimbangan sesuai dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada perusahaan baik perubahan dari internal maupun perubahan dari eksternal. *Rebranding* dilakukan dengan tujuan memperkuat brand perusahaan tetapi secara maksimal. *Rebranding* menjadi salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam rangka peningkatan omset penjualan, walaupun strategi ini beresiko tinggi karena merubah *brand image* yang sudah bertahun-tahun dibangun.¹¹⁷

¹¹⁷ Rosnaini Daga, *Branding Marketing 5.0*, 1 (PT. Adab Indonesia, 2024), 126–127.

Rebranding adalah proses strategis untuk memperbarui positioning, memperkuat *differentiation*, dan mempersegar brand agar lembaga tetap relevan, kompetitif, dan dipercaya oleh publik. Hermawan Kartajaya menguraikan bahwa PDB (*Positioning, Differentiation* dan *Brand*) ialah substansi dari sembilan aspek *marketing*. Yakni Produk, citra, dan merk/perusahaan perlu memiliki penempatan merk yang tegas dalam pikiran pelanggan, dengan maksud agar produk, merek/brand, dan perusahaan membangun reputasi yang kuat di ingatan konsumen.

Dalam membangun positioning yang kuat, Hermawan Kartajaya memiliki 4 cara. Pertama, menata *positioning* haruslah kuat agar menciptakan pandangan positif di kalangan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan menonjolkan nilai-nilai yang diberikan kepada pelanggan. Maka demikian, *positioning* perlu menggambarkan nilai unggul sebagai penentu keputusan pembelian konsumen. Kedua, *positioning* harus menonjolkan kemampuan dan keunggulan perusahaan. Ketiga, *positioning* sebaiknya memiliki karakter yang *unique* untuk dengan mudah membentuk diferensiasi dari pesaing. Keempat, *positioning* haruslah dapat mengimbangi perkembangan dan sejalan dengan perubahan dalam lingkungan marketing dan bisnis, seperti perubahan perilaku konsumen, ketatnya persaingan, dan faktor lainnya.¹¹⁸

Sebelum dilakukannya rebranding, positioning madrasah belum terbentuk secara kuat dan belum memiliki keunikan yang menonjol dibandingkan dengan lembaga pendidikan lainnya. Hal ini terlihat dari belum adanya diferensiasi yang jelas dalam penawaran program pendidikan, di mana madrasah cenderung hanya mengikuti ketentuan umum yang ditetapkan oleh pemerintah, seperti penyelenggaraan program jurusan IPA, IPS, dan keagamaan tanpa pengembangan ciri

¹¹⁸ Hermawan Kartajaya, *Positioning Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning-Diferensiasi-Brand*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2005), 22-48

khass tertentu. Kondisi tersebut menyebabkan madrasah belum mampu menampilkan identitas yang spesifik sebagai nilai unggul yang dapat menarik perhatian masyarakat. Dengan demikian, pada fase sebelum rebranding, positioning madrasah masih bersifat normatif dan belum diarahkan pada pembentukan keunggulan kompetitif yang berbasis pada kekhasan program maupun keunikan layanan pendidikan.

Sebelum dilaksanakannya rebranding, positioning madrasah cenderung belum terbentuk secara kuat dan belum memiliki kejelasan arah keunggulan yang ingin ditonjolkan. Hal ini terlihat dari belum adanya diferensiasi yang signifikan dibandingkan dengan lembaga pendidikan lain, sehingga madrasah belum memiliki ciri khas yang mampu menarik perhatian masyarakat. Program yang diselenggarakan masih bersifat umum dan mengikuti ketentuan standar dari pemerintah, seperti pembagian jurusan IPA, IPS, dan keagamaan, tanpa adanya penguatan pada aspek keunikan tertentu yang dapat dijadikan nilai jual utama. Kondisi ini menyebabkan madrasah lebih dipersepsikan sebagai lembaga yang sekadar menjalankan sistem, bukan sebagai institusi yang memiliki keunggulan spesifik.

Kondisi tersebut turut memengaruhi citra MAN 1 Kabupaten Madiun di mata masyarakat. Meskipun secara umum tingkat kepercayaan masyarakat terhadap madrasah ini sudah cukup baik, terutama sebagai lembaga pendidikan berbasis keagamaan, namun citra yang terbentuk masih berada pada kategori “standar” atau belum memiliki daya tarik yang kuat dibandingkan lembaga pendidikan lainnya. Dengan kata lain, madrasah dipandang layaknya madrasah pada umumnya tanpa adanya kesan keunggulan yang menonjol. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat yang ada belum berkembang menjadi preferensi utama dalam memilih madrasah.

Kondisi positioning dan citra yang belum kuat tersebut juga berdampak pada jumlah pendaftar dan kualitas peserta didik di MAN 1 Kabupaten Madiun. Sebelum rebranding, jumlah pendaftar

cenderung berada pada tingkat yang stabil namun belum menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Minat masyarakat terhadap madrasah masih tergolong cukup, tetapi belum mampu bersaing secara optimal dengan sekolah lain yang memiliki keunggulan lebih jelas. Selain itu, dari aspek kualitas, peserta didik yang diterima masih relatif heterogen. Dengan demikian, kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebelum rebranding, madrasah belum mampu menarik minat secara luas maupun menjaring input siswa dengan kualitas yang unggul.

Kondisi tersebut juga tidak terlepas dari strategi komunikasi madrasah yang pada saat itu belum berjalan secara optimal. Sebelum rebranding, penyampaian informasi di MAN 1 Kabupaten Madiun masih bersifat konvensional dan terbatas, belum memanfaatkan secara maksimal media digital seperti website resmi maupun media sosial. Informasi mengenai kegiatan, prestasi, maupun program madrasah lebih banyak disampaikan melalui komunikasi langsung, penyebaran brosur, atau dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan informasi hanya terbatas pada masyarakat sekitar. Akibatnya, potensi madrasah yang sebenarnya cukup baik tidak tersampaikan secara luas kepada publik. Kondisi ini menyebabkan visibilitas madrasah di tingkat yang lebih luas menjadi rendah, sehingga kurang mampu menarik perhatian calon peserta didik dari luar wilayah.

Melihat berbagai kondisi tersebut, mulai dari positioning yang belum kuat, citra yang masih bersifat umum, jumlah pendaftar dan kualitas siswa yang belum optimal, hingga strategi komunikasi yang masih terbatas, madrasah menyadari perlunya langkah strategis untuk melakukan perubahan secara menyeluruh. Oleh karena itu, MAN 1 Kabupaten Madiun kemudian memilih untuk menerapkan strategi rebranding sebagai upaya memperkuat identitas lembaga, meningkatkan visibilitas, serta membangun citra yang lebih unggul dan kompetitif di tengah persaingan pendidikan yang semakin ketat.

MAN 1 Kabupaten Madiun melakukan strategi rebranding dimulai pada sekitar tahun 2017-2018.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang dilakukan MAN 1 Kabupaten Madiun dapat dipahami melalui kerangka rebranding Hermawan Kertajaya yang menekankan keterpaduan antara positioning, differentiation, dan brand. Ketiga aspek tersebut menjadi dasar analisis untuk menjelaskan bagaimana madrasah membangun identitas baru, memperkuat daya saing, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Sebelum rebranding, positioning MAN 1 Kabupaten Madiun belum terbentuk secara kuat. Madrasah belum memiliki ciri khas yang jelas sehingga persepsi masyarakat terhadap lembaga masih bersifat umum sebagaimana madrasah pada umumnya. Program yang ditawarkan cenderung mengikuti standar pendidikan tanpa adanya keunggulan yang secara khusus ditonjolkan. Dalam perspektif positioning, kondisi tersebut menunjukkan bahwa madrasah belum memiliki ruang yang kuat dalam benak masyarakat sebagai lembaga yang berbeda dan lebih unggul dibandingkan kompetitor.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa rebranding dilakukan melalui upaya membangun positioning baru yang lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat. Madrasah tidak hanya menampilkan identitas sebagai lembaga pendidikan keagamaan, tetapi juga sebagai madrasah yang mampu mengembangkan kompetensi akademik, keterampilan, dan kesiapan peserta didik menghadapi tantangan global. Positioning ini diperkuat melalui sosialisasi, publikasi digital, penyebaran informasi prestasi, serta pengenalan program unggulan kepada masyarakat.

Dalam kerangka Kertajaya, positioning yang kuat harus menampilkan nilai, keunggulan, keunikan, dan relevansi terhadap perkembangan lingkungan. Keempat unsur tersebut terlihat dalam strategi MAN 1 Kabupaten Madiun melalui pengembangan kelas

Bahasa Jepang, kelas tahfidz, kelas olahraga, kelas keterampilan, serta program SKS. Program-program tersebut menjadi representasi nilai unggul yang ingin ditanamkan kepada masyarakat sekaligus menunjukkan kemampuan madrasah dalam merespons kebutuhan pendidikan modern.

Hermawan Kartajaya, mendefinisikan diferensiasi sebagai usaha menggabungkan elemen-elemen yang dinamakan sebagai konten (*content*), konteks (*context*), dan infrastruktur (*enabler*) dalam produk dan jasa yang ditawarkan ke konsumen. Hermawan Kartajaya, memperjelas ada 3 kriteria sebagai acuan penetapan diferensiasi, ialah:

- a. Konsep penerapan diferensiasi haruslah dapat menanamkan *excellent value* ke target konsumen. Produk atau jasa yang disajikan boleh berbeda, tapi tentu tidak boleh asal beda. Pembeda tersebut sejatinya memiliki nilai makna dimata konsumen. Semakin tinggi *Value* yang ditonjolkan dan perbedaan tersebut, maka semakin kuat dan kokoh pula pilar differentiation yang dilakukan perusahaan tersebut.
- b. Upaya diferensiasi perusahaan haruslah mengutamakan keunggulan dibanding kompetitor. Sebuah diferensiasi akan kuat jika dapat menciptakan pembeda dengan pesaing, dan perbedaan tersebut menonjolkan keunggulan dari produk yang dikeluarkan.
- c. Agar upaya diferensiasi menjadi kuat dan sustainable, maka perusahaan perlu menerapkan uniqueness sehingga tidak dapat ditiru kompetitor.

Selain positioning, keberhasilan rebranding juga dapat dijelaskan melalui aspek *differentiation*. Diferensiasi diwujudkan melalui penyediaan layanan pendidikan yang memiliki nilai tambah dan tidak banyak dimiliki lembaga lain. Program Bahasa Jepang yang terhubung dengan peluang magang di Jepang menjadi bentuk diferensiasi yang paling menonjol. Program tersebut tidak hanya berbeda, tetapi juga

memberikan manfaat nyata bagi peserta didik sehingga memiliki nilai strategis di mata masyarakat.

Diferensiasi semakin diperkuat dengan keberadaan kelas multimedia, desain grafika, tata boga, tata busana, tahfidz, dan kelas percepatan. Keragaman program tersebut menunjukkan bahwa madrasah berhasil membangun keunikan yang sulit ditiru secara langsung oleh lembaga lain. Dengan demikian, diferensiasi tidak hanya berfungsi sebagai pembeda, tetapi menjadi sumber keunggulan kompetitif yang memperkuat posisi madrasah.

Menurut Kertajaya, brand dimaknai sebagai “*value indicator*” dengan kata lain parameter yang merepresentasikan seberapa kokoh dan solid sebuah *value* dari Perusahaan yang ditawarkan ke target pasar. Maka pada dasarnya brand merupakan value dari Perusahaan sehingga ia akan menjadi tolak ukur pelanggan dalam penentuan pilihan pembelian.

Aspek brand dalam teori Kertajaya menjelaskan bagaimana nilai yang dimiliki lembaga dikomunikasikan secara konsisten kepada publik. Pada konteks MAN 1 Kabupaten Madiun, branding dibangun melalui pemanfaatan media sosial, website, publikasi prestasi, penyampaian profil lulusan, serta berbagai aktivitas promosi yang dilakukan secara berkelanjutan. Strategi tersebut memungkinkan masyarakat mengenali karakter, kualitas, dan keunggulan madrasah secara lebih jelas.

2. Strategi Madrasah Melalui Rebranding Dalam Meningkatkan Sekolah Kompetitif Di Man 2 Kabupaten Ponorogo

Strategi yang dilaksanakan oleh MAN 2 Kabupaten Ponorogo dapat dipahami sebagai strategi pemasaran melalui rebranding yang dirancang secara terencana dan sistematis. Strategi ini tidak hanya berfokus pada perubahan citra, tetapi mencakup upaya menyeluruh dalam membangun identitas dan daya saing madrasah melalui integrasi aspek positioning, differentiation, dan branding.

Dalam membangun positioning yang kuat, Hermawan Kertajaya memiliki 4 cara. Pertama, menata *positioning* haruslah kuat agar menciptakan pandangan positif di kalangan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan menonjolkan nilai-nilai yang diberikan kepada pelanggan. Maka demikian, *positioning* perlu menggambarkan nilai unggul sebagai penentu keputusan pembelian konsumen. Kedua, *positioning* harus menonjolkan kemampuan dan keunggulan perusahaan. Ketiga, *positioning* sebaiknya memiliki karakter yang *unique* untuk dengan mudah membentuk diferensiasi dari pesaing. Keempat, *positioning* haruslah dapat mengimbangi perkembangan dan sejalan dengan perubahan dalam lingkungan marketing dan bisnis, seperti perubahan perilaku konsumen, ketatnya persaingan, dan faktor lainnya.¹¹⁹

Berdasarkan paparan data sebelumnya, kondisi awal MAN 2 Kabupaten Ponorogo sebelum rebranding menunjukkan lemahnya positioning yang berdampak langsung pada rendahnya daya saing lembaga. Data menunjukkan bahwa madrasah masih dipersepsikan sebagai lembaga yang “standar” dan belum memiliki ciri khas yang menonjol. Penekanan yang terlalu dominan pada aspek keagamaan tanpa diimbangi dengan inovasi akademik maupun keterampilan menyebabkan madrasah belum mampu membangun persepsi sebagai lembaga yang unggul dan modern. Hal ini menandakan bahwa positioning belum terdefinisi secara strategis, sehingga sulit dibedakan dari lembaga lain.

Kemudian, dari aspek layanan pendidikan, tidak adanya program unggulan yang spesifik menjadi faktor utama lemahnya diferensiasi. Program yang tersedia masih bersifat umum (IPA, IPS, Agama) dan seragam dengan madrasah lain, sehingga tidak memberikan nilai tambah (value) yang dapat menarik minat masyarakat. Kondisi ini

¹¹⁹ Hermawan Kartajaya, *Positioning Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning-Diferensiasi-Brand*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2005), 22-48

menunjukkan bahwa madrasah belum mampu membaca kebutuhan pasar (masyarakat) dan belum mengembangkan inovasi sebagai bentuk keunggulan kompetitif.

Lalu, dari sisi strategi komunikasi dan promosi, keterbatasan publikasi menjadi penyebab rendahnya tingkat awareness masyarakat. Data menunjukkan bahwa sebenarnya madrasah memiliki potensi dan prestasi, namun tidak tersampaikan secara optimal. Ini mengindikasikan adanya gap antara kualitas internal dengan persepsi eksternal. Tanpa komunikasi yang efektif, kualitas yang dimiliki tidak mampu dikapitalisasi menjadi citra positif di masyarakat.

Kondisi tersebut berdampak pada minat masyarakat yang fluktuatif bahkan cenderung rendah, serta kalah bersaing dengan sekolah umum yang dipersepsikan lebih modern. Ini menunjukkan hubungan sebab-akibat yang jelas: lemahnya positioning, tidak adanya diferensiasi, minimnya branding, rendahnya kepercayaan dan minat masyarakat.

Menurut sudut pandang strategis, temuan ini mengarah pada kebutuhan mendesak untuk melakukan transformasi melalui rebranding. Keputusan madrasah untuk melakukan rebranding pada tahun 2013–2014 dapat dipahami sebagai respon terhadap masalah mendasar, yaitu ketidakjelasan identitas, lemahnya strategi pemasaran, dan kurang optimalnya pemanfaatan potensi internal. Rebranding di sini bukan sekadar perubahan tampilan, tetapi merupakan upaya rekonstruksi positioning, penguatan diferensiasi, serta pembangunan branding yang lebih sistematis.

Setelah madrasah memutuskan untuk melaksanakan rebranding sebagai strategi dalam meningkatkan sekolah kompetitif. Analisis terhadap MAN 2 Kabupaten Ponorogo menunjukkan bahwa strategi rebranding yang dilakukan dapat dijelaskan secara komprehensif melalui konsep Positioning, Differentiation, dan Brand dari Hermawan Kertajaya. Kerangka ini membantu menjelaskan proses transformasi madrasah dari lembaga yang dipersepsikan biasa menjadi

lembaga yang memiliki identitas dan daya saing yang kuat.

Sebelum rebranding, positioning madrasah belum terbangun secara optimal. Masyarakat cenderung memandang madrasah sebagai lembaga pendidikan agama yang belum memiliki nilai tambah yang menonjol. Program yang tersedia relatif seragam dengan lembaga lain sehingga belum mampu menciptakan persepsi keunggulan yang kuat.

Melalui rebranding, MAN 2 Kabupaten Ponorogo berupaya membangun positioning baru sebagai madrasah yang modern, unggul, dan berorientasi global. Positioning tersebut diwujudkan melalui strategi komunikasi langsung kepada masyarakat dan sekolah-sekolah, serta komunikasi digital melalui media sosial dan website. Strategi ini berfungsi membangun persepsi positif sekaligus memperkenalkan berbagai keunggulan yang dimiliki madrasah.

Dalam perspektif positioning, program ICP (International Class Program) menjadi instrumen utama yang merepresentasikan arah identitas baru madrasah. Program tersebut menunjukkan kemampuan madrasah dalam menghadirkan layanan pendidikan yang berorientasi internasional dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Keberadaan program ini juga memperlihatkan kemampuan lembaga dalam membaca perubahan lingkungan pendidikan dan tuntutan globalisasi.

Hermawan Kartajaya, mendefinisikan diferensiasi sebagai usaha menggabungkan elemen-elemen yang dinamakan sebagai konten (*content*), konteks (*context*), dan infrastruktur (*enabler*) dalam produk dan jasa yang ditawarkan ke konsumen. Hermawan Kartajaya, memperjelas ada 3 kriteria sebagai acuan penetapan diferensiasi, ialah:

- a. Konsep penerapan diferensiasi haruslah dapat menanamkan *excellent value* ke target konsumen. Produk atau jasa yang disajikan boleh berbeda, tapi tentu tidak boleh asal beda. Pembeda tersebut sejatinya memiliki nilai makna dimata konsumen. Semakin tinggi *Value* yang ditonjolkan dan

perbedaan tersebut, maka semakin kuat dan kokoh pula pilar differentiation yang dilakukan perusahaan tersebut.

- b. Upaya diferensiasi perusahaan haruslah mengutamakan keunggulan dibanding kompetitor. Sebuah diferensiasi akan kuat jika dapat menciptakan pembeda dengan pesaing, dan perbedaan tersebut menonjolkan keunggulan dari produk yang dikeluarkan.

Agar upaya diferensiasi menjadi kuat dan sustainable, maka perusahaan perlu menerapkan uniqueness sehingga tidak dapat ditiru kompetitor.

Dari aspek differentiation, MAN 2 Kabupaten Ponorogo berhasil menciptakan pembeda yang bernilai melalui layanan ICP, KBC (Kelompok Belajar Cepat), kelas persiapan kedinasan, kelas bina prestasi, dan kelas unggulan. Diferensiasi yang dibangun tidak sekadar menghadirkan program baru, tetapi menawarkan manfaat yang jelas bagi peserta didik dan orang tua.

Program ICP menjadi bentuk diferensiasi yang paling kuat karena menggabungkan kurikulum nasional dan Cambridge. Sementara itu, program KBC memberikan alternatif percepatan belajar, sedangkan kelas persiapan kedinasan menjawab kebutuhan peserta didik yang memiliki orientasi karier pada institusi kedinasan. Berbagai program tersebut menunjukkan adanya excellent value yang menjadi dasar diferensiasi madrasah.

Menurut Kertajaya, brand dimaknai sebagai “*value indicator*” dengan kata lain parameter yang merepresentasikan seberapa kokoh dan solid sebuah *value* dari Perusahaan yang ditawarkan ke target pasar. Maka pada dasarnya brand merupakan value dari Perusahaan sehingga ia akan menjadi tolak ukur pelanggan dalam penentuan pilihan pembelian..

Pada aspek brand, MAN 2 Kabupaten Ponorogo membangun identitas melalui tagline “The World Madrasah”, publikasi prestasi,

penguatan media sosial, serta penyampaian berbagai keberhasilan peserta didik dan alumni. Branding dilakukan secara konsisten sehingga nilai-nilai yang ingin ditampilkan madrasah dapat dipahami dan diingat oleh masyarakat.

Dengan demikian, teori Kertajaya menjelaskan bahwa keberhasilan rebranding MAN 2 Kabupaten Ponorogo tidak hanya berasal dari promosi, tetapi dari integrasi positioning yang jelas, diferensiasi yang bernilai, dan branding yang konsisten. Integrasi tersebut menghasilkan peningkatan daya tarik, kepercayaan masyarakat, dan daya saing lembaga.

3. Strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Hasil analisis multisitus menunjukkan bahwa kedua madrasah menerapkan pola rebranding yang memiliki kesamaan mendasar, yaitu membangun daya saing melalui integrasi positioning, differentiation, dan brand. Kerangka Hermawan Kertajaya memberikan penjelasan bahwa keberhasilan rebranding tidak ditentukan oleh satu aspek saja, melainkan oleh keterhubungan ketiga unsur tersebut secara simultan.

Pada aspek positioning, kedua madrasah sama-sama melakukan reposisi identitas lembaga. Keduanya berupaya mengubah persepsi masyarakat dari madrasah yang identik dengan pendidikan agama menjadi lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan akademik, keterampilan, karakter, dan kesiapan menghadapi tantangan global. Perbedaananya terletak pada fokus positioning yang dibangun. MAN 1 Kabupaten Madiun menonjolkan identitas sebagai madrasah keterampilan, sedangkan MAN 2 Kabupaten Ponorogo mengarah pada identitas madrasah berwawasan global.

Pada aspek differentiation, kedua madrasah sama-sama menciptakan program unggulan sebagai pembeda. MAN 1 Kabupaten Madiun membangun diferensiasi melalui program Bahasa Jepang,

keterampilan, tahfidz, olahraga, dan SKS. Sebaliknya, MAN 2 Kabupaten Ponorogo membangun diferensiasi melalui ICP, KBC, kelas persiapan kedinasan, dan kelas unggulan. Meskipun bentuk program berbeda, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan nilai tambah yang tidak mudah ditemukan pada lembaga lain.

Pada aspek brand, kedua madrasah memanfaatkan media digital sebagai sarana utama dalam membangun citra lembaga. Publikasi prestasi, kegiatan peserta didik, program unggulan, dan profil lulusan dilakukan secara konsisten untuk memperkuat persepsi positif masyarakat. Branding yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi menjadi sarana mempertegas positioning dan diferensiasi yang telah dibangun.

Temuan multisitus menunjukkan bahwa strategi rebranding yang efektif memerlukan keterpaduan antara identitas yang jelas, program unggulan yang bernilai, dan komunikasi yang konsisten. Ketika ketiga unsur tersebut berjalan secara bersamaan, madrasah mampu meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan masyarakat, meningkatkan jumlah pendaftar, dan memperkuat kepercayaan publik.

Dengan demikian, analisis multisitus ini memperkuat argumentasi bahwa teori rebranding Hermawan Kertajaya memiliki daya jelas yang kuat dalam menjelaskan transformasi kedua madrasah. Positioning menjadi dasar pembentukan persepsi, differentiation menjadi sumber keunggulan kompetitif, dan brand menjadi instrumen penguatan citra. Integrasi ketiganya terbukti berkontribusi terhadap peningkatan daya saing madrasah secara berkelanjutan.

BAB V

PERAN SUMBER DAYA MANUSIA DI MAN 1 KABUPATEN MADIUN DAN MAN 2 KABUPATEN PONOROGO DALAM MENINGKATKAN SEKOLAH KOMPETITIF MELALUI *REBRANDING*

A. PAPARAN DATA

1. Paparan Data MAN 1 Kabupaten Madiun

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 8 dan 13 April 2026. Pada tahap ini peneliti memaparkan data yang diperoleh dari sebuah proses kegiatan yang berupa tahapan yang sudah peneliti lakukan sebelumnya. Baik berupa wawancara, observasi maupun dokumentasi sesudah peneliti melakukan paparan data yang diperoleh, kemudian peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah didapatkan. Berikut ini pemaparan data lapangan yang berkaitan tentang peran sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding.

a. Kepala Madrasah

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh data bahwa sumber daya manusia memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Peran tersebut terlihat dari berbagai upaya pengembangan kompetensi guru, pemanfaatan teknologi, pembentukan budaya kerja positif, serta peran penting dari Kepala Madrasah yang dilakukan untuk memperkuat citra madrasah di masyarakat.

Dalam proses perencanaan sumber daya manusia, madrasah melakukan berbagai langkah untuk mendukung program rebranding. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat diperoleh informasi bahwa:

“Perencanaan SDM dilakukan dengan meningkatkan kompetensi guru melalui pelatihan, pembinaan, dan pembagian tugas sesuai kemampuan masing-masing agar mendukung program unggulan madrasah.”¹²⁰

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa madrasah tidak hanya fokus pada pembagian tugas, tetapi juga berupaya meningkatkan kualitas tenaga pendidik agar mampu menjalankan program unggulan secara maksimal. Hasil observasi menunjukkan bahwa guru diberikan tanggung jawab sesuai bidang keahlian masing-masing, seperti pengelolaan akademik, pembinaan ekstrakurikuler, publikasi media sosial, hingga pengembangan kegiatan keagamaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan SDM dilakukan secara terarah untuk mendukung peningkatan kualitas madrasah.

Tujuan utama madrasah dalam meningkatkan daya saing yaitu membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat diperoleh penjelasan sebagai berikut:

“Tujuannya agar MAN 1 Kabupaten Madiun memiliki citra positif, dipercaya masyarakat, dan mampu bersaing dengan sekolah lain melalui prestasi dan program unggulan.”¹²¹

Dari hasil observasi, peneliti melihat bahwa madrasah aktif menampilkan berbagai prestasi siswa baik akademik maupun nonakademik melalui kegiatan sekolah dan media publikasi. Selain itu, program unggulan madrasah juga terus dikembangkan sebagai bentuk daya tarik bagi masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rebranding dilakukan untuk memperkuat

¹²⁰ Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹²¹ Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

positioning madrasah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan kompetitif.

Dalam meningkatkan kompetensi guru, madrasah memberikan berbagai program pengembangan profesional. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat diketahui bahwa:

“Madrasah memberikan pelatihan, workshop, MGMP, seminar pendidikan, serta pembinaan penggunaan teknologi pembelajaran.”¹²²

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mengikuti kegiatan pelatihan baik yang dilaksanakan secara internal maupun eksternal. Selain itu, beberapa guru sudah memanfaatkan media pembelajaran berbasis digital dalam proses pembelajaran. Kegiatan tersebut menunjukkan adanya upaya madrasah dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu mengikuti perkembangan pendidikan modern dan mendukung peningkatan mutu layanan pendidikan.

Madrasah juga memberikan dukungan terhadap penggunaan teknologi dan promosi sebagai bagian dari strategi rebranding. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat diperoleh informasi bahwa:

“Madrasah memanfaatkan media sosial, website, dan publikasi kegiatan sekolah untuk memperkenalkan program unggulan kepada masyarakat.”¹²³

Hasil observasi menunjukkan bahwa madrasah aktif mempublikasikan berbagai kegiatan melalui media sosial resmi dan website sekolah, seperti prestasi siswa, kegiatan keagamaan, lomba, dan kegiatan penerimaan peserta didik baru. Pemanfaatan

¹²² Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹²³ Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

teknologi tersebut membantu madrasah dalam membangun citra yang modern, aktif, dan terbuka kepada masyarakat luas.

Dalam melakukan evaluasi kinerja guru, madrasah menerapkan beberapa bentuk pengawasan dan penilaian. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat diketahui bahwa:

“Evaluasi dilakukan melalui supervisi, monitoring pembelajaran, rapat evaluasi, dan penilaian kedisiplinan guru.”¹²⁴

Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah dan waka kurikulum melakukan supervisi pembelajaran secara berkala untuk memastikan proses pembelajaran berjalan dengan baik. Selain itu, rapat evaluasi rutin dilaksanakan untuk membahas perkembangan program dan kendala yang dihadapi guru selama pelaksanaan pembelajaran. Evaluasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme guru dan kualitas pendidikan di madrasah.

Dalam membangun budaya kerja yang positif, madrasah menanamkan nilai disiplin, tanggung jawab, kerja sama, dan kekeluargaan kepada seluruh warga madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat dijelaskan bahwa:

“Madrasah menanamkan nilai disiplin, tanggung jawab, kerja sama, dan kekeluargaan antar warga madrasah.”¹²⁵

Hasil observasi menunjukkan bahwa hubungan antar guru dan tenaga kependidikan berjalan dengan baik dan harmonis. Guru saling bekerja sama dalam menyukseskan kegiatan madrasah serta aktif mendukung program-program sekolah.

¹²⁴ Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹²⁵ Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Selain itu, kegiatan keagamaan dan pembinaan karakter rutin dilaksanakan guna memperkuat budaya kerja religius di lingkungan madrasah.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun, Kepala Madrasah memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas dan daya saing madrasah melalui berbagai kebijakan dan program pengembangan sekolah. Kepala madrasah berperan sebagai pemimpin yang mengarahkan seluruh warga madrasah agar memiliki tujuan bersama dalam membangun citra positif lembaga pendidikan. Dalam pelaksanaannya, kepala madrasah aktif melakukan pembinaan kepada guru dan tenaga kependidikan, memberikan motivasi kerja, serta memastikan seluruh program berjalan sesuai visi dan misi madrasah. Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah juga terlihat aktif terlibat dalam kegiatan sekolah, rapat koordinasi, evaluasi program, dan kegiatan yang melibatkan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat diperoleh penjelasan bahwa:

“Sebagai kepala madrasah, saya harus mampu menjadi penggerak bagi seluruh guru dan tenaga kependidikan agar terus meningkatkan kualitas kerja dan pelayanan pendidikan kepada siswa maupun masyarakat.”¹²⁶

Selain itu, kepala madrasah juga menjelaskan bahwa:

“Peran kepala madrasah bukan hanya mengelola administrasi sekolah, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat melalui program unggulan, kedisiplinan, prestasi siswa, dan hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar.”¹²⁷

¹²⁶ Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

¹²⁷ Wawancara, Basuki Rachmat, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah secara rutin melakukan monitoring kegiatan pembelajaran, memberikan arahan kepada guru, serta mendukung berbagai kegiatan pengembangan madrasah. Kepala madrasah juga aktif menjalin komunikasi dengan wali peserta didik dan masyarakat guna memperkuat hubungan antara madrasah dengan lingkungan sekitar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepala madrasah memiliki peran yang besar dalam mengarahkan perkembangan madrasah agar menjadi lembaga pendidikan yang unggul dan kompetitif.

b. Jajaran Managerial

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh data bahwa sumber daya manusia memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Peran tersebut terlihat dari keterlibatan kepala madrasah, waka, guru, dan tenaga kependidikan dalam mengembangkan program unggulan, meningkatkan kualitas pembelajaran, serta membangun citra positif madrasah di masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, seluruh warga madrasah terlihat aktif mendukung berbagai kegiatan sekolah baik akademik maupun non akademik guna memperkuat daya saing madrasah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak waka bagian Humas Ibu Sulis diperoleh informasi bahwa:

“Waka berperan mengelola program unggulan, kegiatan siswa, dan publikasi madrasah agar citra sekolah semakin baik.”¹²⁸

¹²⁸ Wawancara, Sulistiyawati, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa jajaran waka memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Berdasarkan hasil observasi, waka kurikulum aktif mengoordinasikan kegiatan pembelajaran dan program akademik, sedangkan waka kesiswaan mendukung pengembangan prestasi siswa melalui berbagai kegiatan lomba dan ekstrakurikuler. Selain itu, waka humas turut berperan dalam mempublikasikan kegiatan dan prestasi madrasah melalui media sosial dan berbagai media informasi lainnya. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dilakukan secara terstruktur untuk memperkuat citra madrasah di masyarakat.

Dalam mendukung citra madrasah, berbagai program unggulan terus dikembangkan oleh pihak madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dijelaskan bahwa:

“Program keterampilan, kegiatan akademik dan non akademik, lomba siswa, kegiatan keagamaan, serta serta program paling menonjol dari madrasah yaitu kelas bahasa Jepang menjadi pendukung citra madrasah.”¹²⁹

Berdasarkan hasil observasi, peneliti melihat bahwa program keterampilan menjadi salah satu program unggulan yang cukup diminati masyarakat. Selain itu, siswa juga aktif mengikuti berbagai perlombaan akademik maupun non akademik baik di tingkat kabupaten maupun provinsi. Kegiatan keagamaan seperti pembiasaan ibadah, peringatan hari besar Islam, dan kegiatan sosial keagamaan juga rutin dilaksanakan sebagai bagian dari pembentukan karakter peserta didik. Serta program kelas bahasa Jepang Program-program tersebut menjadi bagian penting dalam membangun identitas dan daya tarik madrasah.

¹²⁹ Wawancara, Sulistiyawati, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

Dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, madrasah secara rutin mendorong guru untuk mengikuti berbagai kegiatan pengembangan profesional. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Guru didorong mengikuti pelatihan, seminar, dan kegiatan peningkatan profesionalisme secara rutin.”¹³⁰

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mengikuti workshop, MGMP, dan pelatihan pembelajaran berbasis teknologi. Madrasah juga memberikan dukungan kepada guru agar mampu menyesuaikan metode pembelajaran dengan perkembangan pendidikan saat ini. Upaya tersebut dilakukan guna meningkatkan kualitas pembelajaran dan profesionalisme guru sehingga mampu mendukung peningkatan mutu madrasah secara keseluruhan.

Kerja sama antar guru dan tenaga kependidikan juga menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Kerja sama cukup baik karena setiap kegiatan dilakukan secara bersama dan saling mendukung.”¹³¹

Hasil observasi menunjukkan bahwa hubungan antar guru dan tenaga kependidikan berjalan harmonis serta saling membantu dalam pelaksanaan kegiatan madrasah. Setiap program sekolah dilaksanakan melalui koordinasi bersama sehingga tercipta budaya kerja yang kondusif dan penuh tanggung jawab. Hal tersebut menunjukkan bahwa kerja sama yang baik antar

¹³⁰ Wawancara, Sulistiyawati, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

¹³¹ Wawancara, Sulistiyawati, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

SDM menjadi salah satu kekuatan dalam meningkatkan kualitas dan citra madrasah.

Meskipun demikian, dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia terdapat beberapa kendala yang dihadapi madrasah. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Kendalanya adalah perbedaan kemampuan teknologi dan keterbatasan waktu guru mengikuti pelatihan.”¹³²

Berdasarkan hasil observasi, masih terdapat beberapa guru yang membutuhkan pendampingan dalam penggunaan teknologi pembelajaran digital. Selain itu, padatnya kegiatan pembelajaran juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tidak semua guru dapat mengikuti pelatihan secara maksimal. Namun demikian, pihak madrasah tetap berupaya memberikan pembinaan dan dukungan agar seluruh guru mampu meningkatkan kompetensinya sesuai perkembangan zaman.

Berdasarkan hasil wawancara terkait peran penting jajaran manajerial dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding diperoleh penjelasan bahwa:

“Jajaran manajerial di MAN 1 Kabupaten Madiun memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding dengan melakukan penguatan mutu pendidikan, pengembangan kompetensi guru, peningkatan kualitas layanan, serta membangun citra positif madrasah di masyarakat. Kepala madrasah berperan mengarahkan visi dan strategi perubahan lembaga, waka kurikulum meningkatkan kualitas pembelajaran yang inovatif, sedangkan waka humas memperkuat branding melalui publikasi prestasi dan kegiatan madrasah di media sosial. Selain itu, seluruh tenaga kependidikan turut mendukung melalui pelayanan yang profesional dan kerja sama yang baik sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.”¹³³

¹³² Wawancara, Sulistiyawati, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

¹³³ Wawancara, Sulistiyawati, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah bersama seluruh jajaran manajerial terlihat aktif melakukan koordinasi, evaluasi, dan pengembangan program sekolah secara berkala. Publikasi kegiatan madrasah dilakukan secara aktif melalui media sosial dan website sekolah sehingga masyarakat dapat mengetahui berbagai prestasi dan program unggulan yang dimiliki madrasah. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa seluruh sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun memiliki kontribusi penting dalam mendukung keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya saing madrasah sebagai sekolah yang kompetitif.

c. Guru

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh data bahwa guru memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Peran tersebut terlihat dari upaya guru dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, mengikuti pengembangan kompetensi, serta mendukung berbagai program unggulan madrasah. Berdasarkan hasil observasi, guru di MAN 1 Kabupaten Madiun terlihat aktif terlibat dalam kegiatan akademik maupun non akademik serta mendukung berbagai program sekolah guna memperkuat citra positif madrasah di masyarakat.

Dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, madrasah memberikan berbagai pelatihan dan pembinaan kepada guru. Berdasarkan hasil dengan Ibu Efrida Qurotul 'Ayun wawancara diperoleh informasi bahwa:

“Ya, guru sering mengikuti pelatihan, workshop, dan kegiatan MGMP untuk meningkatkan kompetensi.”¹³⁴



Gambar 5.1 Workshop bagi Guru MAN 1 Kabupaten Madiun

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mengikuti kegiatan workshop pendidikan, seminar, dan MGMP baik di lingkungan madrasah maupun di luar madrasah. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan profesional guru dalam menghadapi perkembangan pendidikan yang semakin modern. Selain itu, madrasah juga memberikan dukungan kepada guru agar terus mengembangkan kemampuan dalam penggunaan teknologi pembelajaran.

Pelatihan dan pembinaan yang diberikan madrasah memberikan pengaruh positif terhadap kualitas pembelajaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Efrida Qurotul ‘Ayun dijelaskan bahwa:

“Pelatihan membantu guru lebih kreatif dalam mengajar dan memahami penggunaan teknologi pembelajaran.”¹³⁵

¹³⁴ Wawancara, Efrida Qurotul ‘Ayun, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

¹³⁵ Wawancara, Efrida Qurotul ‘Ayun, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

Hasil observasi menunjukkan bahwa beberapa guru mulai menggunakan media pembelajaran berbasis digital, seperti presentasi interaktif, video pembelajaran, dan platform pembelajaran daring dalam proses belajar mengajar. Guru juga terlihat lebih aktif menggunakan metode pembelajaran yang bervariasi sehingga siswa menjadi lebih antusias dalam mengikuti pembelajaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan madrasah mampu meningkatkan kreativitas dan profesionalisme guru dalam mengajar.

Hubungan kerja antar guru di MAN 1 Kabupaten Madiun juga berjalan cukup baik. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Hubungan antar guru cukup baik dan saling mendukung dalam kegiatan madrasah.”¹³⁶

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat bekerja sama dalam melaksanakan kegiatan sekolah, seperti perlombaan siswa, kegiatan keagamaan, dan program akademik lainnya. Hubungan kerja yang harmonis tersebut menciptakan suasana kerja yang kondusif sehingga mendukung keberhasilan berbagai program madrasah. Selain itu, komunikasi antar guru dan tenaga kependidikan juga berjalan dengan baik dalam mendukung pelaksanaan kegiatan sekolah.

Madrasah juga memberikan dukungan terhadap peningkatan profesionalisme guru. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Madrasah memberikan kesempatan mengikuti pelatihan dan mendukung pengembangan kompetensi guru.”¹³⁷

¹³⁶ Wawancara, Efrida Qurotul 'Ayun, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹³⁷ Wawancara, Efrida Qurotul 'Ayun, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Berdasarkan hasil observasi, pihak madrasah memberikan izin dan fasilitas kepada guru untuk mengikuti kegiatan pelatihan maupun seminar pendidikan. Selain itu, kepala madrasah dan jajaran manajerial juga memberikan motivasi kepada guru agar terus meningkatkan kualitas diri dan mampu mengikuti perkembangan teknologi pendidikan. Dukungan tersebut menunjukkan adanya perhatian madrasah terhadap peningkatan mutu sumber daya manusia sebagai bagian dari strategi rebranding sekolah.

Perubahan positif juga dirasakan setelah dilaksanakannya rebranding madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dijelaskan bahwa:

“Madrasah menjadi lebih dikenal masyarakat dan memiliki banyak program unggulan.”¹³⁸

Hasil observasi menunjukkan bahwa masyarakat mulai mengenal MAN 1 Kabupaten Madiun melalui berbagai kegiatan dan prestasi yang dipublikasikan secara aktif. Program unggulan seperti tahfidz, kegiatan akademik, dan kegiatan keagamaan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Selain itu, jumlah partisipasi masyarakat dalam kegiatan sekolah terlihat meningkat dibanding sebelumnya.

Dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding, guru memiliki peran yang sangat penting. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Efrida Qurotul ‘Ayun diperoleh penjelasan bahwa:

“Guru berperan dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding dengan meningkatkan kualitas pembelajaran, membuat inovasi dalam proses mengajar,

¹³⁸ Wawancara, Efrida Qurotul ‘Ayun, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

serta ikut mendukung program dan kegiatan madrasah. Selain itu, guru juga berperan dalam membangun citra positif madrasah melalui prestasi siswa, kedisiplinan, dan penggunaan media digital dalam pembelajaran sehingga masyarakat melihat madrasah sebagai lembaga yang aktif dan berkualitas.”¹³⁹

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mendampingi siswa dalam berbagai perlombaan dan kegiatan sekolah. Selain itu, guru juga mulai memanfaatkan media sosial dan teknologi pembelajaran sebagai bagian dari inovasi pembelajaran. Upaya tersebut membantu memperkuat citra madrasah sebagai lembaga pendidikan yang aktif, modern, dan kompetitif.

Dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, guru melakukan berbagai inovasi pembelajaran di kelas. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Guru menggunakan metode pembelajaran yang lebih aktif dan memanfaatkan teknologi dalam pembelajaran.”¹⁴⁰

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses pembelajaran di kelas sudah mulai menggunakan pendekatan yang lebih interaktif dan berpusat pada siswa. Guru memanfaatkan media digital dan metode diskusi agar siswa lebih aktif dalam kegiatan belajar. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa peran guru sebagai bagian dari sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun sangat penting dalam mendukung keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya saing madrasah sebagai sekolah yang kompetitif.

d. Peserta Didik

¹³⁹ Wawancara, Efrida Qurotul ‘Ayun, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁴⁰ Wawancara, Efrida Qurotul ‘Ayun, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh data bahwa peserta didik juga memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Peran siswa terlihat dari keterlibatan mereka dalam menjaga prestasi, kedisiplinan, serta keaktifan mengikuti berbagai kegiatan madrasah. Berdasarkan hasil observasi, siswa MAN 1 Kabupaten Madiun terlihat aktif mengikuti kegiatan pembelajaran, ekstrakurikuler, dan berbagai kegiatan sekolah lainnya sehingga memberikan dampak positif terhadap citra madrasah di masyarakat.

Dalam proses pembelajaran, kualitas pembelajaran di madrasah dinilai cukup baik oleh siswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan Intan Nasywa kelas X diperoleh informasi bahwa:

“Pembelajaran cukup baik karena guru menjelaskan materi dengan jelas dan menggunakan media pembelajaran yang menarik.”¹⁴¹

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat menggunakan berbagai metode pembelajaran yang interaktif serta memanfaatkan media pembelajaran berbasis teknologi dalam proses belajar mengajar. Siswa juga terlihat lebih aktif dan antusias saat mengikuti pembelajaran di kelas. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pembelajaran yang baik menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan citra madrasah sebagai sekolah yang berkualitas dan kompetitif.

Hubungan antara siswa dan guru di madrasah juga berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

¹⁴¹ Wawancara, Intan Nasywa, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

“Hubungan siswa dan guru cukup dekat serta komunikatif.”¹⁴²

Hasil observasi menunjukkan bahwa komunikasi antara guru dan siswa berlangsung secara terbuka dan harmonis baik di dalam maupun di luar kelas. Guru tidak hanya berperan sebagai pendidik, tetapi juga sebagai pembimbing bagi siswa dalam kegiatan akademik maupun non akademik. Hubungan yang baik tersebut menciptakan suasana belajar yang nyaman sehingga mendukung peningkatan kualitas pendidikan di madrasah.

Program unggulan madrasah menjadi salah satu daya tarik bagi peserta didik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Intan Nasywa kelas X dijelaskan bahwa:

“Program keterampilan, kegiatan ekstrakurikuler, dan pembinaan prestasi sangat menarik bagi siswa.”¹⁴³

Berdasarkan hasil observasi, siswa terlihat aktif mengikuti berbagai kegiatan ekstrakurikuler dan pembinaan prestasi baik di bidang akademik maupun non akademik. Selain itu, program keterampilan juga memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengembangkan kemampuan sesuai minat dan bakat masing-masing. Program-program tersebut menjadi bagian penting dalam mendukung strategi rebranding madrasah agar lebih dikenal masyarakat.

Dalam mendukung citra madrasah, siswa juga memiliki kontribusi yang cukup besar. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Siswa menjaga disiplin, mengikuti lomba, dan aktif dalam kegiatan madrasah.”¹⁴⁴

¹⁴² Wawancara, Intan Nasywa, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁴³ Wawancara, Intan Nasywa, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁴⁴ Wawancara, Intan Nasywa, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa cukup disiplin dalam mengikuti kegiatan sekolah dan aktif berpartisipasi dalam berbagai perlombaan serta kegiatan keagamaan maupun sosial. Prestasi yang diperoleh siswa dalam berbagai bidang turut membantu meningkatkan nama baik madrasah di masyarakat. Selain itu, sikap dan perilaku siswa yang baik juga menjadi bagian dari citra positif lembaga pendidikan.

Berdasarkan hasil wawancara terkait peran siswa dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding dengan Intan Nasywa kelas X diperoleh penjelasan bahwa:

“Siswa berperan dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding dengan menjaga prestasi akademik maupun nonakademik, aktif mengikuti kegiatan madrasah, serta menunjukkan sikap disiplin dan berakhlak baik. Prestasi dan perilaku siswa menjadi salah satu bentuk citra positif madrasah yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.”¹⁴⁵

Berdasarkan hasil observasi, siswa terlihat aktif mengikuti kegiatan sekolah, menjaga tata tertib madrasah, serta menunjukkan perilaku yang sopan dan religius. Selain itu, berbagai prestasi siswa juga sering dipublikasikan melalui media sosial dan kegiatan sekolah sebagai bentuk promosi positif madrasah kepada masyarakat. Dengan demikian, siswa sebagai bagian dari sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya saing madrasah sebagai sekolah yang kompetitif.

e. Wali Murid

¹⁴⁵ Wawancara, Intan Nasywa, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh data bahwa wali murid turut memiliki peran penting dalam mendukung peningkatan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Dukungan wali murid terlihat dari kepercayaan terhadap program madrasah, keterlibatan dalam kegiatan sekolah, serta komunikasi yang baik dengan pihak madrasah. Berdasarkan hasil observasi, hubungan antara pihak madrasah dan wali murid berjalan cukup harmonis sehingga membantu memperkuat citra positif madrasah di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, alasan wali murid memilih MAN 1 Kabupaten Madiun karena madrasah memiliki kualitas pendidikan agama dan program unggulan yang baik. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Ulis Wawinarti berikut:

“Karena madrasah memiliki pendidikan agama yang baik serta program unggulan yang menarik.”¹⁴⁶

Hasil observasi menunjukkan bahwa program keagamaan seperti pembiasaan ibadah, kegiatan tahfidz, dan pembinaan karakter menjadi salah satu daya tarik utama madrasah. Selain itu, berbagai program akademik dan non akademik juga aktif dilaksanakan sehingga memberikan nilai tambah bagi masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa program unggulan madrasah menjadi bagian penting dalam membangun citra positif lembaga melalui rebranding.

Terkait kualitas pendidikan di madrasah, wali murid memberikan penilaian yang cukup baik terhadap proses

¹⁴⁶ Wawancara, Ulis Wawinarti, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

pembelajaran dan perhatian guru kepada siswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ulis Wawinarti diketahui bahwa:

“Kualitas pendidikan cukup baik dan guru memberikan perhatian kepada siswa.”

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mendampingi siswa dalam proses pembelajaran maupun kegiatan sekolah lainnya. Selain itu, suasana pembelajaran berjalan cukup kondusif dengan penggunaan metode pembelajaran yang lebih interaktif dan komunikatif. Perhatian guru terhadap perkembangan siswa juga terlihat melalui pembinaan akademik dan non akademik yang dilakukan secara rutin.

Dalam pelayanan kepada wali murid, pihak madrasah dinilai memberikan pelayanan yang baik dan terbuka. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ulis Wawinarti diperoleh penjelasan bahwa:

“Pelayanan madrasah baik dan pihak sekolah terbuka kepada orang tua.”¹⁴⁷

Hasil observasi menunjukkan bahwa pihak madrasah memberikan pelayanan administrasi dan informasi yang cukup baik kepada wali murid. Selain itu, kepala madrasah dan guru juga terlihat terbuka dalam menerima masukan maupun menyampaikan perkembangan siswa kepada orang tua. Sikap terbuka tersebut membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

Komunikasi antara pihak madrasah dan wali murid juga berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ulis Wawinarti dijelaskan bahwa:

“Komunikasi berjalan baik melalui rapat, grup WhatsApp, dan kegiatan sekolah.”¹⁴⁸

¹⁴⁷ Wawancara, Ulis Wawinarti, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

Berdasarkan hasil observasi, pihak madrasah aktif menjalin komunikasi dengan orang tua melalui berbagai media, baik secara langsung maupun melalui media digital. Grup WhatsApp digunakan sebagai sarana penyampaian informasi kegiatan sekolah dan perkembangan siswa. Selain itu, pertemuan wali murid dan kegiatan sekolah juga menjadi sarana mempererat hubungan antara madrasah dan masyarakat.

Perubahan positif setelah rebranding madrasah juga dirasakan oleh wali murid. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Madrasah terlihat lebih maju, aktif, dan dikenal masyarakat luas.”¹⁴⁸

Hasil observasi menunjukkan bahwa madrasah semakin aktif dalam mempublikasikan kegiatan dan prestasi melalui media sosial maupun kegiatan masyarakat. Lingkungan sekolah juga terlihat lebih tertata dan kegiatan sekolah lebih berkembang dibanding sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi rebranding memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan citra madrasah.

Berdasarkan hasil wawancara terkait peran wali murid dalam meningkatkan madrasah kompetitif melalui rebranding dengan Ibu Ulis Wawinarti diperoleh penjelasan bahwa:

“Wali murid berperan dalam meningkatkan madrasah kompetitif melalui rebranding dengan memberikan dukungan terhadap program madrasah, menjaga komunikasi yang baik dengan pihak sekolah, serta ikut mempromosikan citra positif madrasah kepada masyarakat. Dukungan dan

¹⁴⁸ Wawancara, Ulis Wawinarti, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁴⁹ Wawancara, Ulis Wawinarti, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

kepercayaan wali murid menjadi salah satu faktor penting dalam membangun nama baik dan daya saing madrasah.”¹⁵⁰

Berdasarkan hasil observasi, wali murid terlihat mendukung berbagai kegiatan sekolah dan memberikan respon positif terhadap program-program madrasah. Selain itu, sebagian wali murid juga turut menyampaikan informasi positif mengenai madrasah kepada masyarakat sekitar sehingga membantu meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan tersebut.

Kepercayaan wali murid terhadap madrasah juga terlihat dari kesediaan mereka merekomendasikan MAN 1 Kabupaten Madiun kepada masyarakat lain. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Ya, karena kualitas pendidikan dan pembinaan karakter di madrasah cukup baik.”¹⁵¹

Hasil observasi menunjukkan bahwa pembinaan karakter dan kegiatan keagamaan menjadi salah satu faktor yang paling diapresiasi oleh wali murid. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa wali murid sebagai bagian dari pendukung sumber daya manusia eksternal memiliki peran penting dalam membantu keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya saing MAN 1 Kabupaten Madiun sebagai sekolah yang kompetitif.

2. Paparan Data MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 20 dan 27 April 2026. Pada tahap ini peneliti memaparkan data yang diperoleh dari sebuah proses kegiatan yang berupa tahapan yang sudah peneliti lakukan sebelumnya. Baik berupa wawancara,

¹⁵⁰ Wawancara, Ulis Wawinarti, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁵¹ Wawancara, Ulis Wawinarti, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

observasi maupun dokumentasi sesudah peneliti melakukan paparan data yang diperoleh, kemudian peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah didapatkan. Berikut ini pemaparan data lapangan yang berkaitan tentang strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

a. Kepala Madrasah

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh data bahwa sumber daya manusia memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi *rebranding* madrasah. Peran tersebut terlihat dari berbagai upaya pengembangan kompetensi guru, pemanfaatan teknologi, pembentukan budaya kerja positif, serta peran penting kepala madrasah dalam memperkuat citra madrasah di masyarakat. Seluruh unsur madrasah, mulai dari kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, hingga peserta didik memiliki keterlibatan dalam mendukung peningkatan mutu dan daya saing madrasah.

Dalam proses perencanaan sumber daya manusia, madrasah melakukan berbagai langkah untuk mendukung program *rebranding*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Agung Drajatmono diperoleh informasi bahwa:

“Perencanaan SDM dilakukan dengan meningkatkan kompetensi guru melalui pelatihan, pembinaan, serta pembagian tugas sesuai kemampuan masing-masing agar program madrasah dapat berjalan secara maksimal.”¹⁵²

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa MAN 2 Kabupaten Ponorogo tidak hanya fokus pada pelaksanaan program sekolah, tetapi juga memperhatikan pengembangan kualitas sumber daya manusia. Hasil observasi menunjukkan

¹⁵² Wawancara Agung Drajatmono, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

bahwa guru diberikan tanggung jawab sesuai bidang keahlian masing-masing, seperti pengelolaan kegiatan akademik, pembinaan ekstrakurikuler, pengembangan program keagamaan, hingga pengelolaan publikasi madrasah melalui media digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan SDM dilakukan secara terarah untuk mendukung peningkatan kualitas dan citra madrasah.

Tujuan utama madrasah dalam meningkatkan daya saing yaitu membangun kepercayaan masyarakat serta memperkuat citra positif madrasah di lingkungan pendidikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Agung Drajatmono diperoleh penjelasan bahwa:

“Tujuan utama kami adalah menjadikan MAN 2 Kabupaten Ponorogo sebagai madrasah yang unggul, dipercaya masyarakat, dan mampu bersaing melalui prestasi serta program unggulan yang dimiliki.”¹⁵³

Berdasarkan hasil observasi, peneliti melihat bahwa madrasah aktif menampilkan berbagai prestasi siswa baik akademik maupun non akademik melalui kegiatan sekolah dan media publikasi. Selain itu, berbagai program unggulan madrasah seperti kegiatan keagamaan, pembinaan prestasi, dan pengembangan keterampilan siswa terus dikembangkan sebagai bentuk daya tarik bagi masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa rebranding dilakukan untuk memperkuat positioning madrasah sebagai lembaga pendidikan yang aktif, religius, dan kompetitif.

Dalam meningkatkan kompetensi guru, madrasah memberikan berbagai program pengembangan profesional.

¹⁵³ WawancaraAgung Drajatmono, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah diketahui bahwa:

“Madrasah memberikan pelatihan, workshop, seminar pendidikan, MGMP, dan pembinaan penggunaan teknologi pembelajaran agar kualitas guru terus meningkat.”¹⁵⁴

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mengikuti berbagai kegiatan pelatihan baik yang dilaksanakan secara internal maupun eksternal. Selain itu, beberapa guru sudah memanfaatkan media pembelajaran berbasis digital dalam proses pembelajaran di kelas. Guru juga terlihat mulai menggunakan metode pembelajaran yang lebih interaktif sehingga siswa menjadi lebih aktif dalam mengikuti pembelajaran. Hal tersebut menunjukkan adanya upaya madrasah dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu mengikuti perkembangan pendidikan modern.

Madrasah juga memberikan dukungan terhadap penggunaan teknologi dan promosi sebagai bagian dari strategi rebranding. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah diperoleh informasi bahwa:

“Madrasah memanfaatkan media sosial, website, dan publikasi kegiatan sekolah untuk mengenalkan program unggulan dan prestasi madrasah kepada masyarakat.”¹⁵⁵

Hasil observasi menunjukkan bahwa berbagai kegiatan madrasah seperti prestasi siswa, kegiatan keagamaan, lomba, dan kegiatan sekolah lainnya rutin dipublikasikan melalui media sosial resmi dan website madrasah. Pemanfaatan teknologi tersebut membantu MAN 2 Kabupaten Ponorogo dalam

¹⁵⁴ WawancaraAgung Drajatmono, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹⁵⁵ WawancaraAgung Drajatmono, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

membangun citra madrasah yang modern, aktif, dan terbuka kepada masyarakat luas.

Dalam melakukan evaluasi kinerja guru, madrasah menerapkan beberapa bentuk pengawasan dan penilaian. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah diketahui bahwa:

“Evaluasi dilakukan melalui supervisi pembelajaran, monitoring kegiatan guru, rapat evaluasi, dan penilaian kedisiplinan.”

Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah bersama waka kurikulum rutin melakukan supervisi pembelajaran untuk memastikan kegiatan belajar mengajar berjalan dengan baik. Selain itu, rapat evaluasi juga dilaksanakan secara berkala untuk membahas perkembangan program sekolah dan kendala yang dihadapi selama pelaksanaan pembelajaran. Evaluasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme guru dan kualitas layanan pendidikan di madrasah.

Dalam membangun budaya kerja yang positif, madrasah menanamkan nilai disiplin, tanggung jawab, kerja sama, dan kekeluargaan kepada seluruh warga madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah dijelaskan bahwa:

“Madrasah selalu menanamkan budaya disiplin, kerja sama, tanggung jawab, dan kekeluargaan agar tercipta lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif.”¹⁵⁶

Hasil observasi menunjukkan bahwa hubungan antar guru dan tenaga kependidikan berjalan harmonis dan saling mendukung dalam melaksanakan berbagai kegiatan sekolah. Guru terlihat aktif bekerja sama dalam menyukseskan program madrasah serta mendukung kegiatan akademik maupun non

¹⁵⁶ WawancaraAgung Drajatmono, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

akademik. Selain itu, kegiatan keagamaan dan pembinaan karakter rutin dilaksanakan guna memperkuat budaya kerja religius di lingkungan madrasah.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, kepala madrasah memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas dan daya saing madrasah melalui berbagai kebijakan dan program pengembangan sekolah. Kepala madrasah berperan sebagai pemimpin yang mengarahkan seluruh warga madrasah agar memiliki tujuan bersama dalam membangun citra positif lembaga pendidikan. Dalam pelaksanaannya, kepala madrasah aktif melakukan pembinaan kepada guru dan tenaga kependidikan, memberikan motivasi kerja, serta memastikan seluruh program berjalan sesuai visi dan misi madrasah. Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah juga terlihat aktif terlibat dalam kegiatan sekolah, rapat koordinasi, evaluasi program, dan kegiatan yang melibatkan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah diperoleh penjelasan bahwa:

“Sebagai kepala madrasah, saya harus mampu menggerakkan seluruh guru dan tenaga kependidikan agar terus meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan dan menjaga nama baik madrasah di masyarakat.”¹⁵⁷

Selain itu, kepala madrasah juga menjelaskan bahwa:

“Peran kepala madrasah bukan hanya mengelola sekolah, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat melalui program unggulan, prestasi siswa, kedisiplinan, dan hubungan baik dengan lingkungan sekitar.”¹⁵⁸

¹⁵⁷ WawancaraAgung Drajatmono, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹⁵⁸ WawancaraAgung Drajatmono, peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah secara rutin melakukan monitoring kegiatan pembelajaran, memberikan arahan kepada guru, serta mendukung berbagai kegiatan pengembangan madrasah. Kepala madrasah juga aktif menjalin komunikasi dengan wali peserta didik dan masyarakat guna memperkuat hubungan antara madrasah dengan lingkungan sekitar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepala madrasah memiliki peran besar dalam mengarahkan perkembangan MAN 2 Kabupaten Ponorogo agar menjadi lembaga pendidikan yang unggul, religius, dan kompetitif.

b. Jajaran Manajerial

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh data bahwa jajaran manajerial memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Peran tersebut terlihat dari keterlibatan kepala madrasah, waka, guru, dan tenaga kependidikan dalam mengembangkan program unggulan, meningkatkan kualitas pembelajaran, serta membangun citra positif madrasah di masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, seluruh warga madrasah terlihat aktif mendukung berbagai kegiatan sekolah baik akademik maupun non akademik guna memperkuat daya saing madrasah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Waka Humas Ibu Hastutik diperoleh informasi bahwa:

“Jajaran manajerial terus berperan mengelola program unggulan, kegiatan siswa, dan publikasi madrasah agar citra sekolah semakin baik.”¹⁵⁹

¹⁵⁹ Wawancara, Hastutik Bayyinatur R, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa jajaran waka di MAN 2 Kabupaten Ponorogo memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Berdasarkan hasil observasi, waka kurikulum aktif mengoordinasikan kegiatan pembelajaran dan pengembangan akademik, sedangkan waka kesiswaan mendukung peningkatan prestasi siswa melalui kegiatan lomba dan ekstrakurikuler. Selain itu, waka humas juga aktif mempublikasikan kegiatan dan prestasi madrasah melalui media sosial, website, dan berbagai media informasi lainnya. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dilakukan secara terstruktur untuk memperkuat citra madrasah di masyarakat.

Dalam mendukung citra madrasah, berbagai program unggulan terus dikembangkan oleh pihak madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dijelaskan bahwa:

“Program layanan kelas seperti, kelas bina prestasi, *International class program* (ICP) dan kelas persiapan kedinasan, pembinaan akademik dan non akademik, kegiatan keagamaan, serta pengembangan keterampilan siswa menjadi program unggulan madrasah.”¹⁶⁰

Berdasarkan hasil observasi, peneliti melihat bahwa program layanan kelas dan pembinaan karakter keagamaan menjadi salah satu program yang cukup diminati masyarakat. Selain itu, siswa juga aktif mengikuti berbagai perlombaan akademik maupun non akademik baik di tingkat kabupaten maupun provinsi. Kegiatan keagamaan seperti pembiasaan salat berjamaah, peringatan hari besar Islam, dan kegiatan sosial keagamaan rutin dilaksanakan sebagai bagian dari pembentukan karakter peserta didik. Program-program tersebut menjadi bagian

¹⁶⁰ Wawancara, Hastutik Bayyinat R, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

penting dalam membangun identitas dan daya tarik MAN 2 Kabupaten Ponorogo di tengah persaingan lembaga pendidikan.

Dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, madrasah secara rutin mendorong guru untuk mengikuti berbagai kegiatan pengembangan profesional. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Guru didorong mengikuti pelatihan, workshop, seminar pendidikan, MGMP, dan kegiatan peningkatan profesionalisme lainnya secara rutin.”¹⁶¹

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mengikuti workshop pembelajaran, MGMP, dan pelatihan berbasis teknologi pendidikan. Madrasah juga memberikan dukungan kepada guru agar mampu menyesuaikan metode pembelajaran dengan perkembangan pendidikan saat ini. Selain itu, beberapa guru mulai memanfaatkan media pembelajaran digital dalam proses belajar mengajar. Upaya tersebut dilakukan guna meningkatkan kualitas pembelajaran dan profesionalisme guru sehingga mampu mendukung peningkatan mutu madrasah secara keseluruhan.

Kerja sama antar guru dan tenaga kependidikan juga menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Kerja sama antar guru dan tenaga kependidikan berjalan cukup baik karena setiap kegiatan dilaksanakan secara bersama dan saling mendukung.”¹⁶²

Hasil observasi menunjukkan bahwa hubungan antar guru dan tenaga kependidikan berjalan harmonis serta saling

¹⁶¹ Wawancara, Hastutik Bayyinatur R, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

¹⁶² Wawancara, Hastutik Bayyinatur R, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

membantu dalam pelaksanaan kegiatan madrasah. Setiap program sekolah dilaksanakan melalui koordinasi bersama sehingga tercipta budaya kerja yang kondusif, disiplin, dan penuh tanggung jawab. Hal tersebut menunjukkan bahwa kerja sama yang baik antar sumber daya manusia menjadi salah satu kekuatan dalam meningkatkan kualitas dan citra madrasah.

Meskipun demikian, dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia terdapat beberapa kendala yang dihadapi madrasah. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Kendalanya adalah kemampuan teknologi yang belum merata serta keterbatasan waktu guru dalam mengikuti pelatihan karena padatnya kegiatan pembelajaran.”¹⁶³

Berdasarkan hasil observasi, masih terdapat beberapa guru yang membutuhkan pendampingan dalam penggunaan teknologi pembelajaran digital. Selain itu, kegiatan sekolah yang cukup padat juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tidak semua guru dapat mengikuti pelatihan secara maksimal. Namun demikian, pihak madrasah tetap berupaya memberikan pembinaan dan motivasi agar seluruh guru mampu meningkatkan kompetensinya sesuai perkembangan pendidikan modern.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Waka Humas Ibu Hastutik terkait peran jajaran manajerial dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding diperoleh penjelasan bahwa:

“Jajaran manajerial di MAN 2 Kabupaten Ponorogo memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding dengan melakukan penguatan mutu pendidikan, pengembangan kompetensi guru, peningkatan kualitas layanan, serta membangun citra positif madrasah di masyarakat. Kepala madrasah berperan mengarahkan visi dan strategi pengembangan madrasah,

¹⁶³ Wawancara, Hastutik Bayyinatur R, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

waka kurikulum meningkatkan kualitas pembelajaran yang inovatif, sedangkan waka humas memperkuat branding melalui publikasi prestasi dan kegiatan madrasah di media sosial. Selain itu, seluruh tenaga kependidikan turut mendukung melalui pelayanan yang profesional dan kerja sama yang baik sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.”¹⁶⁴

Berdasarkan hasil observasi, kepala madrasah bersama seluruh jajaran manajerial terlihat aktif melakukan koordinasi, evaluasi, dan pengembangan program sekolah secara berkala. Publikasi kegiatan madrasah dilakukan secara aktif melalui media sosial dan website sekolah sehingga masyarakat dapat mengetahui berbagai prestasi dan program unggulan yang dimiliki madrasah. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa seluruh sumber daya manusia di MAN 2 Kabupaten Ponorogo memiliki kontribusi penting dalam mendukung keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya saing madrasah sebagai sekolah yang unggul, religius, dan kompetitif.

c. Guru

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh data bahwa guru memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Peran tersebut terlihat dari upaya guru dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, mengikuti pengembangan kompetensi, serta mendukung berbagai program unggulan madrasah. Berdasarkan hasil observasi, guru di MAN 2 Kabupaten Ponorogo terlihat aktif terlibat dalam kegiatan akademik maupun non akademik serta mendukung berbagai

¹⁶⁴ Wawancara, Hastutik Bayyinatur R, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

program sekolah guna memperkuat citra positif madrasah di masyarakat.

Dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, madrasah memberikan berbagai pelatihan dan pembinaan kepada guru. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Saiful Islam diperoleh informasi bahwa:

“Ya, guru terus mengikuti pelatihan, workshop, dan kegiatan MGMP untuk meningkatkan kompetensi, baik kegiatan tersebut diselenggarakan oleh pihak madrasah maupun luar madrasah.”¹⁶⁵



Gambar 5.2 Workshop bagi Guru MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mengikuti kegiatan workshop pendidikan, seminar, MGMP, dan pelatihan pembelajaran berbasis teknologi baik yang dilaksanakan secara internal maupun eksternal. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan profesional guru agar mampu mengikuti perkembangan pendidikan modern. Selain itu, madrasah juga memberikan dukungan kepada guru untuk terus mengembangkan kemampuan dalam penggunaan teknologi pembelajaran.

¹⁶⁵ Wawancara, Muhammad Saiful Islam, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

Pelatihan dan pembinaan yang diberikan madrasah memberikan pengaruh positif terhadap kualitas pembelajaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Saiful Islam dijelaskan bahwa:

“Pelatihan yang diikuti oleh bapak ibu guru membantu guru lebih kreatif dalam mengajar dan memahami penggunaan teknologi pembelajaran.”¹⁶⁶

Hasil observasi menunjukkan bahwa beberapa guru mulai menggunakan media pembelajaran berbasis digital seperti presentasi interaktif, video pembelajaran, dan platform pembelajaran daring dalam proses belajar mengajar. Guru juga terlihat lebih aktif menggunakan metode pembelajaran yang bervariasi sehingga siswa menjadi lebih antusias dalam mengikuti pembelajaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan madrasah mampu meningkatkan kreativitas dan profesionalisme guru dalam mengajar.

Hubungan kerja antar guru di MAN 2 Kabupaten Ponorogo juga berjalan cukup baik. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Hubungan yang dijalin antar guru cukup baik dan selalu mendukung dalam kegiatan madrasah.”¹⁶⁷

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat bekerja sama dalam melaksanakan berbagai kegiatan sekolah seperti perlombaan siswa, kegiatan keagamaan, dan program akademik lainnya. Hubungan kerja yang harmonis tersebut menciptakan suasana kerja yang kondusif sehingga mendukung keberhasilan berbagai program madrasah. Selain itu, komunikasi antar guru

¹⁶⁶ Wawancara, Muhammad Saiful Islam, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

¹⁶⁷ Wawancara, Muhammad Saiful Islam, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

dan tenaga kependidikan juga berjalan dengan baik dalam mendukung pelaksanaan kegiatan sekolah.

Madrasah juga memberikan dukungan terhadap peningkatan profesionalisme guru. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Madrasah sering memberikan kesempatan untuk mengikuti pelatihan dan mendukung pengembangan kompetensi guru.”¹⁶⁸

Berdasarkan hasil observasi, pihak madrasah memberikan izin serta fasilitas kepada guru untuk mengikuti kegiatan pelatihan maupun seminar pendidikan. Selain itu, kepala madrasah dan jajaran manajerial juga memberikan motivasi kepada guru agar terus meningkatkan kualitas diri dan mampu mengikuti perkembangan teknologi pendidikan. Dukungan tersebut menunjukkan adanya perhatian madrasah terhadap peningkatan mutu sumber daya manusia sebagai bagian dari strategi rebranding sekolah.

Perubahan positif juga dirasakan setelah dilaksanakannya rebranding madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dijelaskan bahwa:

“Madrasah menjadi lebih dikenal masyarakat dan memiliki banyak program unggulan, serta madrasah mampu terus membentuk para tenaga pendidik dalam profesionalitasnya.”¹⁶⁹

Hasil observasi menunjukkan bahwa masyarakat mulai mengenal MAN 2 Kabupaten Ponorogo melalui berbagai kegiatan dan prestasi yang dipublikasikan secara aktif. Program unggulan

¹⁶⁸ Wawancara, Muhammad Saiful Islam, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

¹⁶⁹ Wawancara, Muhammad Saiful Islam, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

seperti kegiatan keagamaan, pembinaan akademik, dan pengembangan keterampilan siswa juga menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Selain itu, guru terlihat semakin aktif dan profesional dalam melaksanakan proses pembelajaran maupun kegiatan sekolah lainnya.

Dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding, guru memiliki peran yang sangat penting. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Saiful Islam diperoleh penjelasan bahwa:

“Bapak Ibu guru terus berperan dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding dengan meningkatkan kualitas pembelajaran, membuat inovasi dalam proses mengajar, serta ikut mendukung program dan kegiatan madrasah. Selain itu, guru juga berperan dalam membangun citra positif madrasah melalui prestasi siswa, kedisiplinan, dan penggunaan media digital dalam pembelajaran sehingga masyarakat melihat madrasah sebagai lembaga yang aktif dan berkualitas.”¹⁷⁰

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mendampingi siswa dalam berbagai perlombaan dan kegiatan sekolah. Selain itu, guru juga mulai memanfaatkan media sosial dan teknologi pembelajaran sebagai bagian dari inovasi pembelajaran. Upaya tersebut membantu memperkuat citra madrasah sebagai lembaga pendidikan yang aktif, modern, religius, dan kompetitif.

Dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, guru melakukan berbagai inovasi pembelajaran di kelas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Saiful Islam diketahui bahwa:

¹⁷⁰ Wawancara, Muhammad Saiful Islam, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

“Guru menggunakan metode pembelajaran yang lebih aktif dan kreatif melalui pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran.”¹⁷¹

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses pembelajaran di kelas mulai menggunakan pendekatan yang lebih interaktif dan berpusat pada siswa. Guru memanfaatkan media digital, metode diskusi, dan pembelajaran berbasis proyek agar siswa lebih aktif dalam kegiatan belajar. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa peran guru sebagai bagian dari sumber daya manusia di MAN 2 Kabupaten Ponorogo sangat penting dalam mendukung keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya saing madrasah sebagai sekolah yang unggul dan kompetitif.

d. Peserta Didik

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh data bahwa peserta didik memiliki peran penting dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Peran siswa terlihat dari keterlibatan mereka dalam menjaga prestasi, kedisiplinan, serta keaktifan mengikuti berbagai kegiatan madrasah. Berdasarkan hasil observasi, siswa MAN 2 Kabupaten Ponorogo terlihat aktif mengikuti kegiatan pembelajaran, ekstrakurikuler, maupun berbagai kegiatan sekolah lainnya sehingga memberikan dampak positif terhadap citra madrasah di masyarakat.

Dalam proses pembelajaran, kualitas pembelajaran di madrasah dinilai cukup baik oleh siswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan Hasna Dwi Pratiwi Kelas X diperoleh informasi bahwa:

¹⁷¹ Wawancara, Muhammad Saiful Islam, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, Apri 8, 2026

“Kualitas pembelajaran cukup baik karena guru menjelaskan materi dengan jelas dan menggunakan media pembelajaran yang menarik.”¹⁷²

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat menggunakan berbagai metode pembelajaran yang interaktif dan memanfaatkan media pembelajaran berbasis teknologi dalam proses belajar mengajar. Siswa terlihat aktif dan antusias saat mengikuti pembelajaran di kelas. Selain itu, penggunaan media digital dalam pembelajaran membuat suasana belajar menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pembelajaran yang baik menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan citra madrasah sebagai sekolah yang berkualitas dan kompetitif.

Hubungan antara siswa dan guru di madrasah juga berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Hubungan antara siswa dan guru cukup dekat serta komunikatif.”¹⁷³

Hasil observasi menunjukkan bahwa komunikasi antara guru dan siswa berlangsung secara terbuka dan harmonis baik di dalam maupun di luar kelas. Guru tidak hanya berperan sebagai pendidik, tetapi juga sebagai pembimbing bagi siswa dalam kegiatan akademik maupun non akademik. Kedekatan tersebut menciptakan suasana belajar yang nyaman sehingga siswa lebih mudah menerima pembelajaran dan aktif mengikuti kegiatan sekolah.

¹⁷² Wawancara, Hasna Dwi Pratiwi, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

¹⁷³ Wawancara, Hasna Dwi Pratiwi, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

Program unggulan madrasah menjadi salah satu daya tarik utama bagi peserta didik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Hasna Dwi Pratiwi Kelas X dijelaskan bahwa:

“Program layanan kelas International Class Program (ICP), kelas persiapan kedinasan, kelas kelompok belajar cepat, dan pembinaan prestasi sangat menarik bagi siswa.”¹⁷⁴

Berdasarkan hasil observasi, program International Class Program (ICP) dan kelas persiapan kedinasan menjadi salah satu program unggulan yang banyak diminati masyarakat. Selain itu, pembinaan prestasi akademik dan non akademik juga dilaksanakan secara aktif guna mendukung pengembangan potensi siswa. Program kelompok belajar cepat membantu siswa meningkatkan kemampuan akademik melalui pembelajaran yang lebih intensif. Program-program tersebut menjadi bagian penting dalam mendukung strategi rebranding madrasah agar lebih dikenal sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan kompetitif.

Dalam mendukung citra madrasah, siswa juga memiliki kontribusi yang cukup besar. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Siswa menjaga nama baik madrasah dengan berlaku disiplin, mengikuti berbagai lomba, dan aktif dalam kegiatan madrasah.”¹⁷⁵

Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa cukup disiplin dalam mengikuti kegiatan sekolah dan aktif berpartisipasi dalam berbagai perlombaan akademik maupun non akademik baik di tingkat kabupaten maupun provinsi. Selain itu, siswa juga aktif mengikuti kegiatan keagamaan, organisasi sekolah, dan kegiatan

¹⁷⁴ Wawancara, Hasna Dwi Pratiwi, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

¹⁷⁵ Wawancara, Hasna Dwi Pratiwi, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

sosial yang diselenggarakan madrasah. Prestasi dan perilaku siswa yang baik turut membantu meningkatkan nama baik MAN 2 Kabupaten Ponorogo di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Hasna Dwi Pratiwi Kelas X terkait peran siswa dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding diperoleh penjelasan bahwa:

“Siswa berperan dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding dengan menjaga prestasi akademik maupun nonakademik, aktif mengikuti kegiatan madrasah maupun diluar madrasah, serta menunjukkan sikap disiplin dan berakhlak baik. Karena prestasi dan perilaku siswa menjadi salah satu bentuk citra positif madrasah yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.”¹⁷⁶

Berdasarkan hasil observasi, siswa terlihat aktif mengikuti berbagai kegiatan sekolah maupun kegiatan di luar sekolah seperti perlombaan, kegiatan sosial, dan kegiatan keagamaan. Selain itu, siswa juga menunjukkan sikap yang disiplin, sopan, dan religius dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan madrasah. Prestasi siswa dalam berbagai bidang juga rutin dipublikasikan melalui media sosial dan website madrasah sebagai bentuk promosi positif kepada masyarakat. Dengan demikian, siswa sebagai bagian dari sumber daya manusia di MAN 2 Kabupaten Ponorogo memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya saing madrasah sebagai sekolah yang unggul, religius, dan kompetitif.

e. Wali Murid

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh data bahwa wali murid turut memiliki peran penting

¹⁷⁶ Wawancara, Hasna Dwi Pratiwi, Peran Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

dalam mendukung peningkatan sekolah kompetitif melalui strategi rebranding madrasah. Dukungan wali murid terlihat dari kepercayaan terhadap program madrasah, keterlibatan dalam kegiatan sekolah, serta komunikasi yang baik dengan pihak madrasah. Berdasarkan hasil observasi, hubungan antara pihak madrasah dan wali murid berjalan cukup harmonis sehingga membantu memperkuat citra positif madrasah di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, alasan wali murid memilih MAN 2 Kabupaten Ponorogo karena madrasah memiliki kualitas pendidikan agama dan program unggulan yang baik. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Arif Rofi'i berikut:

“Karena madrasah memiliki pendidikan agama yang baik yang dapat menjadi bekal anak-anak serta program unggulan yang menarik yang belum bisa dimiliki sekolah lain.”¹⁷⁷

Hasil observasi menunjukkan bahwa program keagamaan seperti pembiasaan ibadah, pembinaan karakter religius, dan kegiatan tahfidz menjadi salah satu daya tarik utama madrasah. Selain itu, program unggulan seperti International Class Program (ICP), kelas persiapan kedinasan, dan pembinaan prestasi juga menjadi alasan masyarakat memilih MAN 2 Kabupaten Ponorogo. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa program unggulan madrasah menjadi bagian penting dalam membangun citra positif lembaga melalui strategi rebranding.

Terkait kualitas pendidikan di madrasah, wali murid memberikan penilaian yang cukup baik terhadap proses pembelajaran dan profesionalisme guru. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

¹⁷⁷ Wawancara, Arif Rofi'i, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

“Kualitas pendidikan cukup baik dan guru profesional yang memberikan perhatian kepada siswa.”¹⁷⁸

Berdasarkan hasil observasi, guru terlihat aktif mendampingi siswa dalam proses pembelajaran maupun kegiatan sekolah lainnya. Selain itu, suasana pembelajaran berjalan cukup kondusif dengan penggunaan metode pembelajaran yang interaktif dan berbasis teknologi. Perhatian guru terhadap perkembangan akademik dan karakter siswa juga terlihat melalui pembinaan yang dilakukan secara rutin baik di dalam maupun di luar kelas.

Dalam pelayanan kepada wali murid, pihak madrasah dinilai memberikan pelayanan yang baik dan terbuka. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh dengan Bapak Arif Rofi’I menjelaskan bahwa:

“Pelayanan madrasah baik dan pihak sekolah terbuka kepada orang tua, seperti sebelum masuk ke madrasah para wali murid calon peserta didik baru mengikuti pertemuan wali murid bersama jajaran manajerial beserta komite madrasah.”¹⁷⁹

Hasil observasi menunjukkan bahwa pihak madrasah memberikan pelayanan administrasi dan informasi yang cukup baik kepada wali murid. Selain itu, kegiatan pertemuan wali murid bersama pihak madrasah dan komite sekolah rutin dilaksanakan untuk memberikan informasi terkait program, tata tertib, serta perkembangan madrasah. Sikap terbuka tersebut membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

¹⁷⁸ Wawancara, Arif Rofi’i, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

¹⁷⁹ Wawancara, Arif Rofi’i, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

Komunikasi antara pihak madrasah dan wali murid juga berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dijelaskan bahwa:

“Komunikasi berjalan baik melalui rapat, grup WhatsApp, dan kegiatan sekolah.”¹⁸⁰

Berdasarkan hasil observasi, pihak madrasah aktif menjalin komunikasi dengan orang tua melalui berbagai media baik secara langsung maupun melalui media digital. Grup WhatsApp digunakan sebagai sarana penyampaian informasi kegiatan sekolah, perkembangan siswa, serta koordinasi antara guru dan wali murid. Selain itu, kegiatan sekolah dan pertemuan wali murid juga menjadi sarana mempererat hubungan antara madrasah dan masyarakat.

Perubahan positif setelah rebranding madrasah juga dirasakan oleh wali murid. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa:

“Madrasah terlihat lebih maju, aktif, dan dikenal masyarakat luas.”¹⁸¹

Hasil observasi menunjukkan bahwa madrasah semakin aktif dalam mempublikasikan kegiatan dan prestasi melalui media sosial maupun kegiatan masyarakat. Lingkungan sekolah juga terlihat lebih tertata, kegiatan sekolah semakin berkembang, dan program unggulan semakin dikenal masyarakat dibanding sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi rebranding memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan citra madrasah.

¹⁸⁰ Wawancara, Arif Rofi'i, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁸¹ Wawancara, Arif Rofi'i, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Arif Rofi'I terkait peran wali murid dalam meningkatkan madrasah kompetitif melalui rebranding diperoleh penjelasan bahwa:

“Wali murid berperan dalam meningkatkan madrasah kompetitif melalui rebranding dengan memberikan dukungan terhadap program madrasah, menjaga komunikasi yang baik dengan pihak sekolah, serta ikut mempromosikan citra positif madrasah kepada masyarakat. Dukungan dan kepercayaan wali murid menjadi salah satu faktor penting dalam membangun nama baik dan daya saing madrasah.”¹⁸²

Berdasarkan hasil observasi, wali murid terlihat mendukung berbagai kegiatan sekolah dan memberikan respon positif terhadap program-program madrasah. Selain itu, sebagian wali murid juga turut menyampaikan informasi positif mengenai madrasah kepada masyarakat sekitar sehingga membantu meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan tersebut.

Kepercayaan wali murid terhadap madrasah juga terlihat dari kesediaan mereka merekomendasikan MAN 2 Kabupaten Ponorogo kepada masyarakat lain. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa:

“Ya, sangat merekomendasikan karena kualitas pendidikan dan pembinaan karakter di madrasah cukup baik.”¹⁸³

Hasil observasi menunjukkan bahwa pembinaan karakter, kegiatan keagamaan, serta program unggulan menjadi faktor yang paling diapresiasi oleh wali murid. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa wali murid sebagai bagian dari pendukung sumber daya manusia eksternal memiliki peran penting dalam membantu keberhasilan rebranding guna meningkatkan daya

¹⁸² Wawancara, Arif Rofi'i, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

¹⁸³ Wawancara, Arif Rofi'i, Peran sumber daya manusia dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*, MAN I Kabupaten Madiun, April 8, 2026

saing MAN 2 Kabupaten Ponorogo sebagai sekolah yang unggul, religius, dan kompetitif.

2. ANALISIS DATA

1. Peran sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui *rebranding*.

Sumber Daya Manusia (Human Resource Theory) merupakan landasan konseptual yang menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dalam mencapai tujuan organisasi. Menurut Michael Armstrong, sumber daya manusia merupakan aset paling penting dalam organisasi yang berperan sebagai penggerak utama dalam mencapai tujuan organisasi. Armstrong menekankan bahwa SDM bukan sekadar tenaga kerja, tetapi individu yang memiliki kemampuan, pengetahuan, keterampilan, serta potensi yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

Menurut Michael Armstrong, kompetensi mencakup pengetahuan, keterampilan, perilaku, dan kemampuan individu dalam melaksanakan pekerjaan secara efektif. Kompetensi menjadi faktor utama dalam peningkatan kualitas organisasi.¹⁸⁴

a. Kepala Madrasah

Berdasarkan data yang diperoleh dari MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh temuan bahwa sumber daya manusia menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing madrasah melalui implementasi *rebranding*. Hasil wawancara dengan kepala madrasah menunjukkan adanya upaya sistematis dalam pengembangan kompetensi guru melalui pelatihan, workshop, MGMP, seminar, serta pembagian tugas yang disesuaikan dengan kompetensi dan keahlian masing-masing. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang memperlihatkan bahwa guru telah melaksanakan tugas sesuai bidang profesionalnya, aktif

¹⁸⁴ Armstrong, Michael & Taylor, Stephen. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice* (13th ed.). London: Kogan Page.

mengikuti kegiatan pengembangan kompetensi, serta memanfaatkan teknologi pembelajaran dalam proses belajar mengajar. Selain itu, dokumentasi kegiatan madrasah menunjukkan adanya publikasi program unggulan, prestasi peserta didik, dan berbagai aktivitas madrasah melalui media sosial maupun website resmi sebagai upaya membangun citra positif lembaga.

Melalui temuan data juga menunjukkan bahwa kepala madrasah memiliki peran sentral dalam mengelola dan mengoptimalkan potensi sumber daya manusia untuk mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Peran tersebut diwujudkan melalui supervisi pembelajaran, evaluasi kinerja secara berkala, pembinaan kedisiplinan, serta penguatan budaya kerja yang berlandaskan kerja sama, tanggung jawab, dan kekeluargaan. Hasil observasi memperlihatkan hubungan yang harmonis antara guru dan tenaga kependidikan, serta keterlibatan aktif kepala madrasah dalam berbagai kegiatan internal maupun komunikasi dengan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dilakukan secara terencana dan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas layanan pendidikan sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis secara mendalam melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menempatkan sumber daya manusia sebagai aset paling berharga dalam organisasi. Armstrong menegaskan bahwa keberhasilan organisasi sangat ditentukan oleh kemampuan dalam mengelola, mengembangkan, dan memberdayakan sumber daya manusia melalui proses perencanaan, pelatihan, pengembangan kompetensi, manajemen kinerja, serta pembentukan budaya kerja yang efektif. Dalam konteks MAN 1 Kabupaten Madiun, berbagai

upaya peningkatan kompetensi guru, pemanfaatan teknologi pembelajaran, pelaksanaan supervisi dan evaluasi kinerja, serta kepemimpinan kepala madrasah menunjukkan implementasi prinsip-prinsip manajemen sumber daya manusia sebagaimana dikemukakan oleh Armstrong.

Lebih lanjut, teori Armstrong memberikan penjelasan bahwa pengembangan kompetensi individu akan berkontribusi pada peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan. Hal tersebut tampak pada MAN 1 Kabupaten Madiun, di mana peningkatan kapasitas guru dan tenaga kependidikan berdampak pada meningkatnya kualitas pembelajaran, efektivitas layanan pendidikan, serta kemampuan madrasah dalam membangun citra positif di masyarakat.

b. Jajaran Manajerial

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh temuan bahwa seluruh sumber daya manusia madrasah memiliki kontribusi strategis dalam meningkatkan daya saing madrasah melalui implementasi rebranding. Keterlibatan kepala madrasah, wakil kepala madrasah, guru, dan tenaga kependidikan terlihat dalam pengembangan program unggulan, peningkatan mutu pembelajaran, serta publikasi berbagai kegiatan madrasah guna membangun citra positif di masyarakat. Hasil wawancara dengan wakil kepala bidang humas menunjukkan bahwa jajaran manajerial berperan aktif dalam mengelola program unggulan, mengoordinasikan kegiatan peserta didik, serta menyebarkan informasi dan prestasi madrasah melalui berbagai media. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa waka kurikulum menjalankan fungsi koordinasi pembelajaran secara efektif, waka kesiswaan berperan dalam pembinaan dan pengembangan prestasi siswa, serta waka humas secara konsisten

memanfaatkan media sosial dan website madrasah sebagai sarana komunikasi dan promosi lembaga.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa keberadaan program unggulan seperti program keterampilan, kegiatan akademik dan nonakademik, kegiatan keagamaan, serta kelas Bahasa Jepang menjadi instrumen penting dalam meningkatkan daya tarik dan identitas madrasah. Di sisi lain, madrasah secara berkelanjutan mendorong peningkatan kapasitas guru melalui pelatihan, seminar, workshop, dan kegiatan MGMP guna memperkuat profesionalisme serta kualitas layanan pendidikan. Hasil observasi memperlihatkan adanya kolaborasi yang baik antara guru dan tenaga kependidikan dalam menjalankan berbagai program madrasah sehingga tercipta lingkungan kerja yang harmonis, produktif, dan kondusif. Meskipun masih terdapat kendala berupa perbedaan tingkat penguasaan teknologi dan keterbatasan waktu dalam mengikuti kegiatan pengembangan profesional, madrasah tetap berupaya memberikan pendampingan, pembinaan, dan dukungan yang berkelanjutan agar kompetensi sumber daya manusia terus berkembang sesuai dengan tuntutan pendidikan modern.

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan secara komprehensif melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menempatkan sumber daya manusia sebagai aset strategis yang menentukan keberhasilan organisasi. Armstrong menegaskan bahwa organisasi yang mampu mencapai tujuan secara efektif adalah organisasi yang secara konsisten melakukan pengembangan kompetensi, membangun kerja sama tim, mengelola kinerja, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas dan inovasi. Berdasarkan perspektif tersebut, berbagai upaya yang dilakukan MAN 1 Kabupaten Madiun, seperti peningkatan kompetensi guru, penguatan

koordinasi antarbagian, pengembangan program unggulan, dan optimalisasi peran jajaran manajerial, menunjukkan implementasi nyata prinsip-prinsip manajemen sumber daya manusia yang dikemukakan oleh Armstrong.

Lebih lanjut, teori Armstrong memberikan pemahaman bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas individu, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan seluruh potensi sumber daya manusia untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks MAN 1 Kabupaten Madiun, sinergi antara kepala madrasah, jajaran manajerial, guru, dan tenaga kependidikan menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Penguatan kompetensi, kolaborasi antarpegawai, serta pengelolaan program unggulan yang terstruktur telah menghasilkan peningkatan kualitas layanan pendidikan sekaligus memperkuat citra positif madrasah di mata masyarakat.

c. Guru

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh temuan bahwa guru memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan daya saing madrasah melalui implementasi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa guru secara aktif mengikuti berbagai kegiatan pengembangan profesional, seperti pelatihan, workshop, seminar, dan Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) sebagai upaya untuk meningkatkan kompetensi dan kualitas kinerja. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa guru tidak hanya berpartisipasi dalam kegiatan pengembangan diri, tetapi juga mampu mengimplementasikan hasil pelatihan dalam proses pembelajaran melalui pemanfaatan media digital, video pembelajaran, serta platform pembelajaran daring. Selain itu, guru

menerapkan pendekatan pembelajaran yang lebih interaktif, inovatif, dan berpusat pada peserta didik sehingga mampu menciptakan suasana belajar yang lebih efektif, kreatif, dan menarik.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa hubungan kerja antar guru terjalin dengan baik melalui budaya kolaboratif yang mendukung pelaksanaan berbagai program madrasah. Guru saling bekerja sama dalam kegiatan akademik, pembinaan prestasi siswa, kegiatan keagamaan, serta pendampingan peserta didik dalam berbagai kompetisi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya sinergi yang kuat antar tenaga pendidik dalam mewujudkan tujuan madrasah. Di samping itu, pihak madrasah memberikan dukungan yang memadai melalui penyediaan fasilitas, pemberian kesempatan mengikuti pelatihan, serta motivasi yang berkelanjutan untuk meningkatkan profesionalisme guru. Dampak dari berbagai upaya tersebut terlihat pada meningkatnya kualitas layanan pendidikan, bertambahnya prestasi peserta didik, serta semakin kuatnya citra positif madrasah di masyarakat melalui publikasi program unggulan dan pemanfaatan teknologi pembelajaran sebagai bagian dari strategi rebranding.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis secara mendalam melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menegaskan bahwa sumber daya manusia merupakan aset utama organisasi yang harus dikelola dan dikembangkan secara berkelanjutan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif. Armstrong menjelaskan bahwa peningkatan kompetensi melalui pelatihan, pengembangan profesional, manajemen kinerja, serta kerja sama tim merupakan elemen penting dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan produktif. Berdasarkan perspektif tersebut, keterlibatan aktif guru dalam berbagai program pengembangan

kompetensi menunjukkan adanya implementasi nyata prinsip pengembangan sumber daya manusia yang menjadi fondasi bagi peningkatan mutu pendidikan di madrasah.

Lebih lanjut, Armstrong menekankan bahwa keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusianya dalam beradaptasi terhadap perubahan, mengembangkan inovasi, serta memberikan kontribusi optimal terhadap pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks MAN 1 Kabupaten Madiun, kemampuan guru dalam memanfaatkan teknologi pembelajaran, mengembangkan metode pembelajaran yang inovatif, serta membangun kerja sama yang harmonis dengan sesama guru menjadi indikator penting keberhasilan pengelolaan sumber daya manusia. Kondisi ini menunjukkan bahwa guru tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana pembelajaran, tetapi juga sebagai agen perubahan yang berperan dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan dan memperkuat citra madrasah di masyarakat.

d. Peserta Didik

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh temuan bahwa peserta didik memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung peningkatan daya saing madrasah melalui strategi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa peserta didik menilai kualitas pembelajaran di madrasah telah berjalan dengan baik, yang ditunjukkan melalui penggunaan metode dan media pembelajaran yang menarik serta mampu meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses belajar. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa peserta didik aktif, antusias, dan mampu berpartisipasi secara optimal dalam pembelajaran berbasis teknologi. Selain itu, hubungan yang harmonis dan komunikatif antara guru dan peserta didik

menciptakan lingkungan belajar yang kondusif sehingga mendukung peningkatan kualitas pendidikan di madrasah.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa peserta didik tidak hanya berperan sebagai penerima layanan pendidikan, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membangun citra dan reputasi madrasah. Hal ini terlihat dari keterlibatan aktif siswa dalam berbagai kegiatan ekstrakurikuler, program pembinaan prestasi, kegiatan keagamaan, serta berbagai kompetisi akademik dan nonakademik. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta didik mampu menunjukkan sikap disiplin, mematuhi tata tertib, serta menampilkan perilaku religius dan santun dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai prestasi dan perilaku positif tersebut menjadi representasi kualitas pendidikan madrasah yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial dan berbagai kegiatan sekolah sebagai bagian dari strategi rebranding untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis melalui perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menegaskan bahwa sumber daya manusia merupakan aset strategis yang harus dikembangkan secara berkelanjutan agar mampu memberikan kontribusi maksimal terhadap pencapaian tujuan organisasi. Armstrong menjelaskan bahwa proses pembinaan, pengembangan potensi, peningkatan kompetensi, serta penciptaan lingkungan yang mendukung pertumbuhan individu merupakan bagian penting dari pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Dalam konteks MAN 1 Kabupaten Madiun, peserta didik merupakan salah satu sumber daya manusia utama yang menjadi indikator keberhasilan pengelolaan pendidikan, karena kualitas peserta didik mencerminkan kualitas sistem pendidikan yang dijalankan oleh madrasah.

Lebih lanjut, teori Armstrong menjelaskan bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya ditentukan oleh pengelolaan sumber daya manusia pada tingkat manajerial dan tenaga kerja, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengembangkan potensi seluruh individu yang terlibat di dalamnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai program pembinaan akademik, kegiatan ekstrakurikuler, penguatan karakter religius, serta pendampingan prestasi yang diberikan madrasah telah menjadi sarana pengembangan potensi peserta didik secara optimal. Pengembangan tersebut menghasilkan peserta didik yang berprestasi, disiplin, aktif, dan memiliki karakter positif sehingga mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan reputasi madrasah di masyarakat.

e. Wali Murid

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 1 Kabupaten Madiun, diperoleh temuan bahwa wali murid memiliki peran yang signifikan dalam mendukung peningkatan daya saing madrasah melalui strategi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa keputusan wali murid memilih MAN 1 Kabupaten Madiun didasarkan pada kualitas pendidikan agama, program unggulan, serta pembinaan karakter yang menjadi ciri khas madrasah. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan adanya berbagai program keagamaan, tahfidz Al-Qur'an, pembinaan karakter, serta kegiatan akademik dan nonakademik yang mampu menarik minat masyarakat. Selain itu, wali murid memberikan penilaian positif terhadap kualitas pembelajaran dan perhatian guru kepada peserta didik, sehingga menumbuhkan kepercayaan yang kuat terhadap madrasah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa hubungan antara pihak madrasah dan wali murid terjalin secara harmonis melalui

berbagai saluran komunikasi, seperti rapat wali murid, grup WhatsApp, serta keterlibatan dalam berbagai kegiatan sekolah. Hasil observasi memperlihatkan bahwa madrasah menerapkan komunikasi yang terbuka dengan memberikan informasi secara transparan dan memberikan ruang bagi orang tua untuk menyampaikan masukan maupun saran. Dukungan wali murid tercermin melalui partisipasi aktif dalam kegiatan sekolah, respons positif terhadap program-program madrasah, serta kesediaan untuk merekomendasikan MAN 1 Kabupaten Madiun kepada masyarakat luas. Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh meningkatnya publikasi kegiatan dan prestasi madrasah yang berhasil membangun citra positif sebagai lembaga pendidikan yang maju, religius, dan kompetitif.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menekankan bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia internal, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam membangun hubungan yang produktif dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Armstrong menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif, keterlibatan pihak terkait, serta pengembangan hubungan yang harmonis merupakan bagian penting dari pengelolaan sumber daya manusia yang mendukung pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks MAN 1 Kabupaten Madiun, wali murid merupakan bagian dari sumber daya manusia eksternal yang memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan dan keberhasilan program-program madrasah.

Lebih lanjut, teori Armstrong menjelaskan bahwa dukungan dan kepercayaan stakeholders menjadi salah satu indikator keberhasilan organisasi dalam mengelola sumber daya manusianya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa madrasah

mampu membangun hubungan yang positif dengan wali murid melalui komunikasi yang terbuka, pelayanan pendidikan yang berkualitas, serta pelibatan orang tua dalam berbagai kegiatan sekolah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan antara madrasah dan wali murid telah berjalan secara efektif sehingga menghasilkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga. Kepercayaan tersebut kemudian berkembang menjadi dukungan nyata dalam bentuk partisipasi, promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), serta rekomendasi kepada masyarakat yang secara tidak langsung memperkuat citra dan reputasi madrasah.

2. Peran sumber daya manusia di MAN 2 Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding.

a. Kepala Madrasah

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh temuan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor strategis dalam mendukung peningkatan daya saing madrasah melalui implementasi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa madrasah secara konsisten melakukan pengembangan kompetensi guru melalui berbagai kegiatan seperti pelatihan, workshop, seminar, MGMP, serta penempatan tugas yang disesuaikan dengan bidang keahlian masing-masing. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa guru aktif mengikuti kegiatan pengembangan profesional, memanfaatkan teknologi dalam pembelajaran, serta menjalankan tugas dan tanggung jawab sesuai kompetensinya, baik dalam bidang akademik, pembinaan ekstrakurikuler, maupun pengelolaan publikasi digital madrasah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia di MAN 2 Kabupaten Ponorogo dilakukan secara sistematis dan berorientasi pada

peningkatan kualitas layanan pendidikan serta penguatan citra madrasah di masyarakat.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa madrasah secara aktif membangun citra positif melalui publikasi prestasi siswa, penguatan program unggulan, serta pemanfaatan media sosial dan website sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Selain itu, evaluasi kinerja guru dilaksanakan secara berkelanjutan melalui supervisi pembelajaran, monitoring program, dan rapat evaluasi berkala yang bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme dan kualitas pelayanan pendidikan. Hasil observasi memperlihatkan adanya budaya kerja yang positif, yang ditandai dengan sikap disiplin, kerja sama, tanggung jawab, dan kekeluargaan di antara seluruh warga madrasah. Dalam hal ini, kepala madrasah berperan sebagai pemimpin yang mampu menggerakkan, membina, dan memotivasi seluruh sumber daya manusia melalui pengawasan program, pemberian arahan, serta komunikasi yang efektif dengan masyarakat guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap madrasah.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis secara mendalam melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menempatkan sumber daya manusia sebagai aset paling berharga dalam organisasi. Armstrong menegaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam mengelola sumber daya manusia melalui pengembangan kompetensi, manajemen kinerja, pembentukan budaya kerja yang produktif, serta kepemimpinan yang mampu mengoptimalkan potensi individu dan kelompok. Berdasarkan perspektif tersebut, berbagai upaya yang dilakukan MAN 2 Kabupaten Ponorogo, seperti peningkatan kompetensi guru, evaluasi kinerja secara berkelanjutan, pemanfaatan teknologi, dan penguatan budaya kerja, merupakan implementasi nyata dari

prinsip-prinsip manajemen sumber daya manusia yang dikemukakan oleh Armstrong.

Lebih lanjut, Armstrong menjelaskan bahwa organisasi yang mampu mengembangkan kompetensi anggotanya secara berkelanjutan akan memiliki kemampuan yang lebih besar dalam menghadapi perubahan dan meningkatkan daya saing. Hal tersebut terlihat pada MAN 2 Kabupaten Ponorogo, di mana peningkatan kompetensi guru melalui berbagai program pengembangan profesional berdampak pada meningkatnya kualitas pembelajaran, efektivitas pelaksanaan program madrasah, serta kemampuan lembaga dalam membangun citra positif di masyarakat. Di samping itu, budaya kerja yang kolaboratif dan kepemimpinan yang efektif menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pencapaian tujuan organisasi secara optimal.

b. Jajaran Manajerial

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh temuan bahwa jajaran manajerial memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan daya saing madrasah melalui implementasi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kepala madrasah, wakil kepala madrasah, guru, dan tenaga kependidikan terlibat aktif dalam pengelolaan program unggulan, peningkatan mutu pembelajaran, serta pembangunan citra positif madrasah melalui publikasi berbagai kegiatan dan prestasi sekolah. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa waka kurikulum menjalankan fungsi koordinasi program akademik secara efektif, waka kesiswaan berperan dalam pembinaan dan pengembangan prestasi peserta didik, sedangkan waka humas secara aktif mengelola publikasi kegiatan madrasah melalui media sosial dan website resmi sekolah. Kondisi tersebut

menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dilakukan secara terstruktur dan terintegrasi untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi serta memperkuat posisi madrasah dalam persaingan pendidikan.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa berbagai program unggulan, seperti Kelas Bina Prestasi, International Class Program (ICP), kelas persiapan kedinasan, kegiatan keagamaan, dan program pengembangan keterampilan siswa menjadi identitas sekaligus daya tarik utama madrasah di tengah masyarakat. Keberhasilan pelaksanaan program-program tersebut tidak terlepas dari peran jajaran manajerial dalam mengoordinasikan sumber daya manusia secara efektif. Selain itu, guru secara rutin mengikuti pelatihan, workshop, seminar, dan MGMP sebagai upaya peningkatan kompetensi profesional dan penguasaan teknologi pembelajaran. Hasil observasi menunjukkan adanya kerja sama yang harmonis antara guru dan tenaga kependidikan dalam melaksanakan berbagai program madrasah sehingga tercipta budaya kerja yang disiplin, kondusif, kolaboratif, dan penuh tanggung jawab. Meskipun masih terdapat kendala berupa perbedaan kemampuan teknologi serta keterbatasan waktu dalam mengikuti kegiatan pengembangan profesional, pihak madrasah tetap melakukan pembinaan, pendampingan, dan pemberian motivasi agar kualitas sumber daya manusia terus berkembang sesuai kebutuhan pendidikan yang dinamis.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menegaskan bahwa sumber daya manusia merupakan aset strategis yang menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Armstrong menjelaskan bahwa pengembangan kompetensi, pengelolaan kinerja, kerja sama tim, serta kepemimpinan yang efektif merupakan komponen utama dalam

manajemen sumber daya manusia. Dalam konteks MAN 2 Kabupaten Ponorogo, peran jajaran manajerial dalam mengoordinasikan berbagai program unggulan, meningkatkan kompetensi guru, dan membangun budaya kerja yang positif menunjukkan implementasi nyata prinsip-prinsip manajemen sumber daya manusia yang dikemukakan oleh Armstrong.

Lebih lanjut, Armstrong menekankan bahwa organisasi yang berhasil adalah organisasi yang mampu mengoptimalkan potensi sumber daya manusianya melalui proses pengembangan yang berkelanjutan dan sistem manajemen yang terarah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jajaran manajerial MAN 2 Kabupaten Ponorogo tidak hanya berfungsi sebagai pengelola administrasi, tetapi juga sebagai penggerak perubahan yang mampu mengarahkan seluruh sumber daya manusia menuju peningkatan kualitas pendidikan. Melalui koordinasi yang efektif, pembinaan yang berkesinambungan, serta penguatan budaya kerja kolaboratif, jajaran manajerial berhasil menciptakan lingkungan organisasi yang mendukung inovasi dan peningkatan kinerja seluruh warga madrasah.

c. Guru

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh temuan bahwa guru memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan daya saing madrasah melalui implementasi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa guru secara aktif mengikuti berbagai kegiatan pengembangan profesional, seperti pelatihan, workshop, seminar, MGMP, serta pelatihan berbasis teknologi untuk meningkatkan kompetensi pedagogik dan profesional. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa guru terus mengembangkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi pembelajaran dan

menerapkan metode pembelajaran yang lebih interaktif, inovatif, dan berpusat pada peserta didik. Pemanfaatan media digital, video pembelajaran, serta platform pembelajaran daring menjadi bukti bahwa guru mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna meningkatkan kualitas proses pembelajaran.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa hubungan kerja antar guru terjalin secara harmonis dan kolaboratif dalam mendukung berbagai program madrasah. Guru aktif bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan akademik, pembinaan prestasi siswa, kegiatan keagamaan, serta berbagai program pengembangan sekolah lainnya. Selain itu, madrasah memberikan dukungan melalui penyediaan fasilitas, pemberian kesempatan mengikuti pelatihan, serta motivasi yang berkelanjutan untuk meningkatkan profesionalisme guru. Hasil observasi menunjukkan bahwa dukungan tersebut mampu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif sehingga mendorong guru untuk terus meningkatkan kualitas kinerjanya. Dampak dari berbagai upaya tersebut terlihat pada meningkatnya citra positif MAN 2 Kabupaten Ponorogo di masyarakat melalui prestasi peserta didik, keberhasilan program unggulan, penggunaan teknologi dalam pembelajaran, serta publikasi kegiatan madrasah yang semakin intensif. Dengan demikian, guru tidak hanya berperan sebagai pelaksana pembelajaran, tetapi juga sebagai representasi kualitas dan citra madrasah di mata masyarakat.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menempatkan sumber daya manusia sebagai aset strategis yang menentukan keberhasilan organisasi. Armstrong menjelaskan bahwa peningkatan kompetensi melalui pendidikan dan pelatihan, pengembangan profesional berkelanjutan, kerja sama tim, serta manajemen kinerja merupakan faktor utama dalam menciptakan

sumber daya manusia yang berkualitas dan produktif. Berdasarkan perspektif tersebut, keterlibatan aktif guru dalam berbagai kegiatan pengembangan kompetensi menunjukkan bahwa MAN 2 Kabupaten Ponorogo telah menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada peningkatan kualitas individu dan organisasi secara bersamaan.

Lebih lanjut, Armstrong menegaskan bahwa organisasi yang mampu mengembangkan kompetensi sumber daya manusianya secara berkelanjutan akan lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan serta memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kemampuan guru dalam memanfaatkan teknologi pembelajaran, mengembangkan metode pembelajaran yang inovatif, serta menjalin kerja sama yang baik dengan sesama guru merupakan bentuk adaptasi terhadap tuntutan pendidikan modern. Kemampuan tersebut tidak hanya meningkatkan efektivitas pembelajaran, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan citra madrasah sebagai lembaga pendidikan yang modern, profesional, dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Selain itu, teori Armstrong menjelaskan bahwa keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh keselarasan antara pengembangan kompetensi individu dan tujuan organisasi. Dalam konteks MAN 2 Kabupaten Ponorogo, peningkatan kompetensi guru tidak hanya berdampak pada kualitas pembelajaran di kelas, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan madrasah dalam membangun reputasi dan daya saing melalui strategi rebranding. Prestasi siswa, inovasi pembelajaran, serta publikasi berbagai kegiatan madrasah merupakan hasil nyata dari optimalisasi sumber daya manusia yang dikelola secara efektif.

d. Peserta Didik

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh temuan bahwa peserta didik memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung peningkatan daya saing madrasah melalui implementasi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa peserta didik menilai kualitas pembelajaran di madrasah telah berjalan dengan baik, yang ditunjukkan melalui penggunaan metode pembelajaran yang interaktif serta pemanfaatan media pembelajaran berbasis teknologi oleh guru. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa peserta didik aktif, antusias, dan terlibat secara optimal dalam proses pembelajaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas pembelajaran yang baik tidak hanya berdampak pada peningkatan hasil belajar siswa, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diselenggarakan oleh madrasah.

Hasil olahan data juga menunjukkan bahwa hubungan antara guru dan peserta didik terjalin secara harmonis dan komunikatif sehingga menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan kondusif. Selain itu, berbagai program unggulan seperti International Class Program (ICP), kelas persiapan kedisiplinan, kelompok belajar cepat, serta program pembinaan prestasi menjadi daya tarik utama yang memperkuat posisi MAN 2 Kabupaten Ponorogo di tengah persaingan lembaga pendidikan. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta didik aktif mengikuti berbagai perlombaan akademik maupun nonakademik, kegiatan organisasi, kegiatan sosial, dan kegiatan keagamaan. Sikap disiplin, sopan santun, serta karakter religius yang ditunjukkan peserta didik menjadi representasi nilai-nilai madrasah yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai prestasi siswa yang dipublikasikan melalui media sosial dan website madrasah

juga berkontribusi dalam membangun citra positif lembaga serta meningkatkan kepercayaan masyarakat sebagai bagian dari strategi rebranding madrasah.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menyatakan bahwa sumber daya manusia merupakan aset utama organisasi yang harus dikembangkan secara berkelanjutan melalui pembinaan, pengembangan potensi, peningkatan kompetensi, dan optimalisasi kinerja. Armstrong menegaskan bahwa keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam mengelola dan mengembangkan seluruh sumber daya manusia yang dimiliki agar mampu memberikan kontribusi maksimal terhadap pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks MAN 2 Kabupaten Ponorogo, peserta didik tidak hanya berperan sebagai penerima layanan pendidikan, tetapi juga sebagai aset strategis yang mencerminkan keberhasilan pengelolaan sumber daya manusia di madrasah.

Lebih lanjut, teori Armstrong menjelaskan bahwa investasi organisasi dalam pengembangan potensi individu akan menghasilkan peningkatan kualitas kinerja yang berdampak pada keberhasilan organisasi secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai program pembinaan prestasi, penguatan karakter, kegiatan organisasi, dan pengembangan kompetensi siswa yang dilakukan oleh madrasah telah memberikan ruang bagi peserta didik untuk mengembangkan potensi akademik maupun nonakademik secara optimal. Dampaknya terlihat pada meningkatnya prestasi siswa, partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan, serta terbentuknya karakter disiplin dan religius yang menjadi nilai tambah bagi madrasah di mata masyarakat.

Selain itu, Armstrong menekankan bahwa sumber daya manusia yang berkualitas dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi organisasi. Dalam penelitian ini, peserta didik yang berprestasi, aktif, dan berkarakter positif merupakan bukti nyata keberhasilan pengelolaan sumber daya manusia yang dilakukan oleh MAN 2 Kabupaten Ponorogo. Keberhasilan peserta didik dalam berbagai bidang tidak hanya memberikan manfaat bagi individu, tetapi juga memperkuat reputasi dan daya tarik madrasah sebagai lembaga pendidikan yang unggul. Publikasi prestasi siswa melalui berbagai media menjadi bentuk nyata bagaimana kualitas sumber daya manusia dapat mendukung strategi penguatan citra lembaga.

e. Wali Murid

Berdasarkan hasil triangulasi data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 2 Kabupaten Ponorogo, diperoleh temuan bahwa wali murid memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung peningkatan daya saing madrasah melalui implementasi strategi rebranding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa keputusan wali murid memilih MAN 2 Kabupaten Ponorogo didasarkan pada kualitas pendidikan agama, pembinaan karakter religius, serta keberadaan program-program unggulan seperti International Class Program (ICP), kelas persiapan kedinasan, dan program pembinaan prestasi. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa program keagamaan, kegiatan tahfidz Al-Qur'an, serta berbagai kegiatan pengembangan prestasi siswa menjadi daya tarik utama yang mampu membangun persepsi positif masyarakat terhadap madrasah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pendidikan yang diberikan madrasah berhasil memperoleh kepercayaan dan dukungan dari orang tua sebagai salah satu

pemangku kepentingan utama dalam penyelenggaraan pendidikan.

Hasil triangulasi juga menunjukkan bahwa wali murid memberikan penilaian positif terhadap kualitas pendidikan, profesionalisme guru, serta pelayanan madrasah yang terbuka dan komunikatif. Hasil observasi memperlihatkan bahwa pihak madrasah secara aktif menjalin komunikasi dengan wali murid melalui rapat koordinasi, grup WhatsApp, serta berbagai kegiatan sekolah yang melibatkan orang tua. Pola komunikasi yang terbangun secara intensif tersebut menciptakan hubungan yang harmonis antara madrasah dan masyarakat. Selain itu, wali murid tidak hanya berperan sebagai penerima layanan pendidikan, tetapi juga sebagai mitra strategis yang mendukung berbagai program madrasah dan turut menyebarkan citra positif lembaga kepada masyarakat sekitar. Dampak dari proses tersebut terlihat pada meningkatnya publikasi kegiatan dan prestasi madrasah, lingkungan sekolah yang semakin tertata, serta semakin dikenalnya program-program unggulan madrasah di tengah masyarakat setelah pelaksanaan rebranding.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menegaskan bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya ditentukan oleh pengelolaan sumber daya manusia internal, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas hubungan organisasi dengan para pemangku kepentingan eksternal. Armstrong menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif, kerja sama yang berkelanjutan, serta keterlibatan berbagai pihak dalam mendukung tujuan organisasi merupakan bagian integral dari pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Dalam konteks MAN 2 Kabupaten Ponorogo, wali murid merupakan sumber daya manusia eksternal yang memiliki peran strategis dalam memberikan dukungan moral, sosial, dan

promosi terhadap keberlangsungan serta perkembangan madrasah.

Lebih lanjut, Armstrong menekankan bahwa organisasi yang mampu membangun kepercayaan dan hubungan positif dengan stakeholder akan memperoleh dukungan yang lebih besar dalam mencapai tujuan organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang terbuka, pelayanan yang responsif, dan keterlibatan wali murid dalam berbagai kegiatan madrasah telah menciptakan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga. Kepercayaan tersebut kemudian berkembang menjadi dukungan nyata dalam bentuk partisipasi aktif, rekomendasi kepada masyarakat, serta promosi positif yang memperkuat reputasi madrasah. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan madrasah dalam membangun hubungan dengan wali murid merupakan bagian dari implementasi prinsip-prinsip manajemen sumber daya manusia yang dikemukakan oleh Armstrong.

Selain itu, teori Armstrong menjelaskan bahwa sumber daya manusia yang terlibat secara aktif dalam organisasi akan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pencapaian tujuan bersama. Dalam penelitian ini, dukungan wali murid terhadap program-program unggulan, pembinaan karakter, serta pengembangan prestasi siswa menjadi faktor yang memperkuat efektivitas berbagai kebijakan madrasah. Keterlibatan tersebut tidak hanya membantu meningkatkan kualitas pendidikan, tetapi juga memperkuat citra positif lembaga yang menjadi salah satu tujuan utama dari strategi rebranding.

3. Peran sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo Madiun dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding.

Berdasarkan hasil data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten

Ponorogo, diperoleh temuan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor kunci yang menentukan keberhasilan peningkatan daya saing madrasah melalui strategi rebranding. Peran tersebut tercermin dari keterlibatan aktif seluruh unsur madrasah, mulai dari kepala madrasah, jajaran manajerial, guru, peserta didik, hingga wali murid dalam mendukung peningkatan mutu pendidikan, pengembangan program unggulan, serta penguatan citra positif madrasah di masyarakat. Hasil wawancara yang diperkuat oleh observasi menunjukkan bahwa kedua madrasah secara konsisten melakukan pengembangan kompetensi guru melalui pelatihan, workshop, seminar, MGMP, serta pemanfaatan teknologi pembelajaran dan media digital sebagai sarana komunikasi dan publikasi lembaga. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia tidak hanya diarahkan pada peningkatan kualitas individu, tetapi juga pada penguatan kapasitas organisasi dalam menghadapi persaingan pendidikan yang semakin dinamis.

Dalam aspek kepemimpinan dan manajerial, kedua madrasah memiliki kesamaan dalam menempatkan kepala madrasah sebagai penggerak utama yang mengarahkan seluruh sumber daya manusia menuju pencapaian visi dan tujuan lembaga. Kepala madrasah bersama jajaran wakil kepala madrasah secara aktif melaksanakan supervisi, evaluasi program, pembinaan tenaga pendidik, serta pengembangan berbagai program unggulan yang menjadi identitas madrasah. Selain itu, peran waka humas di kedua madrasah sangat penting dalam membangun dan memperkuat citra lembaga melalui publikasi prestasi, kegiatan sekolah, dan berbagai program unggulan melalui media sosial maupun website resmi madrasah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dilaksanakan secara terencana, terstruktur, dan berorientasi pada peningkatan kinerja organisasi secara berkelanjutan.

Pada aspek pengembangan sumber daya manusia, kedua madrasah memiliki komitmen yang sama dalam meningkatkan profesionalisme guru melalui berbagai program pengembangan kompetensi. Hasil observasi menunjukkan bahwa guru di kedua madrasah telah mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam proses pembelajaran, menerapkan metode pembelajaran yang interaktif, serta mengembangkan pendekatan pembelajaran yang lebih berpusat pada peserta didik. Meskipun demikian, masing-masing madrasah memiliki karakteristik program unggulan yang berbeda sebagai bentuk strategi diferensiasi dalam rebranding. MAN 1 Kabupaten Madiun lebih menonjolkan program tahfidz, kegiatan keagamaan, dan kelas Bahasa Jepang, sedangkan MAN 2 Kabupaten Ponorogo lebih mengedepankan International Class Program (ICP), kelas persiapan kedinasan, dan kelompok belajar cepat. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia di masing-masing madrasah disesuaikan dengan potensi, kebutuhan, dan keunggulan kompetitif yang dimiliki lembaga untuk membangun positioning yang kuat di masyarakat.

Dalam aspek peserta didik, kedua madrasah menunjukkan kesamaan bahwa siswa menjadi bagian penting dalam membangun citra dan reputasi lembaga. Prestasi akademik maupun nonakademik, kedisiplinan, keterlibatan dalam organisasi, kegiatan keagamaan, serta berbagai kegiatan pengembangan diri menjadi indikator keberhasilan pembinaan peserta didik. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta didik di kedua madrasah aktif mengikuti berbagai kompetisi dan kegiatan yang mendukung pengembangan potensi diri. Berbagai prestasi yang diraih kemudian dipublikasikan melalui media sosial dan website madrasah sebagai bentuk penguatan citra positif lembaga. Dengan demikian, peserta didik tidak hanya menjadi objek pendidikan, tetapi juga menjadi aset strategis yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing madrasah.

Pada aspek hubungan dengan masyarakat, kedua madrasah sama-sama memperoleh dukungan yang kuat dari wali murid. Wali murid memberikan kepercayaan terhadap kualitas pendidikan, pembinaan karakter, dan program unggulan yang diselenggarakan oleh madrasah. Komunikasi yang terjalin melalui rapat, grup WhatsApp, dan berbagai kegiatan sekolah menunjukkan adanya hubungan yang harmonis antara madrasah dan orang tua. Dukungan tersebut diwujudkan dalam bentuk partisipasi aktif, pemberian masukan, serta rekomendasi kepada masyarakat luas. Namun demikian, kedua madrasah juga menghadapi tantangan yang relatif sama, yaitu adanya perbedaan kemampuan teknologi di kalangan guru serta keterbatasan waktu dalam mengikuti kegiatan pengembangan profesional akibat padatnya aktivitas pembelajaran dan administrasi.

Temuan penelitian ini dapat dianalisis secara komprehensif melalui teori Manajemen Sumber Daya Manusia Michael Armstrong yang menempatkan sumber daya manusia sebagai aset strategis yang menentukan keberhasilan organisasi. Armstrong menegaskan bahwa organisasi yang unggul adalah organisasi yang mampu mengembangkan kompetensi sumber daya manusianya melalui pelatihan, pengembangan berkelanjutan, manajemen kinerja, pembentukan budaya kerja yang positif, serta kepemimpinan yang efektif. Perspektif tersebut terlihat jelas dalam pengelolaan sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo yang secara konsisten melakukan peningkatan kompetensi, pembinaan kinerja, penguatan kolaborasi, dan pengembangan budaya organisasi untuk mencapai tujuan lembaga.

Lebih lanjut, teori Armstrong menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif organisasi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola, mengintegrasikan, dan memberdayakan seluruh potensi yang dimiliki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

keberhasilan rebranding pada kedua madrasah tidak hanya dipengaruhi oleh program unggulan atau strategi promosi semata, tetapi juga oleh sinergi seluruh unsur sumber daya manusia yang terlibat dalam proses pendidikan. Kepala madrasah sebagai pemimpin, guru sebagai pelaksana pendidikan, peserta didik sebagai representasi kualitas lembaga, serta wali murid sebagai stakeholder eksternal berperan secara kolektif dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.



BAB VI

DAMPAK PELAKSANAAN *REBRANDING* DALAM MENINGKATKAN SEKOLAH KOMPETITIF DI MAN 1 KABUPATEN MADIUN DAN MAN 2 KABUPATEN PONOROGO

A. PAPARAN DATA

1. Paparan Data MAN 1 Kabupaten Madiun

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 8 dan 13 April 2026. Pada tahap ini peneliti memaparkan data yang diperoleh dari sebuah proses kegiatan yang berupa tahapan yang sudah peneliti lakukan sebelumnya. Baik berupa wawancara, observasi maupun dokumentasi sesudah peneliti melakukan paparan data yang diperoleh, kemudian peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah didapatkan. Berikut ini pemaparan data lapangan yang berkaitan tentang peran sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dalam meningkatkan sekolah kompetitif melalui rebranding.

Pada tahap awal, peneliti melakukan wawancara terkait dampak pelaksanaan rebranding dalam meningkatkan sekolah kompetitif. Keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan di MAN 1 Kabupaten Madiun dapat dilihat dari meningkatnya citra, reputasi, dan daya tarik madrasah di tengah masyarakat. Peningkatan tersebut tercermin dari jumlah pendaftar peserta didik baru yang mengalami kenaikan pada setiap tahunnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan madrasah mampu membangun kepercayaan masyarakat serta memperkuat posisi madrasah sebagai lembaga pendidikan yang kompetitif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Wakil Kepala Madrasah bidang Humas Ibu Sulis, diperoleh informasi bahwa peningkatan jumlah pendaftar tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses penguatan branding dan publikasi yang dilakukan secara konsisten.

Madrasah aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan program unggulan, prestasi siswa, kegiatan keagamaan, maupun aktivitas akademik kepada masyarakat luas. Menurut beliau:

“Kami terus mengoptimalkan media sosial madrasah untuk memperkenalkan berbagai program unggulan dan kegiatan siswa. Setiap prestasi maupun kegiatan positif selalu dipublikasikan agar masyarakat mengetahui perkembangan madrasah. Dari situ, minat masyarakat untuk mendaftarkan anaknya semakin meningkat setiap tahun.”¹⁸⁵

Lebih lanjut, Wakil Kepala bidang Humas menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi sarana membangun komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat. Interaksi yang aktif melalui platform digital membuat masyarakat merasa lebih mengenal budaya dan lingkungan madrasah. Selain itu, testimoni siswa, alumni, dan orang tua juga memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan citra lembaga.

Beliau menambahkan:

“Promosi yang paling kuat sebenarnya datang dari kepuasan siswa dan orang tua. Ketika mereka merasa puas dengan pelayanan dan perkembangan anaknya, mereka dengan sendirinya ikut mempromosikan madrasah melalui media sosial maupun secara langsung kepada masyarakat sekitar. Dimana dari sini masyarakat dapat melihat buktinya seperti dari para lulusan yang telah banyak mendapatkan kesempatan untuk meneruskan di kampus impian mereka, seperti pada tahun ini adanya 90-an siswa kelas 12 telah diterima di PTN/ PTS favorit di Indonesia hanya melalui jalur rapot (SNBP/ Span-PTKIN). Selain itu dari keikutsertaan para siswa pada kegiatan masyarakat dan Kemenag Kabupaten, dimana tim multimedia MAN 1 terus mendapat kesempatan untuk mendokumentasikan kegiatan-kegiatan besar yang mereka laksanakan. Adapun dari prestasi yang terus diraih oleh madrasah, guru, dan siswa yang terus didapatkan.”¹⁸⁶

¹⁸⁵ Wawancara, Sulistiyawati, Dampak Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁸⁶ Wawancara, Sulistiyawati, Dampak Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026



Gambar 6.1 Piala Prestasi Peserta Didik dan Madrasah

Hal tersebut menunjukkan adanya loyalitas pemangku kepentingan yang menjadi indikator penting keberhasilan strategi pemasaran madrasah. Loyalitas tersebut tampak dari keterlibatan siswa, orang tua, dan alumni dalam mendukung promosi madrasah, baik melalui penyebaran informasi, publikasi kegiatan, maupun rekomendasi kepada calon peserta didik baru.

Sementara itu, Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat menjelaskan bahwa keberhasilan pemasaran tidak hanya diukur dari banyaknya jumlah pendaftar, tetapi juga dari meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan madrasah. Menurut beliau, citra positif madrasah terbentuk melalui kombinasi antara kualitas layanan pendidikan, prestasi siswa, kedisiplinan, serta komunikasi publik yang baik.

Beliau menyampaikan:

“Peningkatan jumlah pendaftar setiap tahun menjadi salah satu indikator bahwa masyarakat semakin percaya kepada madrasah. Kepercayaan itu dibangun melalui kualitas pendidikan, pelayanan, serta publikasi yang dilakukan secara terbuka dan konsisten.”¹⁸⁷

¹⁸⁷ Wawancara, Basuki Rachmat, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026



Gambar 6.2 Pendaftar Peserta Didik Baru

Kepala Madrasah juga menegaskan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan tidak semata-mata berorientasi pada promosi, tetapi lebih kepada membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Oleh karena itu, madrasah berupaya menjaga kualitas layanan dan mempertahankan hubungan baik dengan alumni maupun wali murid agar citra positif lembaga tetap terjaga.

Beliau menambahkan:

“Kami berusaha menjaga hubungan baik dengan seluruh stakeholder madrasah. Alumni, wali murid, dan masyarakat memiliki peran besar dalam membangun reputasi madrasah. Ketika mereka merasa memiliki kedekatan dan kepercayaan kepada lembaga, maka citra madrasah akan semakin kuat.”¹⁸⁸

Meskipun strategi pemasaran dan rebranding yang diterapkan di MAN 1 Kabupaten Madiun menunjukkan hasil yang positif, dalam pelaksanaannya tetap terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh madrasah. Namun demikian, berdasarkan hasil wawancara dan observasi, kendala tersebut tidak bersifat signifikan dan tidak sampai menghambat jalannya proses promosi maupun penguatan citra lembaga. Secara umum, pelaksanaan strategi rebranding dapat berjalan dengan baik karena adanya dukungan dari seluruh warga madrasah serta koordinasi yang cukup solid antarbidang.

¹⁸⁸ Wawancara, Basuki Rachmat, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Berdasarkan hasil wawancara dengan Wakil Kepala Madrasah bidang Humas Ibu Sulis, diperoleh informasi bahwa pelaksanaan promosi dan publikasi madrasah relatif berjalan lancar. Pemanfaatan media sosial, dokumentasi kegiatan, serta publikasi program unggulan telah menjadi bagian dari budaya kerja humas madrasah. Kendala yang muncul lebih banyak berkaitan dengan pengelolaan anggaran, khususnya ketika madrasah melaksanakan kegiatan besar yang sekaligus menjadi sarana promosi dan penguatan branding lembaga. Beliau menjelaskan:

“Secara umum tidak ada kendala besar dalam pelaksanaan promosi maupun publikasi madrasah. Tim humas sudah terbiasa mengelola media sosial dan publikasi kegiatan. Namun terkadang yang menjadi tantangan adalah pengelolaan anggaran kegiatan, terutama ketika ada program atau event besar yang membutuhkan biaya cukup banyak.”¹⁸⁹

Lebih lanjut, beliau menyampaikan bahwa beberapa kegiatan sekolah seperti perlombaan, seminar, kegiatan keagamaan, maupun program unggulan siswa sebenarnya memiliki dampak besar terhadap peningkatan citra madrasah. Oleh sebab itu, madrasah berupaya tetap melaksanakan kegiatan tersebut meskipun harus menyesuaikan dengan kondisi keuangan yang tersedia. Beliau menambahkan:

“Kegiatan sekolah sebenarnya menjadi media promosi yang sangat efektif karena masyarakat bisa melihat langsung kualitas dan aktivitas madrasah. Karena itu, meskipun ada keterbatasan anggaran, kami tetap berusaha agar kegiatan-kegiatan tersebut bisa berjalan dengan maksimal.”¹⁹⁰

Sementara itu, Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat menjelaskan bahwa dalam proses rebranding, faktor pendanaan memang menjadi salah satu aspek yang perlu dikelola secara hati-hati. Menurut beliau, penguatan citra lembaga tidak hanya membutuhkan

¹⁸⁹ Wawancara, Sulistiyawati, Dampak Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁹⁰ Wawancara, Sulistiyawati, Dampak Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

promosi melalui media sosial, tetapi juga perlu didukung oleh program nyata dan kegiatan berkualitas yang mampu menarik perhatian masyarakat.

Beliau menyampaikan:

“Rebranding tidak cukup hanya dengan publikasi, tetapi harus dibuktikan melalui kegiatan dan program yang berkualitas. Di sinilah terkadang dibutuhkan pengelolaan keuangan yang baik agar seluruh program dapat terlaksana secara optimal.”¹⁹¹

Kepala Madrasah juga menegaskan bahwa keterbatasan anggaran tidak dijadikan hambatan utama dalam menjalankan strategi pengembangan madrasah. Sebaliknya, kondisi tersebut justru mendorong pihak madrasah untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan sumber daya yang ada, termasuk memaksimalkan kerja sama antarbidang dan dukungan dari stakeholder madrasah.

Beliau menambahkan:

“Kami berusaha menyesuaikan program dengan kemampuan anggaran yang dimiliki madrasah. Prinsipnya, keterbatasan bukan menjadi alasan untuk berhenti berkembang, tetapi bagaimana madrasah mampu mengelola potensi yang ada secara efektif.”

Keberhasilan strategi pemasaran dan rebranding yang dilakukan di MAN 1 Kabupaten Madiun juga berdampak pada perubahan persepsi masyarakat terhadap madrasah. Jika sebelumnya madrasah sering dipandang sebagai lembaga pendidikan yang hanya berfokus pada pembelajaran keagamaan, setelah adanya penguatan branding masyarakat mulai melihat MAN 1 Kabupaten Madiun sebagai lembaga pendidikan yang mampu memadukan nilai religius, prestasi akademik, kedisiplinan, serta penguasaan teknologi dan keterampilan. Perubahan persepsi tersebut terlihat dari meningkatnya antusiasme

¹⁹¹ Wawancara, Basuki Rachmat, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

masyarakat, bertambahnya kepercayaan wali murid, serta respon positif terhadap berbagai program dan publikasi madrasah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Madrasah Bapak Basuki Rachmat, diperoleh informasi bahwa rebranding yang dilakukan bertujuan untuk membangun citra baru madrasah yang lebih modern, kompetitif, dan terbuka terhadap perkembangan zaman tanpa meninggalkan identitas keislaman yang menjadi ciri khas lembaga. Beliau menyampaikan:

“Kami ingin masyarakat melihat bahwa madrasah bukan hanya unggul dalam pendidikan agama, tetapi juga mampu bersaing dalam bidang akademik, teknologi, dan prestasi lainnya. Alhamdulillah, setelah berbagai program dan publikasi dilakukan, respon masyarakat menjadi jauh lebih positif.”¹⁹²

Lebih lanjut, Kepala Madrasah menjelaskan bahwa perubahan persepsi masyarakat tampak dari meningkatnya kepercayaan orang tua dalam memilih madrasah sebagai tempat pendidikan anak-anak mereka. Masyarakat mulai menilai bahwa madrasah memiliki kualitas pendidikan yang tidak kalah dengan sekolah umum serta mampu memberikan pembinaan karakter yang lebih kuat. Beliau menambahkan:

“Sekarang masyarakat mulai memahami bahwa madrasah memiliki banyak keunggulan. Tidak sedikit wali murid yang menyampaikan bahwa mereka tertarik karena melihat prestasi siswa, kedisiplinan, program unggulan, dan aktivitas madrasah yang aktif dipublikasikan.”¹⁹³

Sementara itu, Wakil Kepala Madrasah bidang Humas Ibu Sulis menjelaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga. Publikasi yang dilakukan secara konsisten membuat masyarakat lebih mudah

¹⁹² Wawancara, Basuki Rachmat, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁹³ Wawancara, Basuki Rachmat, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

mengetahui perkembangan, prestasi, serta aktivitas positif yang ada di madrasah.

Beliau menyampaikan:

“Dulu masyarakat mungkin hanya mengenal madrasah secara umum saja, tetapi sekarang mereka bisa melihat langsung kegiatan dan prestasi siswa melalui media sosial. Dari situ muncul pandangan bahwa MAN 1 Kabupaten Madiun adalah madrasah yang aktif, berkembang, dan memiliki banyak program unggulan. Banyak wali murid dan alumni yang ikut membantu mempromosikan madrasah. Mereka merasa bangga terhadap perkembangan madrasah sehingga secara tidak langsung ikut membangun citra positif lembaga di masyarakat.”¹⁹⁴

Menurut beliau, respon positif masyarakat juga terlihat dari meningkatnya interaksi di media sosial madrasah, dukungan wali murid terhadap program sekolah, serta banyaknya masyarakat yang ikut membagikan informasi terkait kegiatan madrasah kepada lingkungan sekitar. Selain dari pihak madrasah, perubahan persepsi masyarakat juga dirasakan oleh siswa sebagai bagian dari masyarakat internal madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu siswa, diketahui bahwa rebranding membuat siswa merasa lebih percaya diri terhadap identitas madrasah mereka. Faiza Alfina Yasmin kelas XI menyampaikan:

“Sekarang banyak orang yang melihat madrasah kami lebih bagus dan maju. Teman-teman juga merasa bangga karena kegiatan sekolah sering dipublikasikan dan prestasi siswa lebih dikenal masyarakat. Kalau dulu ada anggapan madrasah itu kuno atau kurang berkembang, sekarang sudah berbeda. Banyak masyarakat yang melihat kalau siswa madrasah juga bisa berprestasi dan mengikuti perkembangan zaman.”¹⁹⁵

Siswa tersebut juga menyampaikan bahwa perubahan citra madrasah membuat lingkungan sosial mereka menjadi lebih positif.

¹⁹⁴ Wawancara, Sulistiyawati, Dampak Strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

¹⁹⁵ Wawancara, Faiza Alfina Yasmin, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN I Kabupaten Madiun, Apri 8, 2026

Menurutnya, masyarakat mulai memandang siswa madrasah sebagai pelajar yang aktif, berprestasi, dan mampu bersaing.

No.	Tahun	Jumlah Siswa
1.	2024/ 2025	227
2.	2025/2026	250

Gambar 6.3 Data Peserta Didik Siswa

NO	NAMA	JURUSAN	PERGURUAN TINGGI
1	Indira Septiyan	Sastra Inggris	Universitas Diponegoro
2	Elysa Nur Kummala Dewi	Pendidikan Bahasa Arab	Universitas Negeri Malang
3	Ancada Ratna Yahya Perwadinata	Teknik Elektro	Universitas Negeri Malang
4	Hanna Innaal	Teknologi Pendidikan	Universitas Negeri Surabaya
5	Nayla Fitriya Hanifa	Psikologi	Universitas Negeri Surabaya
6	Astrilla Dwigita Qobrunnasyrif	Sastra Inggris	Universitas Negeri Surabaya
7	Tantiya Nur Madrasah Farida	Bahasa Indonesia	Universitas Negeri Surabaya
8	Zalfa Rihhadani Aisy	Bimbingan Konseling	Universitas Negeri Surabaya
9	Anis Nasim Mahrobb	Ilmu Hukum	Universitas Negeri Surabaya
10	Gefra Aulia Zahra	Ilmu Komunikasi	Universitas Negeri Surabaya
11	Masy'Ul Mulya Mayasasiba	Ilmu Komunikasi	Universitas Negeri Surabaya
12	Pahlan Zulfar Mu'arif	Manajemen	Universitas Negeri Surabaya
13	Amira Maya Hasanah	Manajemen	Universitas Negeri Surabaya
14	Rafyza Luthfi Annisa	Pendidikan Matematika	Universitas Negeri Surabaya
15	Ufa Dwi Lestari	Pendidikan Matematika	Universitas Negeri Surabaya
16	Hikmahul Khasanah	PGSD	Universitas Negeri Surabaya
17	Sahda Adila N	PGSD	Universitas Negeri Surabaya
18	Nova Febriana Nur Lutfiah	Tata Rias	Universitas Negeri Surabaya
19	Icha Dwi Ramadhani	Teknologi Pendidikan	Universitas Negeri Surabaya
20	Najwa Latifah	Teknologi Pendidikan	Universitas Negeri Surabaya
21	Salma Nur Fauziah	Matematika	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
22	Alpa Artanti Hira	Agronomologi	UIN Veteran Jawa Timur
23	Isma Tiara Baradita	Administrasi Rumah	Universitas Negeri Madia

NO	NAMA	JURUSAN	PERGURUAN TINGGI
78	Mu'jyatin Al Falah	Fisika	Universitas Brawijaya
79	Kafina Maulaya Mahbub	Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhshiyah)	UIN Sunan Ampel Surabaya
80	Maftuh Royan	Akuntansi Syariah	UIN Raden Mas Said Surakarta
81	Zulfia Aprina Maharani	Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhshiyah)	UIN Raden Mas Said Surakarta
82	Muhammad Faiq Syaqui	Komunikasi Penyiaran Islam	UIN Sunan Walisongo Semarang
83	Levina Galuh Anggraini	Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhshiyah)	UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
84	Ahmad Akbar Fauzan	Komunikasi dan Penyiaran Islam	UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
85	Syakila Saifrotal MS	Psikologi Islam	UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
86	Nirmala Ayu Kirana	Akuntansi Syariah	UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Pasuruan
87	Norrida Dwi Cryssanti	Ekonomi Syariah	UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Pasuruan
88	Arya Dwi Ardiansyah	Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhshiyah)	UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Pasuruan
89	Vitho Azzahra Prananta	Komunikasi dan Penyiaran Islam	UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Pasuruan
90	Hunna Dzurriyyatun Dzakiyyah	Manajemen Pendidikan Islam	UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Pasuruan
91	Eati Mei Sarah	Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Pasuruan

Gambar 6.4 Data Lulusan 2024/2025

NO	TAHUN	JENIS LOMBA	TINGKAT	JUARA
1	2025	Juara Harapan 2 Cipta Baca Polisi Kandungan Al Q'An	Sesi	Provinsi
2	2025	Juara 1 Vlog	Videoografi	Nasional
3	2025	Juara 2 Kompetisi Akademik Nasional	Akademik Sejarah	Nasional
4	2025	Juara 2 Kompetisi Sains Nasional 2.0 Bidang Studi Pkn	Pkn	Nasional
5	2025	Peraih Medali Perunggu	Pai Sma	Nasional
6	2025	Peraih Medali Emas	Matematika	Nasional
7	2025	Peraih Medali Perak	Bahasa Inggris	Nasional
8	2025	Peraih Medali Perak	Bahasa Inggris	Nasional
9	2025	Peraih Medali Perunggu	Bahasa Inggris	Nasional
10	2025	Peraih Medali Perunggu	Bahasa Inggris	Nasional
11	2025	Peraih Medali Perunggu	Bahasa Inggris	Nasional
12	2025	Peraih Medali Perak	Bahasa Jepang	Nasional
13	2025	Peraih Medali Perak	Bahasa Inggris	Nasional
14	2025	Peraih Medali Emas	Matematika	Nasional
15	2025	Peraih Medali Perak	Geografi	Nasional
16	2025	Peraih Medali Perunggu	Bahasa Inggris	Nasional
17	2025	Peraih Medali Perunggu	Bahasa Inggris	Nasional
18	2025	Peraih Medali Perunggu	Bahasa Inggris	Nasional
19	2025	Juara 3	Lomba Cipta Rump	Nasional

NO	TAHUN	JENIS LOMBA	TINGKAT	JUARA
130	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
131	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
132	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
133	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
134	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
135	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
136	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
137	2024	Medali Emas / Gold Pukhan Sastra	Pukhan Sastra	Jawa Timur
138	2024	Juara 3	Pukhan Sastra	Jawa Timur
139	2024	Peraih Kabupaten Madian	Matematika	Kabupaten
140	2024	Peraih Kabupaten Madian	Psikologi	Kabupaten
141	2024	Peraih Kabupaten Madian	Psikologi	Kabupaten
142	2024	Juara Harapan 3	Catur	Kabupaten
143	2024	Juara 3	Catur	Kabupaten
144	2024	Juara 1 Menyesapi Festival Baidi	Seni	Kabupaten
145	2024	Juara 1	Bahasa Arab	Kabupaten
146	2024	Juara 3	Bahasa Arab	Kabupaten
147	2024	Juara 2	Bahasa Arab	Kabupaten
148	2024	Juara 1	Biologi	Kabupaten
149	2024	Juara 1	Geografi	Kabupaten
150	2024	Juara 1	Pukhan	Karidesman
151	2024	Juara 3 Percauk Silat	Percauk Silat	Karidesman
152	2024	Juara 2 Percauk Silat	Percauk Silat	Karidesman
153	2024	Juara 2	Unggah	Karidesman
154	2024	Peraih Kabupaten Madian	Psikologi	Kabupaten
155	2024	Juara 1	Kem Kah Madia Biologi	Kabupaten
156	2024	Juara 1	Kem Kah Madia Geografi	Kabupaten

Gambar 6.5 Data Prestasi Tahun 2024/2025

2. Paparan Data MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 20 dan 27 April 2026. Pada tahap ini peneliti memaparkan data yang diperoleh dari sebuah proses kegiatan yang berupa tahapan yang sudah peneliti lakukan sebelumnya. Baik berupa wawancara, observasi maupun dokumentasi sesudah peneliti melakukan paparan data yang diperoleh, kemudian peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah didapatkan. Berikut ini pemaparan data lapangan yang berkaitan tentang strategi madrasah melalui *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

Pada tahap awal, peneliti melakukan wawancara terkait terkait keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan di MAN 2 Kabupaten Ponorogo terlihat dari meningkatnya citra, reputasi, dan daya tarik madrasah di tengah masyarakat. Strategi rebranding yang dilakukan tidak hanya berfokus pada perubahan tampilan dan promosi lembaga, tetapi juga pada penguatan kualitas program unggulan yang mampu menghasilkan lulusan berprestasi dan kompetitif. Salah satu indikator nyata dari keberhasilan tersebut adalah meningkatnya jumlah alumni yang diterima di perguruan tinggi nasional maupun internasional melalui berbagai program pembinaan yang disediakan madrasah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala MAN 2 Kabupaten Ponorogo Bapak Agung Drajatmono, dijelaskan bahwa rebranding dilakukan untuk membangun identitas baru madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, modern, dan mampu bersaing dengan sekolah umum lainnya. Strategi tersebut diwujudkan melalui penguatan program akademik, pembinaan prestasi, pengembangan bahasa asing, serta pendampingan intensif bagi siswa yang akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Beliau menyampaikan:

“Kami berusaha membangun citra bahwa MAN 2 Ponorogo bukan hanya madrasah yang kuat dalam pendidikan agama, tetapi juga mampu mencetak lulusan yang berprestasi secara

akademik dan siap bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Karena itu, program-program unggulan terus kami perkuat agar masyarakat melihat bahwa madrasah memiliki kualitas yang tinggi.”¹⁹⁶

Lebih lanjut, beliau menjelaskan bahwa keberhasilan rebranding dapat dilihat dari meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Hal tersebut ditunjukkan melalui antusiasme pendaftar setiap tahun serta keberhasilan alumni yang diterima di berbagai perguruan tinggi ternama.

“Alhamdulillah, banyak alumni kami yang diterima di perguruan tinggi negeri favorit, baik melalui jalur prestasi maupun tes. Bahkan ada juga yang melanjutkan studi ke luar negeri. Ini menjadi bukti bahwa program yang kami jalankan mampu meningkatkan kualitas lulusan sekaligus memperkuat nama baik madrasah di masyarakat.”¹⁹⁷

Hasil wawancara dengan Wakil Kepala Madrasah bidang Humas Ibu Hastutik juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran dilakukan dengan menampilkan berbagai capaian dan program unggulan madrasah kepada masyarakat. Publikasi keberhasilan alumni menjadi salah satu bagian penting dalam membangun branding lembaga. Beliau juga menjelaskan bahwa program-program unggulan yang dimiliki madrasah menjadi daya tarik tersendiri bagi calon peserta didik dan orang tua. Beliau menyampaikan:

“Kami aktif mempublikasikan prestasi siswa dan keberhasilan alumni melalui media sosial, website, dan kegiatan promosi sekolah. Ketika masyarakat melihat banyak lulusan MAN 2 Ponorogo diterima di perguruan tinggi ternama, kepercayaan masyarakat terhadap madrasah ikut meningkat. Dimana beberapa siswa melalui program layanan yang disediakan mendapat kesempatan untuk melanjutkan ke kampus nasional dan internasional seperti di Taiwan dan China. Madrasah menyediakan berbagai program pembinaan seperti kelas

¹⁹⁶ Wawancara, Agung Drajatmono, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

¹⁹⁷ Wawancara, Agung Drajatmono, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

unggulan, penguatan bahasa asing, pendampingan olimpiade, tahfidz, dan bimbingan masuk perguruan tinggi. Program-program ini menjadi nilai tambah yang membuat masyarakat semakin tertarik menyekolahkan anaknya di sini. Selain itu, madrasah terus mendapatkan berbagai prestasi yang diperoleh melalui siswa, guru bahkan nmadrasah sendiri.”¹⁹⁸

Selain itu, siswa kelas XI Faza Alfarisi juga merasakan dampak positif dari strategi rebranding yang dilakukan madrasah. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu siswa, dijelaskan bahwa lingkungan belajar yang kompetitif dan program pembinaan yang terarah memberikan motivasi bagi siswa untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. siswa menyampaikan:

“Sekarang MAN 2 Ponorogo dikenal sebagai madrasah yang punya banyak prestasi dan program unggulan. Kami juga mendapat banyak pendampingan untuk persiapan kuliah, jadi siswa lebih percaya diri untuk mendaftar ke perguruan tinggi negeri maupun luar negeri. Banyak kakak kelas yang diterima di universitas besar, sehingga kami merasa termotivasi untuk mengikuti jejak mereka. Madrasah juga sering memberikan informasi dan pembinaan terkait beasiswa serta jalur masuk perguruan tinggi.”¹⁹⁹

Berdasarkan paparan data sebelumnya, keberhasilan strategi pemasaran dan rebranding di MAN 2 Kabupaten Ponorogo tidak terlepas dari proses pelaksanaan promosi yang berjalan secara efektif dan terarah. Dalam pelaksanaannya, madrasah tidak mengalami kendala yang bersifat spesifik maupun hambatan besar yang dapat mengganggu jalannya strategi pemasaran. Hal ini dikarenakan seluruh unsur madrasah telah memiliki koordinasi dan pembagian tugas yang jelas dalam melaksanakan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat.

¹⁹⁸ Wawancara, Hastutik Bayyinat R., Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

¹⁹⁹ Wawancara, Faza Alfarisi, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala MAN 2 Kabupaten Ponorogo Bapak Agung Drajatmono, dijelaskan bahwa secara umum pelaksanaan promosi berjalan dengan baik karena didukung oleh kerja sama seluruh warga madrasah, terutama tim humas dan para guru yang ikut terlibat dalam kegiatan sosialisasi. Beliau juga menjelaskan bahwa hambatan yang biasanya muncul lebih bersifat teknis, khususnya berkaitan dengan penyesuaian waktu dan jadwal ketika madrasah akan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah lain. Beliau menyampaikan:

“Secara umum tidak ada kendala yang terlalu signifikan dalam pelaksanaan promosi di MAN 2 Ponorogo. Program promosi sudah berjalan cukup baik karena didukung oleh kerja sama seluruh tim madrasah. Mulai dari humas, guru, sampai siswa juga ikut membantu mengenalkan program-program unggulan madrasah kepada masyarakat. Kalau kendala yang ada biasanya hanya terkait penyesuaian jadwal sosialisasi dengan pihak sekolah tujuan. Kadang waktu yang dimiliki sekolah cukup terbatas sehingga kami harus menyesuaikan agenda yang ada agar kegiatan promosi tetap bisa terlaksana.”²⁰⁰

Selain itu, Kepala Madrasah menambahkan bahwa komunikasi yang baik dengan sekolah-sekolah sasaran menjadi salah satu cara untuk mengatasi hambatan tersebut sehingga kegiatan promosi tetap berjalan optimal.

“Kami biasanya melakukan koordinasi lebih awal dengan pihak sekolah agar jadwal sosialisasi bisa disesuaikan. Dengan komunikasi yang baik, kendala tersebut dapat diatasi dan kegiatan promosi tetap berjalan lancar.”²⁰¹

Hal serupa juga disampaikan oleh Wakil Kepala Madrasah bidang Humas. Berdasarkan hasil wawancara, beliau menjelaskan bahwa pelaksanaan promosi selama ini cukup kondusif karena masyarakat sudah mulai mengenal citra positif MAN 2 Ponorogo melalui berbagai

²⁰⁰ Wawancara, Agung Drajatmono, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

²⁰¹ Wawancara, Agung Drajatmono, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

prestasi dan program unggulan yang dimiliki. Beliau juga menjelaskan bahwa kendala yang paling sering dihadapi hanyalah persoalan teknis terkait penjadwalan kegiatan sosialisasi dengan sekolah-sekolah tingkat SMP atau MTs yang menjadi sasaran promosi. Ibu Hastutik menyampaikan:

“Alhamdulillah, untuk kendala besar dalam promosi hampir tidak ada. Masyarakat sekarang sudah cukup mengenal MAN 2 Ponorogo, sehingga proses promosi menjadi lebih mudah dibanding sebelumnya. Biasanya kendala hanya pada pengaturan jadwal sosialisasi karena setiap sekolah memiliki agenda masing-masing. Kadang jadwal kami berbenturan dengan kegiatan sekolah tujuan, sehingga perlu penyesuaian waktu.”²⁰²

Meskipun demikian, pihak humas tetap berupaya agar kegiatan promosi dapat berjalan maksimal melalui berbagai alternatif media promosi yang dimiliki madrasah.

“Untuk mengatasi hal tersebut, kami tidak hanya mengandalkan sosialisasi langsung, tetapi juga memanfaatkan media sosial, website, dan publikasi digital supaya informasi tentang madrasah tetap bisa diterima masyarakat secara luas.”²⁰³

Berdasarkan uraian sebelumnya, kelancaran pelaksanaan strategi promosi di MAN 2 Kabupaten Ponorogo turut memberikan dampak terhadap perubahan persepsi masyarakat terhadap madrasah. Rebranding yang dilakukan secara bertahap melalui penguatan program unggulan, publikasi prestasi, peningkatan pelayanan, serta konsistensi promosi telah membentuk pandangan baru masyarakat bahwa MAN 2 Ponorogo merupakan lembaga pendidikan yang maju, kompetitif, dan memiliki kualitas yang semakin baik dari sebelumnya.

Perubahan persepsi tersebut terlihat dari meningkatnya perhatian dan keingintahuan masyarakat terhadap berbagai program yang

²⁰² Wawancara, Hastutik Bayyinatur R., Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

²⁰³ Wawancara, Hastutik Bayyinatur R., Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

dimiliki madrasah. Masyarakat tidak lagi memandang madrasah hanya sebagai lembaga pendidikan berbasis agama, tetapi juga sebagai institusi pendidikan yang mampu menghasilkan lulusan unggul dalam bidang akademik maupun nonakademik. Hal ini berdampak pada meningkatnya minat masyarakat untuk mencari informasi mengenai program pendidikan, fasilitas, dan prestasi yang dimiliki MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala MAN 2 Kabupaten Ponorogo, dijelaskan bahwa setelah pelaksanaan rebranding, respons masyarakat menunjukkan perubahan yang cukup signifikan. Menurut beliau, masyarakat kini memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap kualitas pendidikan di madrasah. Beliau juga menjelaskan bahwa perubahan persepsi tersebut terlihat dari meningkatnya jumlah calon peserta didik baru setiap tahun. Bapak Agung Drajatmono menyampaikan:

“Setelah dilakukan rebranding, kami melihat adanya perubahan pandangan masyarakat terhadap madrasah. Sekarang masyarakat lebih percaya bahwa MAN 2 Ponorogo mampu memberikan pendidikan yang berkualitas dan mampu bersaing dengan sekolah umum lainnya. Pendaftar peserta didik baru terus mengalami peningkatan. Ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai tertarik dan percaya terhadap program-program yang kami tawarkan. Bahkan banyak orang tua yang datang langsung untuk mencari informasi mengenai program unggulan yang dimiliki madrasah.”²⁰⁴



²⁰⁴ Wawancara, Agung Drajatmono, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

Gambar 6.3 Sosialisasi Madrasah bersama Wali Murid Peserta Didik Baru

Selain itu, Kepala Madrasah menambahkan bahwa peningkatan kepercayaan masyarakat juga dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan pihak madrasah kepada siswa dan wali murid.

“Kami berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, baik dalam bidang akademik maupun administrasi. Pelayanan yang ramah, terbuka, dan responsif menjadi salah satu faktor yang membuat masyarakat semakin percaya kepada madrasah.”²⁰⁵

Hal serupa juga disampaikan oleh Wakil Kepala Madrasah bidang Humas. Berdasarkan hasil wawancara, beliau menjelaskan bahwa setelah rebranding dilakukan, masyarakat menjadi lebih aktif mencari informasi tentang MAN 2 Ponorogo melalui media sosial maupun secara langsung. Beliau juga menjelaskan bahwa meningkatnya kepercayaan masyarakat terlihat dari semakin luasnya jangkauan promosi madrasah dan meningkatnya jumlah pendaftar dari berbagai daerah. Ibu Hastutik menyampaikan:

“Sekarang masyarakat jauh lebih antusias dibanding sebelumnya. Banyak yang bertanya tentang program unggulan, kegiatan siswa, fasilitas, hingga peluang masuk perguruan tinggi bagi lulusan MAN 2 Ponorogo. Dulu pendaftar sebagian besar berasal dari lingkungan sekitar, tetapi sekarang banyak calon siswa dari luar daerah yang tertarik mendaftar karena melihat perkembangan dan prestasi madrasah.”²⁰⁶

Selain itu, salah satu siswa juga menyampaikan bahwa perubahan citra madrasah dapat dirasakan secara langsung melalui respons masyarakat terhadap MAN 2 Ponorogo. Siswa kelas XI Faza Alfarisi menyampaikan:

²⁰⁵ Wawancara, Agung Drajatmono, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

²⁰⁶ Wawancara, Hastutik Bayyinatur R., Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 20, 2026

“Sekarang masyarakat melihat MAN 2 Ponorogo sebagai madrasah yang modern dan berprestasi. Banyak teman-teman dari sekolah lain yang tertarik masuk ke sini karena melihat program dan prestasi yang sering dipublikasikan.”²⁰⁷

Berdasarkan paparan data tersebut, dapat diketahui bahwa strategi rebranding yang dilakukan MAN 2 Kabupaten Ponorogo berhasil mengubah persepsi masyarakat menjadi lebih positif. Madrasah dipandang sebagai lembaga pendidikan yang mengalami banyak kemajuan, memiliki program unggulan yang berkualitas, serta mampu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Perubahan persepsi tersebut ditunjukkan melalui meningkatnya rasa ingin tahu masyarakat terhadap madrasah, bertambahnya jumlah peserta didik baru setiap tahun, serta semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan dan pelayanan yang diberikan oleh MAN 2 Kabupaten Ponorogo.

Rekap Data Prestasi 2025-2026 : Rekap Prestasi

Bidang Lomba	Tingkat Lomba						Jumlah Prestasi
	Kabupaten	Karesidenan	Provinsi	Nasional	Internasional	Lainnya	
Akademik	2	4	6	11	0	0	23
Keagamaan	1	3	5	3	0	0	12
Teknologi	0	0	0	0	0	0	0
Olahraga	22	28	7	9	2	1	67
Pramuka/Paskibraka	5	0	17	0	0	0	22
Karya Ilmiah	1	3	12	40	0	0	56
Kesenian	7	0	0	5	0	0	12
Pidato Asing	0	1	1	1	0	0	3
Sains	0	0	2	4	0	0	6
Lainnya	7	13	3	31	1	1	55
Total Prestasi	45	52	53	104	3	2	256

Gambar 6.4 Rekap Prestasi Tahun Ajaran 2025/2026

²⁰⁷ Wawancara, Faza Alfarisi, Dampak strategi *rebranding* dalam meningkatkan sekolah kompetitif, MAN 2 Kabupaten Ponorogo, April 8, 2026

A. Peserta Didik 4 Tahun Terakhir													
No	Tahun	Kelas X			Kelas XI			Kelas XII			TOTAL		
		L	P	Jml	L	P	Jml	L	P	Jml	L	P	Jml
1	2022/2023	111	303	414	94	298	392	103	270	373	308	871	1179
2	2021/2022	96	300	396	106	267	373	82	313	395	284	880	1164
3	2020/2021	105	275	380	82	309	391	106	263	369	294	847	1140
4	2019/2020	83	315	398	108	256	364	118	265	383	309	836	1145

B. Lulusan 4 Tahun Terakhir								
No	Tahun	Jumlah LULUS	% Kelulusan	Melanjutkan ke				
				PTN	PTS	TNI/Polri	Bekerja/ Kursus	Lain-lain
1	2019/2020	383	100%	249	113	1	20	0
2	2020/2021	369	100%	235	111	0	23	0
4	2021/2022	395	100%	260	109	1	25	0
5	2022/2023	373	100%	316	50	1	6	0

Gambar 6.4 Data Peserta Didik dan Lulusan Tahun 2019-2023

B. ANALISIS DATA

1. Dampak Pelaksanaan *Rebranding* Dalam Meningkatkan Sekolah Kompetitif Di MAN 1 Kabupaten Madiun

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, pelaksanaan rebranding di MAN 1 Kabupaten Madiun memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing madrasah. Analisis dilakukan melalui triangulasi data untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai perubahan citra, kepercayaan masyarakat, dan posisi madrasah dalam persaingan pendidikan. Dalam penelitian ini, konsep positioning, differentiation, dan brand dari Hermawan Kartajaya digunakan sebagai pisau analisis untuk menginterpretasikan temuan lapangan, bukan sebagai faktor yang menentukan keberhasilan rebranding itu sendiri.

Pada aspek positioning, temuan menunjukkan bahwa MAN 1 Kabupaten Madiun berhasil membangun persepsi baru sebagai madrasah yang religius, modern, disiplin, dan berprestasi. Perubahan persepsi tersebut tampak dari meningkatnya perhatian masyarakat terhadap berbagai program unggulan, publikasi prestasi peserta didik, serta bertambahnya minat calon peserta didik untuk melanjutkan pendidikan di madrasah ini. Data wawancara dengan kepala madrasah,

hasil observasi media publikasi, dan dokumentasi penerimaan peserta didik baru menunjukkan adanya kesesuaian informasi mengenai semakin kuatnya posisi madrasah di tengah masyarakat.

Pada aspek differentiation, madrasah menampilkan karakteristik yang membedakannya dari lembaga pendidikan lain melalui penguatan budaya disiplin, integrasi pendidikan religius dan akademik, pemanfaatan teknologi, serta publikasi kegiatan secara berkelanjutan. Berbagai program yang dijalankan tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi bukti nyata kualitas layanan pendidikan yang diberikan kepada peserta didik. Temuan ini menunjukkan bahwa keunggulan madrasah dibangun melalui implementasi program yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Pada aspek brand, hasil penelitian menunjukkan terbentuknya citra positif yang ditandai oleh meningkatnya kepercayaan masyarakat, loyalitas stakeholder, dan keterlibatan orang tua serta alumni dalam mendukung program madrasah. Interaksi masyarakat terhadap media sosial madrasah, peningkatan jumlah pendaftar, serta dukungan berbagai pihak menunjukkan bahwa reputasi lembaga semakin kuat dan diterima secara luas.

Secara keseluruhan, rebranding di MAN 1 Kabupaten Madiun berdampak pada meningkatnya daya saing madrasah melalui penguatan identitas lembaga, peningkatan kepercayaan masyarakat, dan bertambahnya minat peserta didik. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan rebranding didukung oleh sinergi program pendidikan, komunikasi publik, dan pengelolaan lembaga yang efektif.

2. Dampak Pelaksanaan *Rebranding* Dalam Meningkatkan Sekolah Kompetitif Di MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan rebranding di MAN 2 Kabupaten Ponorogo berkontribusi terhadap peningkatan daya saing

madrasah sebagai lembaga pendidikan yang kompetitif. Analisis dilakukan melalui triangulasi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Konsep positioning, differentiation, dan brand digunakan sebagai kerangka interpretasi untuk memahami perubahan yang terjadi setelah pelaksanaan rebranding.

Pada aspek positioning, MAN 2 Kabupaten Ponorogo berhasil membangun citra sebagai madrasah unggulan yang tidak hanya kuat dalam pendidikan keagamaan, tetapi juga memiliki prestasi akademik yang kompetitif. Hal ini terlihat dari meningkatnya pengakuan masyarakat terhadap kualitas lulusan, keberhasilan peserta didik dalam berbagai kompetisi, serta meningkatnya jumlah alumni yang diterima di perguruan tinggi nasional maupun internasional. Kesesuaian data dari kepala madrasah, waka humas, dan peserta didik menunjukkan bahwa identitas baru madrasah telah dipahami dan diterima oleh masyarakat.

Pada aspek differentiation, madrasah menampilkan keunggulan melalui program pembinaan akademik, penguatan bahasa asing, tahfidz, pendampingan olimpiade, serta program persiapan masuk perguruan tinggi. Keunggulan tersebut menjadi karakteristik yang membedakan MAN 2 Kabupaten Ponorogo dari lembaga pendidikan lain. Publikasi prestasi siswa dan alumni secara konsisten turut memperkuat daya tarik madrasah di mata masyarakat.

Pada aspek brand, hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan reputasi lembaga yang ditandai dengan bertambahnya kepercayaan masyarakat, meningkatnya jumlah pendaftar, serta meluasnya jangkauan calon peserta didik dari berbagai daerah. Reputasi tersebut tidak hanya dibangun melalui promosi, tetapi juga melalui kualitas output lulusan yang mampu menunjukkan prestasi nyata.

Dengan demikian, rebranding di MAN 2 Kabupaten Ponorogo memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing

madrasah. Dampak tersebut tercermin pada semakin kuatnya identitas lembaga, meningkatnya kepercayaan masyarakat, serta berkembangnya reputasi madrasah sebagai institusi pendidikan Islam yang unggul dan kompetitif.

3. Dampak Pelaksanaan *Rebranding* Dalam Meningkatkan Sekolah Kompetitif Di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Hasil analisis multisitus menunjukkan bahwa pelaksanaan rebranding di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing madrasah. Analisis dilakukan berdasarkan temuan lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian diinterpretasikan menggunakan konsep positioning, differentiation, dan brand sebagai kerangka analisis.

Pada aspek positioning, kedua madrasah sama-sama berhasil membangun citra baru sebagai lembaga pendidikan Islam yang modern, unggul, dan mampu bersaing dengan sekolah umum. Namun demikian, terdapat perbedaan fokus. MAN 1 Kabupaten Madiun lebih menonjolkan identitas sebagai madrasah yang aktif, religius, disiplin, dan komunikatif, sedangkan MAN 2 Kabupaten Ponorogo lebih menonjolkan keunggulan akademik, prestasi siswa, dan keberhasilan alumni melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi unggulan.

Pada aspek differentiation, kedua madrasah menunjukkan kemampuan dalam menciptakan keunikan yang menjadi daya tarik bagi masyarakat. MAN 1 Kabupaten Madiun menekankan diferensiasi melalui budaya sekolah, keterlibatan stakeholder, dan intensitas publikasi kegiatan. Sementara itu, MAN 2 Kabupaten Ponorogo menonjolkan diferensiasi melalui program akademik unggulan, pembinaan prestasi, bahasa asing, tahfidz, dan orientasi pendidikan lanjutan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa masing-masing

madrasah mengembangkan strategi yang sesuai dengan potensi dan karakteristik lembaganya.

Pada aspek brand, kedua madrasah berhasil membangun reputasi positif yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat, bertambahnya jumlah peserta didik baru, dan semakin kuatnya citra lembaga di lingkungan pendidikan. Akan tetapi, sumber penguatan brand pada kedua madrasah memiliki karakteristik yang berbeda. Brand MAN 1 Kabupaten Madiun lebih diperkuat oleh hubungan yang erat dengan stakeholder dan keterbukaan informasi, sedangkan brand MAN 2 Kabupaten Ponorogo lebih diperkuat oleh prestasi akademik dan keberhasilan alumni.

Temuan multisitus ini menunjukkan bahwa rebranding tidak hanya berdampak pada peningkatan citra lembaga, tetapi juga berkontribusi terhadap perubahan persepsi masyarakat mengenai madrasah sebagai institusi pendidikan yang mampu mengintegrasikan nilai keislaman, kualitas akademik, teknologi, dan prestasi. Oleh karena itu, keberhasilan rebranding pada kedua madrasah dapat dipahami sebagai hasil dari pengelolaan program pendidikan yang terarah, komunikasi publik yang efektif, serta kemampuan lembaga dalam menampilkan keunggulan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil paparan dan analisis data penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi rebranding yang dilakukan di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo berhasil meningkatkan daya saing madrasah sebagai sekolah kompetitif. Kesimpulan tersebut diperoleh berdasarkan tiga rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Strategi madrasah melalui rebranding dalam meningkatkan sekolah kompetitif di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo dilakukan melalui penguatan positioning, differentiation, dan brand sesuai teori Hermawan Kartajaya. Kedua madrasah membangun citra baru sebagai lembaga pendidikan Islam yang modern, unggul, dan mampu bersaing dengan sekolah umum. Strategi tersebut dilakukan melalui publikasi aktif di media sosial, penguatan program unggulan, peningkatan kualitas pelayanan pendidikan, pengembangan prestasi siswa, serta penguatan hubungan dengan masyarakat dan stakeholder. MAN 1 Kabupaten Madiun lebih menekankan penguatan citra melalui budaya disiplin, publikasi kegiatan, dan komunikasi publik yang aktif, sedangkan MAN 2 Kabupaten Ponorogo lebih menonjolkan program pembinaan akademik, penguatan bahasa asing, tahfidz, dan keberhasilan alumni masuk perguruan tinggi nasional maupun internasional.
2. Peran sumber daya manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo sangat penting dalam mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Kepala madrasah, jajaran manajerial, guru, tenaga kependidikan, siswa, alumni, dan wali murid memiliki peran dalam membangun citra positif lembaga melalui pelayanan, promosi, publikasi, serta pelaksanaan program-program unggulan. Sumber daya

manusia di kedua madrasah menunjukkan adanya kerja sama, koordinasi, dan loyalitas yang baik dalam mendukung strategi pengembangan madrasah. Selain itu, kemampuan SDM dalam memanfaatkan media sosial, membangun komunikasi publik, serta menjaga kualitas layanan pendidikan menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

3. Dampak pelaksanaan rebranding di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo terlihat dari meningkatnya citra, reputasi, dan daya tarik madrasah di masyarakat. Kedua madrasah mengalami peningkatan jumlah peserta didik baru, meningkatnya kepercayaan masyarakat, serta perubahan persepsi masyarakat terhadap madrasah menjadi lebih positif. Masyarakat tidak lagi memandang madrasah hanya sebagai lembaga pendidikan agama, tetapi juga sebagai institusi pendidikan yang unggul dalam bidang akademik, prestasi, teknologi, dan pembinaan karakter. Selain itu, rebranding juga berdampak pada meningkatnya loyalitas stakeholder, meluasnya jangkauan promosi madrasah, serta meningkatnya motivasi siswa untuk berprestasi dan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Dengan demikian, pelaksanaan rebranding terbukti mampu meningkatkan daya saing MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo sebagai sekolah kompetitif di tengah persaingan pendidikan yang semakin berkembang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti tentang *rebranding* madrasah unggul: strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan madrasah kompetitif (studi multisitus di Man 1 Kabupaten Madiun dan Man 2 Kabupaten Ponorogo), terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan kepada pihak terkait, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Madrasah di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Kepala madrasah diharapkan terus mempertahankan dan mengembangkan strategi rebranding yang telah berjalan dengan baik melalui inovasi program, peningkatan kualitas layanan pendidikan, serta penguatan kerja sama dengan stakeholder agar daya saing madrasah semakin meningkat secara berkelanjutan.

2. Bagi Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Waka humas diharapkan terus mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan publikasi digital secara kreatif, konsisten, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi agar citra positif madrasah dapat semakin luas dikenal masyarakat.

3. Bagi Sumber Daya Manusia di MAN 1 Kabupaten Madiun dan MAN 2 Kabupaten Ponorogo

Seluruh sumber daya manusia di madrasah diharapkan terus meningkatkan kompetensi, profesionalisme, kerja sama, dan kualitas pelayanan sehingga mampu mendukung keberhasilan rebranding dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap madrasah.

4. Bagi Kepala Madrasah Aliyah Negeri

Diharapkan menjadikan rebranding sebagai bagian dari strategi pengembangan madrasah melalui peningkatan mutu pendidikan, penguatan program unggulan, serta perluasan kemitraan guna meningkatkan daya saing madrasah.

5. Bagi Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas

Diharapkan mengoptimalkan publikasi dan promosi madrasah melalui media digital, memperkuat citra positif lembaga, serta membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat dan stakeholder.

6. Bagi Wali Murid

Wali murid diharapkan terus mendukung program madrasah serta menjalin kerja sama dan komunikasi yang baik dengan pihak

madrasah agar upaya rebranding dalam meningkatkan daya saing madrasah dapat berjalan secara optimal.

7. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian terkait rebranding madrasah dengan cakupan yang lebih luas, menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda, atau mengkaji pengaruh rebranding terhadap aspek lain seperti mutu pendidikan, kepuasan masyarakat, maupun prestasi peserta didik secara lebih mendalam.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anugerah, Reza Bagus. "Transformasi Madrasah Dalam Menghadapi Tantangan Era Society 5.0," *Jurnal Kajian Kependidikan Islam* 8, no. 2. 2023.
- Akifah, Andi et al., "Rebranding Of Poso Regency Tourism After Social Conflict," *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 25, no. 1 (2021).
- Ardhani, Deliana and Ririn Zarastri, "Strategi Branding dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah: Studi Kasus di SMA Negeri 3 Kota Jambi," *Jurnal of Economic Education* 3, no. 2. 2024.
- Ariyani, Rika et al. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat." *JAMPI: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1. 2024. <https://doi.org/10.62058/jampi.v1i1.22>.
- Asha, Lukman. *Manajemen Pendidikan Madrasah*. Yogyakarta: Azyan Mitra Media. 2020.
- Azizah, Yekti. "Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga," Purwokerto: Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri. 2024.
- Baqiah, Suhanul and Eman Supriatna. "TQM Sebagai Proses Peningkatan Dalam Pengembangan Pendidikan Tingkat Dasar, Menengah Dan Tinggi," *Jurnal Pendidikan Mutiara* 4, no. 1 (2018): 92
- Bidgan Robert & Sari Knopp Biklen, *Qualitatif research for aducation: and introduction theory and methods*. Boston: Allyn & bacon Inc. 2002.
- Bukit, Benjamin dkk., *Pengembangan Sumber Daya Manusia (Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing. 2017.
- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Daga, Rosnaini. *Branding Marketing 5.0*, 1. PT. Adab Indonesia. 2024.
- Denzin, Norman K. *Sociological Methods*. New York: McGrawHill. 1978.
- Dzikrillah Jordan Amran et al. "Rebranding Strategies for Educational Institutions: A Case Study of SMP Muhammadiyah 2 Kartasura," *Jurnal Ilmiah Global Education* 6, no. 2. 2025. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i2.3712>.
- Freeman, R. Edward. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. New York: Cambridge University Press. 2010.

- Ghafar, Muhammad. "Strategi membangun Positioning Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember". Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim. 2014.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga. 2016. Ghony, M. Djunaidi & Fauzan Almanshur. Metode Penelitian Kualitatif. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA. 2012.
- Hanifah, Yasmin. "Perencanaan Branding Madrasah Untuk Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Di Madrasah Aliyah Bilingual Kota Batu," Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim. 2025.
- Iqbal, Muhammad. "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta," Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 4, no. 1. 2019. <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>.
- Kartajaya, Hermawan. Positioning Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning-Diferensiasi-Brand. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2005.
- Kirana, Dhinuk Puspita dan Andhita Dessy Wulansari. University Branding and Branding Equity. Gresik: Penerbit Thalibil Ilmi Publishing & Education. 2026.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo. 2014.
- Lincoln & Guba, Effective Evaluation. San Fransisco: Jossey-Bass Publishers. 1981.
- Lofland. Analyzing Social Setting: A Guide to Qualitative Observation and Analysis. Belmont, Cal: Wadsworth Publishing Company. 1984.
- Mahmud MY et al., "Educational Institution Digital-Based Marketing Strategy; Through Social Media," Jurnal Manajemen Pendidikan Dasar, Menengah Dan Tinggi [JMP-DMT] 5, no. 4.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman & Jhonny Saldana. Qualitative Data Analysis.
- Michael, Armstrong & Taylor, Stephen. Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice (13th ed.). London: Kogan Page. 2014.
- Mittal, Vikas and Jihye Jung. "Revitalizing Educational Institutions Through Customer Focus," Journal of The Academy of Marketing Science 5 no. 2. 2024.
- M Yusuf. "Rebranding Madrasah dalam Membangun Citra Positif dan Modern," Journal of Education Management Research 1, no. 2. 2023.

- Maimun, Agus and Agus Zaenul Fitri. *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatif di Era Kompetitif*. Malang: UIN Maliki Press. 2010.
- Mujito, *Strategi Pemasaran (Product, Price, Place and Promotion)*. Yogyakarta: Selat Media Patners. 2025.
- Nasrulla, Muhammad. "Membangun Citra Baru: Strategi Rebranding Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Sekolah Dasar Islam," *Jurnal Pendidikan Islam* 22, no. 1. 2025.
- Patton, Michael Quinn. *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills: Sage Publications. 1987.
- Pramono, Joko. "Teori Manajemen Pemasaran Kotler Keunggulan dan Kelemahannya," *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Agama dan Budaya*, 3, no. 1, (2002).
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2006.
- Riccomini, Fernanda Edileuza et al. "Innovation In Educational Marketing: A Studyapplied To Brazilian Private Higher Education Institutions," *Journal of Marketing for Higher Education*. (2024).
- Rahman Syafi'ur. "Strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah dalam meningkatkan kompetensi lulusan (Studi Analisis di MAN 3 Kota Cirebon)," Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2015.
- Rahman, Poppy. "Strategi branding image menuju keunggulan kompetitif Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS): Studi multi kasus di Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo dan Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember,". Malang: Uin Maulana Malik Ibrahim. 2024.
- Sudirwo, Apriyanto, Daniel Adolf Ohyver. *Buku Referensi Strategi Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. 2025.
- Sayyid Mokhtar. *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Sidoarjo: Zifatama Jawara. 2020.
- Sutrisno, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Sari, Meci Nilam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: Mega Press Nusantara. 2024.
- Sari, Ifit Novita dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Unisma Press. 2022.
- Virya, Monica Metta et al. "Optimalisasi Branding Dan Rebranding Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan," *Jurnal Pendas Mahakam* 9, no. 2. 2024.

Wibowo , Ahmad Elly. “Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Ponorogo,”. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2018.

Yulianto, Tri et al. “Marketing Management Of Educational Services At The Al Falah Sukoharjo Foundation Educational Institution,” Profetika: Jurnal Studi Islam 25, no. 01. 2024.
<https://doi.org/10.23917/profetika.v25i01.6863>.

