

**BUDAYA SEKOLAH ISLAM SEBAGAI
STRATEGI BRANDING KELEMBAGAAN DI
SMP ISLAM AL AZHAR 29 BSB SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagaian Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

WAHARANI ALHUSNA

NIM: 2103036130

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Waharani Alhusna

NIM : 2103036130

Jurusan : S1 Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**BUDAYA SEKOLAH ISLAMI SEBAGAI STRATEGI BRANDING KELEMBAGAAN
DI SMP ISLAM AL AZHAR 29 BSB SEMARANG**

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 16 Juni 2025
Pembuat Pernyataan


64AMX325326923
Waharani Alhusna
NIM: 2103036130

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Semarang
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

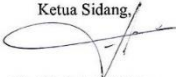
Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang**
Penulis : Waharani Alhusna
NIM : 2103036130
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1
telah diujikan dalam sidang *munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Pendidikan Islam.

Semarang, 4 Juli 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,


Dr. H. Suja'i M. Ag.
NIP: 197005031966031003

Penguji I,


Dr. H. A. Umar M. A.
NIP: 196401091994031003

Sekretaris Sidang,


Dr. Mukhamad Saekan M. Pd.
NIP: 196906241999031002

Penguji II,


Silviatul Hasanah M. Stat.
NIP: 199408042019032014

Pemimbing,


Prof. Dr. Ikhsrom M. Ag.
NIP. 197109261998032002

NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

NOTA DINAS

Semarang, 16 Juni 2025

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melaksanakan bimbingan, arahan, dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Budaya Sekolah Islami Sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang**
Nama : Waharani Alhusna
NIM : 2103036130
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk disajikan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Prof. Dr. Ikhrom, M.Ag.

NIP. 196503291994031002

ABSTRAK

Judul : Budaya Sekolah Islami Sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang
Nama : Waharani Alhusna
NIM : 2103036130
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang. Dalam era persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat, sekolah tidak hanya dituntut untuk unggul dalam akademik, tetapi juga harus mampu membentuk identitas yang khas agar dapat menarik minat masyarakat. Budaya sekolah Islami, yang mencakup nilai-nilai keagamaan dan pembentukan karakter Islami, menjadi salah satu strategi branding yang diterapkan sekolah untuk meningkatkan citra dan daya saing lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan utama sebagai berikut: 1) Penerapan budaya sekolah Islami dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan. 2) Budaya sekolah Islami dijadikan sebagai strategi branding untuk membentuk citra positif sekolah. 3) Strategi branding berbasis budaya Islami berdampak pada peningkatan jumlah pendaftar pada setiap tahunnya.

Dapat disimpulkan bahwa penerapan budaya sekolah Islami secara menyeluruh dan konsisten terbukti menjadi strategi yang efektif dalam membangun branding kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang. Budaya Islami yang tertanam melalui kegiatan ibadah harian, pembiasaan akhlak mulia, dan integrasi nilai-nilai keislaman dalam setiap aspek kehidupan sekolah telah memberikan dampak positif yang nyata, baik terhadap pembentukan karakter peserta didik maupun persepsi masyarakat luas terhadap sekolah.

Kata Kunci: *Budaya Islami; Strategi Branding; Kelembagaan*

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	'
ث	ṡ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	Ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	S	ه	h
ش	sy	ء	'
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Mad:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أُوْ

ai = أَيَّ

iy = اِيْ

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

*“Setiap bait yang kutulis di skripsiku adalah ribuan ingatan yang
selalu tertuju pada orang tuaku”*

(Waharani Alhusna)

*“Jangan takut tidak berhasil! Tapi Takutlah ketika tidak memulai!
Tekat itu mahal, Tidak nekat tidak akan menjadi orang hebat!”*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kepada Allah SWT. yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta Salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW.

Berkat rahmat dan karunia Allah SWT. penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang” sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam program studi Manajemen Pendidikan Islam. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak lepas dari Allah SWT. bimbingan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari limpahan rahmat Allah SWT. bimbingan dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Prof. Dr. Nizar, M.Ag. terima kasih atas segala dukungan, kebijakan dan fasilitas yang telah diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan studi dan tugas akhir dengan baik. Semoga Allah SWT. senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan keberkahan dalam setiap langkah pengabdian bapak.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Fatah Syukur, M.Ag. terima kasih atas segala

dukungan, arahan dan kebijakan yang telah mendukung kelancaran selama menyelesaikan studi.

3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Dr. Hj. Nur Asiyah, M.S.I. dan Sekretaris Jurusan Baqiyatush Sholihah, S.Th.I., M.Si. terima kasih atas arahan, serta dukungan yang telah diberikan selama saya menjalani proses perkuliahan. Semoga segala dedikasi dan pengabdian ibu mendapatkan balasan yang terbaik.
4. Dosen Pembimbing sekaligus Wali Dosen Prof. Dr. Ikhrom, M.Ag. yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan dorongan dalam penyusunan penelitian skripsi ini.
5. Dewan penguji utama Dr. H. A. Umar, M.A. dan Dewan enguji kedua Silviatul Hasanah, M.Stat. terimakasih atas waktu, perhatian, serta bimbingan dan kritik yang sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi penulis.
6. Ketua Sidang Dr. H. Suja'i, M.Ag. dan Sekretaris Sidang Dr. Mukhamad Saekan, M.Pd. terima kasih atas arahan, pengelolaan dan bantuan administratif selama proses kelancaran sidang yang telah menciptakan suasana kondusif dan mendukung.
7. Segenap dosen, pegawai dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang khususnya Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang telah membagikan berbagai pengetahuan dan ilmunya selama penulis belajar di bangku perkuliahan.

8. Kepala sekolah SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang Margono, S.Pd. yang telah menerima penulis untuk melaksanakan penelitian beserta segenap guru, staff, siswa, dan orang tua SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang yang telah bersedia membantu selama proses penelitian.
9. Cinta pertama dan panutanku Bapak Wahono dan pintu surgaku Ibu Suwalni. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga bapak dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu. Aamin.
10. Adik terkasih Azzahir Andika Saputra, salah satu penyemangat penulis karena selalu memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi yang sangat berarti bagi penulis.
11. Keluarga besar penulis adalah sumber dari kekuatan penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, semangat, dan doa yang sudah diberikan. Penulis sangat berterimakasih.
12. Terimakasih untuk teman-teman MPI C 2021 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman, pembelajaran dan berbagi suka duka selama di bangku perkuliahan. *See you on top guys.*

13. Teman-teman PLP I & II dan KKN MB Kolaborasi UINWS dan UINSAIZU 2024 dalam menciptakan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas motivasi dan dukungan kalian selama ini.
14. Teman-teman Penulis Ananda Aya Sofia, S.Pd, Ika Asmani Nanda, S.Pd, dan Nina Marlina, S.Pd. terimakasih telah membantu serta kebersamaian dan memberikan dukungan hingga detik ini.

Dalam penulisan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan cukup kerendahan hati penulis memohon kritik saran membangun dari pembaca untuk mencapai kelengkapan tugas akhir. Harapannya skripsi dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, 16 Juni 2025



Waharani Alhusna

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	i
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Pengertian Budaya Sekolah	9
2. Pengertian Budaya Sekolah Islami	11
3. Pengertian Strategi Branding.....	17
4. Budaya sekolah Islami sebagai Strategi Branding	23
B. Kajian Pustaka	24
C. Kerangka Berpikir	25
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
C. Sumber Data	30

D. Fokus Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Uji Keabsahan Data	33
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV.....	36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan	73
C. Keterbatasan Penelitian	83
BAB V	84
PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	93
RIWAYAT HIDUP	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Peningkatan Siswa Baru Tahun	72
Tabel 2 Pedoman Wawancara Kepala Sekolah	97
Tabel 3 Pedoman Wawancara Wakil Kepsek	100
Tabel 4 Pedoman Wawancara Guru	101
Tabel 5 Pedoman Wawancara Siswa	103
Tabel 6 Pedoman Wawancara Orang Tua	104
Tabel 7 Data Prestasi Siswa	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Surat Izin Riset	93
Gambar 2 Surat Selesai Penelitian.....	94
Gambar 3 Struktur Organisasi	105
Gambar 4 Wawancara Kepala Sekolah	119
Gambar 5 Wawancara Wakil Kepala Sekolah.....	119
Gambar 6 Wawancara Guru	120
Gambar 7 Wawancara Siswa.....	120
Gambar 8 Wawancara Orang Tua	120
Gambar 9 Brosur Pendaftaran	121
Gambar 10 Youtube SMP Islam Al Azhar	121
Gambar 11 Website SMP Islam Al Azhar	121
Gambar 12 Instagram SMP Islam Al Azhar	122
Gambar 13 Shalat Jamaah	122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini yang semakin maju, sekolah tidak hanya mempunyai fungsi sebagai tempat belajar, tetapi sebagai lembaga yang harus membangun citra yang kuat agar dapat bersaing di tengah banyaknya pilihan lembaga pendidikan yang lebih maju. Sekolah Islam diharapkan mampu menjadi tempat yang tidak hanya mendidik siswa siswa dalam aspek kognitif, tetapi juga membentuk akhlak dan kepribadian Islami yang kuat. Ditengah persaingan sekolah swasta yang semakin ketat, branding kelembagaan menjadi aspek yang sangat penting untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap sekolah.

Penerapan budaya sekolah Islami dapat menjadi strategi branding yang efektif dengan menunjukkan bahwa sekolah tidak hanya berorientasi pada prestasi akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter Islami yang unggul. “Sekolah merupakan sarana yang bekerjasama dengan keluarga untuk mendidik anak.” Dalam dunia pendidikan yang modern, lembaga sekolah tidak hanya berperan sebagai tempat penyebaran ilmu, tetapi menjadi tempat yang membentuk karakter dan nilai moral peserta didik. Oleh karena itu suatu organisasi terbentuk adanya kumpulan individu yang berbeda baik sifat, karakter, keahlian, pendidikan, dan latar belakang pengalaman, maka perlu ada penyatuan pandangan yang akan

berguna untuk suatu pencapaian misi dan tujuan organisasi tersebut, agar tidak berjalan dengan kemauan sendiri. Budaya sekolah menjadi fondasi yang berperan untuk membentuk perilaku siswa, guru dan seluruh civitas sekolah. Di sekolah Islam, budaya Islami menjadi nilai utama yang melandasi seluruh proses dan orientasi pendidikan. Dalam lembaga pendidikan Islam, budaya Islami akan menjadi kekuatan tersendiri. Nilai, kebiasaan, dan sikap positif yang terdapat dalam budaya Islami merupakan modal non-material yang kuat bagi terwujudnya lembaga pendidikan Islam yang unggul di era sekarang dan mendatang.

Berbagai komponen yang terdapat dalam suatu organisasi pendidikan Islam, seperti dasar pendidikan, tujuan, kurikulum, metode, pola hubungan dan lain sebagainya harus didasarkan pada nilai dan moral etis dalam ajaran Islam. Hal inilah yang menjadi ciri khas yang membedakan antara organisasi Islam dengan yang tidak. Budaya Islami adalah norma hidup berdasarkan syariat atau ajaran Islam. Budaya merupakan prasarana yang dikelola dalam rangka penerapan pengajaran berbasis nilai di sekolah, khususnya untuk sekolah yang bercirikan Islam. Budaya Islami ini tercermin karena terdapat dalam sikap: *tahassum* (senyum), menghargai waktu, cinta ilmu, mujahadah (kerja keras dan optimal), *tanaful* dan *ta'awun* (berkompetisi dan tolong menolong). Budaya sekolah adalah ciri

khass, karakter, dan citra yang dimiliki oleh sekolah di masyarakat.¹ Budaya sekolah menunjukkan bagaimana semua siswa untuk bergaul, bertindak, dan menyelesaikan masalah yang terjadi di sekolah. Budaya sekolah Islami berperan sangat penting dalam membentuk karakter dan identitas siswa.² Penerapan budaya sekolah yang baik akan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam aktivitas belajar siswa, juga dapat mempengaruhi guru untuk melakukan pembelajaran yang lebih efisien dan efektif untuk mencapai kinerja guru yang baik.³ Terutama di tengah pengaruh budaya asing, penerapan budaya sekolah Islami dapat membantu siswa mengembangkan karakter religius yang kuat, yang menjadi landasan bagi identitas mereka sebagai generasi muda muslim.⁴

Dalam upaya untuk memperkuat posisi dan daya saing lembaga, maka SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang memanfaatkan adanya budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan. Branding kelembagaan bukan hanya terkait

¹ Stefano Negrini and others, 'General Practitioners' Management of Low Back Pain: Impact of Clinical Guidelines in a Non-English-Speaking Country', *Spine*, 26.24 (2001), 2727–33 <<https://doi.org/10.1097/00007632-200112150-00021>>.

² Muhammad Afifullah Nizary and Tasman Hamami, 'Budaya Sekolah', *At-Ta'fikir*, 13.2 (2020), 161–72 <<https://doi.org/10.32505/at.v13i2.1630>>.

³ Titi; Ima Maisaroh Stiawati, 'Pengaruh Budaya Sekolah Terhadap Motivasi Kerja Guru Di MAN 1 Kota Cilegon', *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4 (2022), 952–59.

⁴ Mutiara Diva Siregar and others, 'Pengaruh Penerapan Budaya Sekolah Islami Terhadap Karakter Siswa Di SMP Negeri 2 Bukittinggi', 2.5 (2024), 756–66.

dengan logo, slogan atau simbol visual melainkan berkaitan dengan persepsi oleh masyarakat. Branding ini bertujuan untuk mendefinisikan bagaimana sekolah Islami dapat menjadi bagian dari strategi branding yang efektif, sehingga menarik perhatian orang tua dan calon siswa sebagai pendaftar.

Namun dalam implementasinya, penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa diantaranya bagaimana memastikan seluruh elemen sekolah, baik guru, siswa, maupun tenaga kependidikan, benar-benar menerapkan nilai-nilai Islami dalam keseharian mereka. Selain itu, diperlukan strategi komunikasi yang efektif agar budaya Islami yang diterapkan menjadi daya tarik yang kuat bagi masyarakat. Dengan menerapkan nilai-nilai keislaman dalam kegiatan sehari-hari di sekolah, penelitian ini memberikan berbagai pemahaman yang lebih mengenai dampak positif dari budaya tersebut terhadap perilaku dan sikap siswa, ini sangatlah penting untuk memastikan bahwa lulusan bukan hanya cerdas secara akademik tetapi juga memiliki akhlak yang baik. Masyarakat sangat membutuhkan lembaga pendidikan yang mengutamakan prinsip moral dan spiritual dalam merumuskan strategi yang tepat untuk memenuhi harapan masyarakat terhadap pendidikan.⁵

⁵ Ralph Adolph, 'Manajemen Humas Dalam Meningkatkan School Branding SMP Islam Al-Azhar 2 Pejaten', 2016, 1–23.

Secara keseluruhan budaya sekolah Islami nantinya akan berkontribusi secara signifikan dalam strategi branding kelembagaan dan perkembangan mereka secara keseluruhan. Branding sekolah sangat dipengaruhi oleh manajemen hubungan masyarakat, terutama untuk institusi pendidikan Islam swasta. Manajemen hubungan masyarakat mencakup perencanaan rencana kerja sama, penerapan promosi dan publikasi terorganisir di berbagai platform media, dan keterlibatan langsung dengan masyarakat. Sekolah dengan branding yang efektif meningkatkan adanya pengakuan publik, meningkatkan citra sekolah, dan meningkatkan jumlah siswa. Akibatnya, sekolah menjadi pilihan utama untuk menjadi lembaga pendidikan.⁶ Sekolah-sekolah Islam memanfaatkan strategi ini untuk membedakan diri dan menarik siswa dan orang tua dalam lingkungan pendidikan yang semakin kompetitif.

Rencana riset ini didasarkan pada argument bahwa promosi memerlukan sebuah strategi yang tepat agar dapat menghasilkan kepercayaan tinggi dari masyarakat. Ketepatan penentuan strategi promosi salah satunya didasarkan pada karaktersitik masyarakat sekitar. Promosi lembaga dengan menggunakan identitas masyarakat sebagai brand strategi menggunakan langkah yang cerdas. JC Henderson, mengungkapkan promosi kelembagaan yang

⁶ Tutut Sholihah, 'Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu', *J-Mpi*, 3.2 (2018), 72–84 <<https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>>.

dikaitkan dengan identitas budaya masyarakat sekitar merupakan strategi pemasaran yang efektif yang berdampak positif.⁷ Didalam riset JC Tu, YL Lee, K Creativani juga menguatkan tentang strategi promosi berbasis identitas lokal masyarakat sekitar terbukti efektif dan signifikan. Hal ini menegaskan, strategi promosi berbasis branding budaya sekolah Islam sejalan dengan teori yang kuat, dan juga hasil riset para pakar.⁸

B. Rumusan Masalah

1. Mengapa penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang?
2. Bagaimana SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang menerapkan strategi branding yang berbasis budaya Islami?
3. Bagaimana dampak strategi branding budaya Islami terhadap peningkatan jumlah pendaftar di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang?

⁷ Atmo Prawiro, 'Sosial Budaya Dan Pariwisata Halal Indonesia: Studi Sosial Budaya Destinasi Pariwisata Halal Di Lombok Nusa Tenggara Barat Pembimbing', *Disertasi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2021 <[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57759%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57759/1/ATMO PRAWIRO - SPs.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57759%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57759/1/ATMO%20PRAWIRO%20-%20SPs.pdf)>.

⁸ Jui Che Tu, Yi Lin Lee, and Kharisma Creativani, 'Forming Brand Identity and Promotion Strategy of Creative Industry in Indonesia', *Proceedings of the 2017 IEEE International Conference on Applied System Innovation: Applied System Innovation for Modern Technology, ICASI 2017*, May 2017, 2017, 1558–61 <<https://doi.org/10.1109/ICASI.2017.7988225>>.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang.
- b. Untuk mengidentifikasi alasan SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang menerapkan strategi branding yang berbasis budaya Islami.
- c. Untuk menganalisis dampak strategi branding budaya Islami terhadap peningkatan jumlah pendaftar di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang.

2. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan bagi pihak peneliti sendiri maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan (secara akademik). Secara lebih rinci kegunaan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

- a. Secara praktis, hasil penelitian memberikan masukan

1) Bagi peneliti

Sebagai bahan masukan dalam menambah informasi dan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian tentang Budaya sekolah Islam sebagai strategi branding kelembagaan di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang.

2) Bagi Sekolah

Penelitian ini dilakukan di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang dapat menjadikan motivasi agar dapat selalu berkembang dan mengoptimalkan budaya sekolah Islam sebagai strategi branding kelembagaan, dan dapat membantu pihak sekolah meningkatkan citra positif, menarik minat calon siswa, serta memperkuat kelembagaan di tengah persaingan sekolah yang kompetitif.

- b. Secara teoritis, diharapkan penelitian yang sudah dilakukan dapat menjadi informasi, wawasan, serta pemikiran dan pengetahuan dalam budaya sekolah dan strategi branding kelembagaan di dalam sekolah. Selain itu hasil penelitian ini dapat dijadikan pengembangan keilmuan bagi peneliti, khususnya dalam melakukan penelitian tentang budaya sekolah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Budaya Sekolah

Budaya selalu berkaitan dengan kehidupan manusia. Manusia mampu belajar, berpikir, mempercayai, dan berusaha sesuai dengan budaya mereka. Dengan adanya persabahabatan, bahasa, tindakan sosial dan kegiatan ekonomi atas dasar suatu budaya. Deal dan Peterson menyatakan bahwa budaya sekolah adalah sekumpulan nilai yang melandasi perilaku, tradisi, kebiasaan keseharian, dan simbol yang dipraktekkan oleh seluruh warga sekolah yaitu kepala sekolah, guru, petugas administrasi, siswa dan masyarakat sekitar sekolah.

Berkaitan dengan budaya sekolah, sekolah sebagai system yang diharuskan memiliki tiga aspek pokok yang sangat berkaitan dengan peningkatan mutu sekolah atau sekolah yang bermutu, yakni proses belajar mengajar, kepemimpinan dan manajemen sekolah, serta budaya, tradisi atau ciri khas sekolah itu sendiri. Dalam konteks sekolah juga mengungkapkan tentang pentingnya kultur, seperti tersaji dalam literatur *“Shaping School Culture”* berikut: *“While policymakers and reformers are pressing for new structures and more rational assessments, it is important to remember that these changes cannot be successful*

without cultural support. School culture, in short, are key to school achievement and student learning”.⁹

Pemahaman mengenai kultur sekolah dan pimpinan sekolah memiliki peran yang mencerminkan nilai dan budaya dalam kehidupan di sekolah. Kultur sekolah merupakan faktor kunci yang menentukan pencapaian prestasi akademik untuk mendapatkan layanan yang terbaik yang dapat diberikan oleh sekolah. Para pendidik dapat menjadi pelopor dalam mewujudkan budaya yang sukses dimana seluruh siswa dapat belajar. Budaya sekolah merupakan kumpulan norma, nilai, kepercayaan, ritual, upacara, simbol, dan kisah yang membentuk karakter atau identitas suatu sekolah. Di dalamnya tercermin harapan bersama untuk terus berkembang dari waktu ke waktu melalui kolaborasi antara guru, pimpinan sekolah, orang tua, dan siswa dalam menghadapi berbagai persoalan, tantangan, serta kegagalan. Setiap sekolah memiliki ekspektasi tertentu mengenai topik-topik yang layak dibahas dalam rapat staf, metode pengajaran yang dianggap efektif, serta pentingnya pelatihan dan pengembangan profesional. Selain itu, budaya sekolah juga mencerminkan cara pandang terhadap institusi pendidikan itu sendiri, termasuk bagaimana warga sekolah beradaptasi dan

⁹ Ariefa Efianingrum, ‘Kultur Sekolah’, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2.1 (2016), 19 <<https://doi.org/10.22146/jps.v2i1.23404>>.

berinteraksi dengan lingkungan budaya tempat mereka berada dan bekerja.

2. Pengertian Budaya Sekolah Islami

Budaya sekolah Islami meliputi cara berpikir, berperilaku, pandangan hidup, dan nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran agama yang sudah menjadi kebiasaan di sekolah. Budaya sekolah Islami dapat terwujud dalam kebijakan sekolah, sistem kerja, organisasi dan hubungan antar peserta didik. Maka dari itu budaya sekolah Islami merupakan tingkatan kualitas kehidupan sekolah yang berkembang dan terus berkembang berdasarkan nilai keagamaan tertentu yang di anut oleh sekolah. Secara sederhana “budaya sekolah Islami” dapat dijelaskan sebagai kebiasaan yang diterapkan dan dijalankan oleh sekolah sesuai dengan ajaran Islam. Karena sangat mudah untuk dilakukan, dan untuk semua peserta didik mampu memberikan dampak positif dalam proses pendidikan. Budaya sekolah Islami merupakan bagian integral dari proses pendidikan yang tidak hanya menanamkan pengetahuan, tetapi juga membentuk kepribadian, moralitas, dan spiritualitas peserta didik. Dalam konteks ini, QS. Al-Baqarah ayat 208 menjadi landasan yang sangat relevan. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

"Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan (kaffah), dan janganlah kamu

ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu." (QS. Al-Baqarah: 208)

Ayat ini menyiratkan pesan penting bahwa ajaran Islam harus dijalankan secara utuh dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan. Nilai-nilai Islam tidak seharusnya hanya dijadikan simbol atau formalitas, tetapi mesti menjadi bagian dari budaya yang hidup dan melekat, serta membentuk jati diri lembaga pendidikan. Penerapan Islam secara *kaffah* berarti menjadikan prinsip-prinsip Islam sebagai landasan dalam pengambilan kebijakan, pengelolaan kegiatan, pembiasaan perilaku, hingga interaksi sosial di lingkungan sekolah. Nilai-nilai keislaman diinternalisasikan ke dalam perilaku nyata seperti kedisiplinan, tanggung jawab, kejujuran, dan kepedulian terhadap sesama.¹⁰

Inilah yang menjadikan budaya Islami sebagai pilar utama dalam membangun branding kelembagaan yang kuat dan bermakna. Masyarakat pun tidak hanya menilai dari prestasi akademik semata, tetapi juga merasakan kualitas moral dan karakter unggul dari siswa dan alumni. Dengan demikian, implementasi QS. Al-Baqarah: 208 melalui penguatan budaya sekolah Islami bukan hanya bentuk pemenuhan ajaran agama, melainkan juga strategi efektif untuk membangun identitas,

¹⁰ Sovia Mas Ayu, 'Concept of Islam Kaffah in Islamic Education Curriculum', *Iseth 2015 (The 1st International Conference on Science, Technology, and Humanity)*, 1, 2015.

meningkatkan reputasi, dan memperkokoh daya saing lembaga pendidikan Islam di tengah era persaingan global.

Budaya sekolah Islami adalah gabungan dari nilai-nilai, keyakinan, harapan, dan pemahaman yang dianut oleh peserta didik di sekolah untuk pedoman dalam menghadapi situasi sekolah dalam menyelesaikan permasalahan, baik internal maupun eksternal. Oleh karena itu, sekolah memiliki budaya yang konsistensinya tinggi dan kebiasaan positif.¹¹ Segala hal yang berkaitan dengan cara berpikir, perilaku sehari-hari, sikap terhadap pandangan hidup, dan nilai-nilai yang ada dalam simbolisasi wujud fisik sebagai budaya sekolah Islami. Budaya Islami tercermin dari visi, misi, tujuan kurikulum, interaksi sosial antar siswa, suasana kelas, asrama, dan lingkungan sekolah, serta berbagai aturan dan kebiasaan sekolah.¹² Budaya sekolah Islami (BUSI) ialah kegiatan yang berguna untuk membiasakan siswa dan guru sesuai dengan nilai-nilai Islam yang ada di lingkungan sekolah. Budaya ini melibatkan berbagai kegiatan seperti aturan berpakaian Islami,

¹¹ Maida Raudhatinur, 'Implementasi Budaya Sekolah Islami Dalam Pembinaan Akhlak Siswa SMP Negeri 19 Percontohan Banda Aceh', *DAYAH: Journal of Islamic Education*, 2.1 (2019), 131 <<https://doi.org/10.22373/jie.v2i1.2968>>.

¹² Saminan Saminan, 'Internalisasi Budaya Sekolah Islami Di Aceh', *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 3.1 (2015), 147–64.

shalat berjamaah, pembacaan Al-Qur'an, dan membina kebiasaan secara islami.¹³

Secara keseluruhan, budaya sekolah Islami bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai agama dan mengembangkan karakter moral pada siswa. Budaya sekolah Islami memainkan peran penting dalam mengembangkan karakter dan nilai-nilai kebangsaan siswa. Sekolah-sekolah ini berfungsi sebagai pusat revisi dan mediasi budaya, sekaligus sebagai lembaga sosialisasi yang mentransmisikan dan mentransformasikan nilai budaya.¹⁴ Budaya sekolah Islami mengimplementasikan kegiatan yang selaras dengan nilai Islam untuk menumbuhkan karakter Islami siswa.¹⁵ Penerapan budaya sekolah yang Islami bertujuan untuk mengembangkan nilai-nilai kedisiplinan, sopan santun, dan moral. Budaya ini mempromosikan sikap seperti pelayanan, inovasi, kerja keras, pembelajaran aktif, antusiasme, rasa syukur, kepercayaan diri, disiplin, kemandirian, dan daya asing di antara komunitas sekolah.¹⁶

¹³ Negrini and others.

¹⁴ Usri Usri and others, 'The Contribution of Islamic School as Media of Developing Nation Culture', *Al-Musannif*, 3.1 (2021), 53–66 <<https://doi.org/10.56324/al-musannif.v3i1.56>>.

¹⁵ Laili Jumroatun, Burhanuddin Burhanuddin, and Ahmad Yusuf Sobri, 'Implementasi Budaya Sekolah Islami Dalam Rangka Pembinaan Karakter Siswa', *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 1.2 (2018), 206–12 <<https://doi.org/10.17977/um027v1i22018p206>>.

¹⁶ Astuti Muh Amin and others, 'RQANI: A Learning Model That Integrates Science Concepts and Islamic Values in Biology Learning',

a. Bentuk Budaya Sekolah Islami

1) Budaya Kognitif atau Pemahaman Masyarakat

Budaya ini berkaitan dengan cara individu memproses informasi, berpikir, dan memahami lingkungan sekitar. Aspek ini mencakup pengetahuan, keyakinan dan persepsi yang dimiliki seseorang, yang dipengaruhi oleh nilai.¹⁷ Misalnya adanya program pembelajaran yang menggabungkan kurikulum nasional dengan pendidikan agama Islam, sehingga siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan akademik tetapi pemahaman spiritual yang mendalam. Hal ini menciptakan lingkungan belajar yang mengintegrasikan pengetahuan, ketrampilan dan nilai yang sesuai dengan visi sekolah untuk menghasilkan generasi yang cerdas dan berakhlak mulia.

2) Budaya Perilaku

Mencakup tindakan dan kebiasaan yang dilakukan oleh individu dalam konteks sosial dan budaya mereka. Meliputi norma sosial, kebiasaan, rutinitas serta cara bertindak dan berinteraksi dengan orang lain. Perilaku ini

International Journal of Instruction, 15.3 (2022), 695–718 <<https://doi.org/10.29333/iji.2022.15338a>>.

¹⁷ Yayuk Purwati and Heru Sulistya, 'Pengaruh Kemampuan Kognitif Mahasiswa MPI Terhadap Pemahaman Teori-Teori Perilaku Budaya Organisasi', *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 5.2 (2021), 69–81 <<https://doi.org/10.33507/cakrawala.v5i2.372>>.

sering terlihat dalam praktik sosial sehari-hari, seperti cara berpakaian, berbicara atau cara memperlakukan orang lain.¹⁸ Kegiatan yang telah dilakukan tidak hanya membentuk disiplin dan tanggungjawab siswa tetapi juga memperkuat identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan yang berlandaskan nilai islam.

3) Budaya Sikap

Berhubungan dengan pandangan, keyakinan, dan perasaan individu terhadap sesuatu. Sikap ini mencerminkan bagaimana seseorang merespons situasi, orang lain, atau peristiwa tertentu berdasarkan nilai dan norma budaya yang ada.¹⁹ Menurut Faturrohman menyatakan bahwa budaya sekolah Islami adalah upaya mewujudkan nilai-nilai ajaran agama sebagai suatu kebiasaan dalam berperilaku dan budaya sekolah yang diikuti oleh seluruh warga di dalam lembaga pendidikan tersebut.²⁰ Penerapan budaya sekolah Islami antara lain adalah budaya sholat berjamaah, budaya membaca Al Qur'an, do'a bersama sebelum dan setelah melakukan

¹⁸ Jasamantrin Laoli, Delipiter Lase, and Suka'aro Waruwu, 'Analisis Hubungan Sikap Pribadi Dan Harmonisasi Kerja Pada Kantor Kecamatan Gunungsitoli Alo'Oa Kota Gunungsitoli', *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6.4 (2022), 145–51.

¹⁹ Sahat Simbolin, 'Aplikasi Theory Of Reasoned Action', *Cakrawala Pendidikan*, November, 2015, 19.

²⁰ Muhammad Fathurrohman, 'Meningkatkan Mutu Pendidikan Bangsa', *Jurnal Ta'Allum*, 04.01 (2016), 19–42.

kegiatan pembelajaran, budaya berpakaian atau berbusana muslim, budaya menebar *ukhuwah* melalui kebiasaan berkomunikasi (senyum, salam,sapa), budaya berdzikir bersama, peringatan hari besar Islam, menjaga kebersihan lingkungan sekolah, adanya pengaturan sarana dan prasarana sekolah yang mendukung proses internalisasi nilai agama, iman dan taqwa dalam pembelajaran, dan pendirian sarana prasarana ibadah yang memadai. Menurut Sahlan wujud budaya Islami meliputi budaya senyum,sapa dan menyapa, budaya saling hormat dan toleran, budaya puasa senin kamis, budaya sholat dhuha, sholat dhuhur berjamaah, budaya tadarus Al qur'an, budaya istighostah dan doa bersama.²¹

3. Pengertian Strategi Branding

Strategi adalah rencana atau pendekatan yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia dan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Strategi mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.²² Dalam konteks

²¹ Muhammad Fathurrohman, 'Pengembangan Budaya Religius Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan', *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 4.1 (2016), 19–42 <<https://doi.org/10.21274/taalum.2016.4.1.19-42>>.

²² Frank T. Rothaermel, 'Strategic Management Dynamics Strategic Management', *Pearson*, 12.October (2021), 801 <<https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/8229>>.

manajemen, strategi digunakan untuk menetapkan bagaimana arah organisasi tersebut, merespons tantangan, dan menciptakan keunggulan yang lebih kompetitif di pasar. Strategi juga dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti bisnis, pendidikan, pemasaran atau pembangunan.²³

Strategi branding merupakan suatu cara untuk membangun dan mengembangkan identitas merek (*brand identify*) yang kuat dan unik, sehingga dapat membedakan diri dari pesaing dan meningkatkan kesadaran loyalitas pelanggan. Menurut Schultz dan Barnes, strategi branding dapat diartikan sebagai manajemen suatu merek yang mengatur semua elemen-elemen yang bertujuan untuk membentuk suatu brand.²⁴ Branding adalah kegiatan yang memiliki tujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah brand/merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen brand tersebut. Upaya strategis untuk menciptakan, mengelola, dan mempromosikan identitas unik suatu lembaga (seperti lembaga pendidikan, organisasi, atau

²³ Michael A.. Hitt, R. Duane. Ireland, and Robert E.. Hoskisson, 'Strategic Management : Competitiveness & Globalization: Concepts and Cases', 2017, 30.

²⁴ Dedi Wahyudi and Habibatul Azizah, 'Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Konsep Learning Revolution', *Attarbiyah*, 26 (2016), 1 <<https://doi.org/10.18326/tarbiyah.v26i0.1-28>>.

institusi) kepada masyarakat lebih dikenal dengan branding kelembagaan.²⁵

Organisasi harus membangun citra, reputasi, dan kepercayaan yang kuat agar dapat dikenal lebih luas dan diakui atas nilai, kualitas, dan layanan yang ditawarkannya. Branding ini mencakup nilai-nilai inti komunikasi, dan pengalaman pengguna, serta elemen visual seperti logo, warna dan desain. Branding kelembagaan adalah upaya menciptakan citra positif dan membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Menurut Kotler dan Keller, branding pendidikan dapat meningkatkan daya saing dan menarik yang lebih banyak siswa serta dukungan dari masyarakat.²⁶

Manfaat branding sekolah adalah sebagai sarana media promosi dan sebagai daya tarik masyarakat, digunakan untuk membangun citra, kepercayaan, dan jaminan mutu, meningkatkan kesadaran akan program dan kegiatan sekolah, dan dalam jangka panjang dapat meningkatkan reputasi sekolah di masyarakat. Adapun tujuan branding bagi sekolah antara lain ialah membentuk persepsi publik terhadap brand, membangun

²⁵ Adimas Rizqon and Aufa Fimaisharah, 'Digital Revolution in Islamic Education: Building the Branding of Religious Schools in Rural Indonesia through Innovative Digital Marketing Strategies', *JUMPA : Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5.2 (2024), 111–23 <<https://doi.org/10.33650/jumpa.v5i2.7348>>.

²⁶ Muhammad Lisman and Susi Marni, 'Islamic Elementary School Marketing Model in Pekanbaru : The Impact of Digitalization of Education', 2024, 517–26.

kepercayaan publik terhadap brand, dan membangun afeksi publik terhadap brand.²⁷

Branding sekolah saat ini menambah warna dunia pendidikan. Membangun brand atau berusaha mendapatkan citra positif bagi institusi sekolah sangatlah penting. Branding sekolah yang dibangun dengan perencanaan yang matang, sesuai dengan visi dan misi sekolah yang bersangkutan dan juga dapat dipasarkan dapat membuka peluang bagi sekolah untuk mendapatkan siswa yang tepat sasaran dari segi kualitas dan kuantitas. Sekolah swasta harus bersaing untuk meningkatkan target siswa baru setiap tahunnya dan menjaga kualitas lulusan. Salah satu upaya adalah sekolah perlu memikirkan strategi branding sekolah yang mengesankan masyarakat.²⁸ Dengan branding sekolah ini, kualitas layanan guru dan karyawan meningkat, akhlak siswa menjadi lebih baik, kepercayaan masyarakat meningkat dan masyarakat lebih tertarik untuk mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah yang bersangkutan. Sekolah menjadi lebih maju dan mampu bersaing, dan kesejahteraan guru dan tenaga kependidikan yang terjamin.²⁹

²⁷ Erna Budiarti and others, 'Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Indonesia', *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6.5 (2023), 3568–76 <<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>>.

²⁸ Budiarti and others.

²⁹ Muhammad Burhan Jamaluddin, "Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap." IAIN Purwokerto., *Skripsi*, 2020.

Branding kelembagaan adalah proses yang sangat strategis karena bertujuan untuk menciptakan dan mengelola citra serta identitas suatu lembaga, seperti sekolah, universitas, atau organisasi. Proses ini melibatkan adanya penentuan nilai, visi dan misi lembaga tersebut dengan masyarakat. Branding kelembagaan ini juga bertujuan untuk membedakan lembaga dari yang lain, membangun reputasi yang kuat dan menciptakan loyalitas di antara stakeholder.³⁰

Adapun terdapat tahapan yang dilakukan dalam strategi branding adalah sebagai berikut:

1) Membentuk ciri khas positif

Identifikasi nilai inti sekolah ditentukan dengan nilai yang ingin dipromosikan dan ditonjolkan dalam budaya sekolah. Misalnya, keunggulan akademik, keberagaman, kolaborasi, kepemimpinan, atau kepedulian terhadap lingkungan. Bervariasinya nilai-nilai tersebut yang mengacu pada visi dan misi sekolah.³¹ Nilai-nilai ini akan menjadi landasan untuk membentuk ciri khas positif sekolah. Program-program ini akan menjadi daya tarik utama dan ciri

³⁰ Prasetyo, Bambang D., and Nufian S. Febriani. *Strategi branding: Teori dan perspektif komunikasi dalam bisnis*. Universitas Brawijaya Press, 2020.

³¹ Siswoyo, Dwi, Joko Sri Sukardi, and Ariefa Efianingrum. "Transformasi Nilai-nilai Inti Budaya dalam Perbaikan Sekolah." *Foundasia* 9.1 (2018).

khas positif sekolah dan memungkinkan siswa untuk mengekspresikan minat dan bakat mereka.

2) Mengejar prestasi yang baik

Menetapkan adanya tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah dalam hal akademik maupun non akademik. Misalnya dengan meningkatkan hasil ujian, meraih penghargaan dalam kompetisi, dan menciptakan program kegiatan yang inovatif dan sukses. Karena sekolah yang berprestasi adalah sekolah yang berani melakukan inovasi untuk mencapai hasil dalam bidang akademik dari proses belajar mengajar non akademik untuk mengasah soft skill di luar bidang akademik serta potensi non akademik anak yang dikembangkan melalui kegiatan ekstrakurikuler yang diselenggarakan diluar jam pelajaran.³²

3) Dokumentasi visual diiringi dokumentasi tulisan dengan desain yang menarik

Konten merupakan segala informasi yang terdapat di media internet atau media *online*.³³ Dengan membuat konten yang menarik seperti menulis artikel, berita atau alporan kegiatan prestasi siswa dan program unggulan yang

³²Nurhayati, Etyk. "Upaya Meningkatkan Mutu dan Prestasi Madrasah dengan Membentuk dan Menggerakkan Tim Pengembang." *Proceeding Annual Conference on Madrasah Teacher*. Vol. 1. 2018.

³³ Edib, Lathifah. *Menjadi kreator konten di era digital*. DIVA press, 2021.

ditawarkan menggunakan bahasa yang menarik, ringkas dan mudah dipahami oleh berbagai audiens. Hal ini akan memberikan manfaat mengenai brand *storytelling* bagi sekolah dan membangun ekspektasi positif dari siswa, orang tua, dan masyarakat terhadap konten yang akan datang.

4) Pemanfaatan teknologi informasi

Dengan memanfaatkan platform digital seperti *Facebook*, *Instagram*, dan website sekolah dalam mempromosikan kegiatan sekolah, berbagi informasi, dan terhubung dengan siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat.

4. Budaya sekolah Islami sebagai Strategi Branding

Dengan membuat identitas yang unik dan berkarakter, budaya Islami dapat menjadi strategi yang bagus untuk branding. Sekolah yang memiliki budaya Islami memiliki kemampuan untuk menarik perhatian orang tua yang mencari lingkungan pendidikan yang didasarkan pada prinsip agama. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nasir, sekolah yang menonjolkan budaya Islami melalui inisiatif seperti tadarus Al-Qur'an, shalat berjamaah, dan penerapan nilai-nilai Islam dapat membentuk citra yang baik di masyarakat. Posisi ini di pasar pendidikan diperkuat oleh budaya ini, yang menjadi pembeda utama dari sekolah umum. Dengan penerapan yang konsisten, budaya sekolah Islami tidak hanya membentuk karakter siswa, tetapi juga meningkatkan citra sekolah sebagai lembaga pendidikan

berbasis nilai agama yang unggul. Budaya sekolah islami merupakan aset strategis yang dapat digunakan sebagai strategi branding untuk menciptakan identitas yang kuat dan daya saing tinggi di dunia pendidikan. Ketika sudah diterapkan secara utuh dan berkelanjutan, maka budaya Islami bukan hanya membentuk karakter peserta didik, tetapi mejadi identitas yang khas pada lembaga pendidikan tersebut. Adanya identitas ini akan menjadi kekuatan tersendiri dalam membedakan sekolah dari lembaga lain, sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan.

B. Kajian Pustaka

Pada tema kajian ini memang sudah banyak diteliti oleh beberapa peneliti. Terfokus pada tema yang spesifik mengarah pada tema penelitian ini. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa penelitian yang berhubungan maupun tidak dengan judul yang akan di teliti. Dengan penelitian yang berjudul “Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar²⁹ BSB Semarang”, antara lain sebagai berikut yaitu:

- a) Makmur Syukri, Sekolah atau Madrasah Bertaraf (Branding Islami, Boarding School, dan Unggul) penelitian ini membahas upaya branding sekolah Islami melalui pengembangan kurikulum berorientasi nilai-nilai Islam, penerapan budaya Islami, dan strategi lainnya untuk

membangun citra sekolah sebagai lembaga pendidikan dengan nilai-nilai Islam yang kuat.³⁴

- b) Akmal Mundry, Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam membangun Branding Image, penelitian ini membahas strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra merek, termasuk peningkatan kesadaran merek dan identitas merek melalui penerapan nilai-nilai Islami dalam budaya sekolah.³⁵
- c) Nuzula Indana Maulidah, Strategi membangun Brand Image Pendidikan Dinniyah, penelitian ini membahas strategi branding bagi lembaga pendidikan, khususnya pendidikan dinniyah, dengan menampilkan identitas unik dan nilai-nilai Islam sebagai upaya membangun *brand image* yang kuat.³⁶

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini terdiri sebagai berikut:

- a. Budaya Sekolah Islami

Bentuk budaya sekolah Islami:

³⁴ Vena Annisa Harahap Makmur Syukri, 'Sekolah/Madrasah Bertaraf (Branding): Islami, Boarding School, Dan Terpadu', *Journal on Education*, 6. No 2.02 (2024), 11711–20 <<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/4825/3908>>.

³⁵ Raudhatinur.

³⁶ Nuzula Maulidah, 'Strategi Membangun Bbrand Image Pendidikan Dinniyah Nuzula Indana Maulidah Universitas KH Mukhtar', 1.1 (2024), 489–504.

- 1) Budaya Kognitif
- 2) Budaya Perilaku
- 3) Budaya Sikap

Implementasi di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang:

- 1) Shalat berjamaah, tadarus, tahfidz, adab islami dan pembiasaan ibadah harian.
- 2) Pembiasaan nilai kedisiplinan, kejujuran, tanggung jawab, kerja sama dan toleransi
- 3) Keterlibatan guru sebagai teladan dan partisipasi aktif orang tua.

b. Strategi Branding Kelembagaan

Definisi teori:

- 1) Branding kelembagaan
- 2) Strategi branding sekolah meliputi: membentuk ciri khas (*identif*), mengejar prestasi, penggunaan media(website, sosial media) dan pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi.

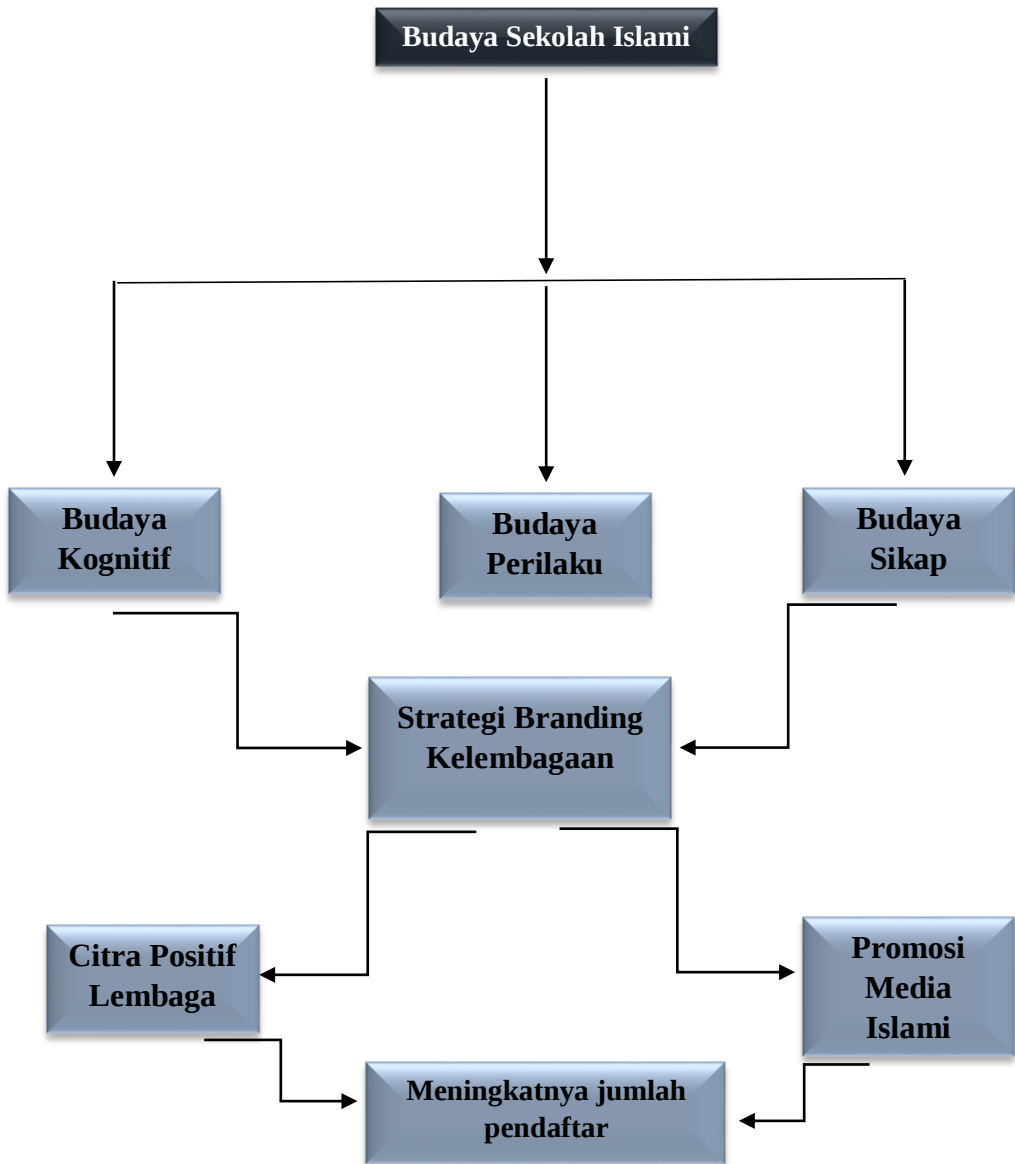
Penerapan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang:

- 1) Branding berbasis budaya Islami
- 2) Promosi melalui media sosial

c. Hubungan Budaya Islami dan Branding Sekolah

Keterkaitan teori:

- 1) Budaya Islami yang konsisten akan membentuk identitas unik sekolah sehingga menjadi kekuatan dalam branding kelembagaan
- 2) Branding yang berbasis nilai religius dinilai lebih efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas masyarakat muslim.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian itu menguraikan rencana kerja penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti. Penelitian kualitatif biasanya mengidentifikasi penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding yang ditetapkan disekolah yang membentuk materi, membentuk sikap, dan membentuk perilaku. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk membuktikan secara objektif ilmiah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang yang berlokasi di Jl. RM Hadisoebeno Sosrowardoyo BSB KM.6, Kecamatan Mijen, Kota Semarang 50211, Jawa Tengah. Peneliti memilih tempat tersebut karena lembaga pendidikan Islam yang memiliki potensi dalam mengembangkan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding. Dan sekolah ini memiliki banyak prestasi akademik yang baik dan diakui oleh masyarakat.

Waktu penelitian terlaksana kurang lebih satu bulan, terhitung sejak 11 Februari 2025 sampai dengan tanggal 8 Maret 2025.

Penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh pihak SMP Islam Al Azhar 29 Semarang. Namun untuk memperoleh data penelitian dirasa kurang maka peneliti melaksanakan penelitian kembali di hari tertentu di luar waktu yang telah ditentukan.

C. Sumber Data

Penelitian ini dengan mengambil sumber data dalam penelitian adalah dengan memakai dua jenis data subjek darimana data tersebut dapat diperoleh yaitu yang pertama data primer yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui observasi dengan memantau secara langsung pelaksanaan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 Semarang melalui wawancara secara langsung dengan narasumber yang bersangkutan. Data yang diperoleh langsung disebut data Sumber primer, sedangkan data Sumber sekunder ialah data dari bahan bacaan.³⁷ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, secara primer oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Guru, Orang tua, dan Siswa.

Kedua menggunakan jenis data sekunder, data sekunder ini dikumpulkan oleh peneliti untuk mendukung dan melengkapi kebutuhan data penelitian. Dalam penelitian sekunder ialah mengumpulkan beragam sumber, seperti dokumen yang diarsipkan

³⁷ Aisyah Mutia Dawis and others, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 2023.

yang berhubungan pada kegiatan budaya sekolah Islami pada SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang.

D. Fokus Penelitian

Untuk memperjelas penelitian dilaksanakan oleh penulis tentang Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang. Maka penulis memfokuskan penelitiannya sebagai berikut:

1. Budaya sekolah Islami di SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang.
2. Strategi branding kelembagaan di SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di pakai oleh peneliti memiliki 3 cara yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Teknik observasi ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Disamping wawancara, penelitian juga melakukan metode observasi. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala dalam penelitian.³⁸ Penulis melakukan pengamatan secara langsung pada SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang dengan mengamati lingkungan sekolah dan pengamatan secara

³⁸ Dawis and others.

tidak langsung melalui bukti pelaksanaan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan.

b. Wawancara

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui pasti tentang informasi yang akan diperoleh. Maka dari itu sebelum melaksanakan wawancara kepada pihak sekolah, peneliti mempersiapkan pertanyaan terkait dengan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara untuk mengetahui informasi melalui gambar. Tulisan, foto, data dan dokumen yang berkaitan dengan SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang. Teknik dokumentasi bermaksud untuk mengetahui kevalidan suatu informasi. Kegiatan dokumentasi dilakukan untuk memperoleh dokumen profil SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, foto kegiatan budaya sekolah Islami, strategi branding yang dijalankan, struktur lembaga, kegiatan pelatihan, data pendidik dan tenaga kependidikan, dokumentasi kegiatan IHT. Dokumen diperoleh untuk melengkapi data penelitian hingga divisualkan dengan gambar.

F. Uji Keabsahan Data

Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan dengan data tersebut. Teknik triangulasi yang paling umum adalah pemeriksa melalui sumber lainnya. Menurut Lexy J. Moelong menjelaskan pembeda dalam empat triangulasi sebagai teknik pemeriksaan dengan menggunakan sumber, metode, penyidik dan teori. Peneliti menggunakan teknik pemeriksa pembuktian yang bergantung pada penggunaan sumber.³⁹

Tringulasi dengan sumber berarti membandingkan dan menguji tingkat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Ini dapat dicapai dengan cara berikut:

- 1) Bandingkan observasi dan data wawancara.
- 2) Bandingkan dikatakan orang secara umum dengan perkataan secara pribadi.
- 3) Bandingkan katakan situasi penelitian selalu mereka dikatakannya sewaktu.
- 4) Bandingkan situasi dan sudut pandangan orang lain.
- 5) Bandingkan wawancara dan isi dokumen terkait.

³⁹ Joanna Murray, 'Qualitative Research Methods', *Principles of Social Psychiatry: Second Edition*, 732, 2010, 77–87 <<https://doi.org/10.1002/9780470684214.ch7>>.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data dan tersu berlangsung hingga pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian dapat sepenuhnya terjawab.⁴⁰ Penelitian memakai model analisis Miles Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan.⁴¹

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.⁴² Ketika pengumpulan data berlangsung, reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan catatan tentang isi dari catatan data yang diperoleh di lapangan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data informasi lapangan dimasukkan pada matriks dan informasi tersebut dengan penyajian berdasarkan perolehan pada studi lapangan untuk memudahkan peneliti menguasai materi dan menghindari

⁴⁰ Partini Sardjono Pradotokusumo, *Pengkajian Sastra*, 2005.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. (Bandung: Elfabeta, 2007).

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. (Bandung: Elfabeta, 2007).

kesalahan dalam analisis. Penyajian informasi sebagai sarana yang menyederhanakan informasi yang kompleks jadi sederhana yang mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah upaya mendalami makna dan tindakan yang muncul, berdasarkan sebab akibat dengan mempertanyakan kembali pemahaman yang lebih rinci. Langkah selanjutnya, peneliti menganalisis materi dan mendeskripsikannya untuk mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Penerapan Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang

Data wawancara yang menggambarkan branding yang digunakan untuk menarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya melalui media, dokumentasi dalam bentuk informasi yang diposting di media sosial. Data yang berasal dari pelacakan dokumen yang diarsip sekolah SMP Islam Al Azhar 29 ditemukan beberapa sumber kebijakan yang menekankan pentingnya penerapan budaya sekolah Islami sebagai ikon yang menarik masyarakat. Branding menjadi pondasi yang kuat dalam menarik minat masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah muslim perkotaan. Branding bukan hanya soal merek atau slogan, tetapi menjadi identitas yang menyeluruh dari sekolah yang mencakup nilai, citra dan pengalaman yang diberikan. Selanjutnya berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan kepala sekolah SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang terkait dengan penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang yang

dijelaskan oleh kepala sekolah dikatakan bahwa sebagai berikut:

Dalam penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding yang sangat efektif dalam membangun citra kelembagaan. Maka dari itu perlu adanya menanamkan nilai-nilai Islami dalam kehidupan sehari-hari, baik melalui pembiasaan ibadah seperti sholat berjamaah dan tahfidz Al Qur'an, maupun penguatan karakter siswa melalui akhlakul karimah, SMP Islam Al Azhar 29 ini mampu menciptakan lingkungan yang berbudaya religius dan berakhlak mulia. Budaya Islami yang diterapkan tidak hanya menjadi identitas kuat bagi sekolah, tetapi juga memberikan kepercayaan lebih kepada orang tua dan masyarakat bahwa pendidikan di sekolah ini tidak hanya mengutamakan prestasi akademik, tetapi juga pembentukan karakter yang kokoh. Strategi ini telah terbukti menjadi daya tarik utama bagi calon siswa dan memperkuat reputasi SMP Islam Al Azhar 29 sebagai lembaga pendidikan unggulan di lingkungan sekitar. Dengan penerapan budaya sekolah Islami bukan hanya menjadi sarana yang mendidik, tetapi sekaligus menjadi strategi branding kelembagaan yang efektif. Kegiatan tersebut dilakukan secara konsisten, maka budaya Islami di SMP Islam Al Azhar akan menjadi daya tarik utama, menciptakan karakter siswa yang kuat, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sekolah kami.⁴³

Kutipan wawancara tersebut menegaskan bahwa di SMP Islam 29 BSB Semarang melakukan penanaman nilai

⁴³ Hasil Wawancara dengan Kepala Sekolah SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 4 Maret 2025

Islam dalam kehidupan sehari-hari siswa yang memiliki peran sangat penting, yang diwujudkan melalui pembiasaan ibadah seperti shalat berjamaah, tahfidz Al Quran, serta pembinaan karakter melalui penerapan akhlakul karimah. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan suasana sekolah yang religius, beradab, dan memiliki karakter yang kuat. Penerapan budaya Islami ini yang secara konsisten tidak hanya menjadi ciri khas yang melekat pada sekolah, tetapi juga mampu membangun kepercayaan terhadap kemampuan sekolah dalam mendidik siswa secara menyeluruh, baik secara akademik maupun moral dan spiritual. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik minat peserta didik baru serta memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul dan terpercaya di lingkungan sekitar. Budaya Islami tidak hanya menjadi bagian dari system pembelajaran tetapi juga menjadi strategi branding yang kuat dalam membentuk identitas, daya tarik dan keunggulan sekolah. Hal ini dilakukan agar selaras dengan visi sekolah. Seperti yang diungkapkan Waka SMP Islam Al Azhar Semarang sebagai berikut:

Di SMP Islam Al Azhar ini mewujudkan budaya Islami dalam berbagai aspek seperti pembiasaan shalat berjamaah, tadarus Al Qur'an sebelum belajar, penggunaan salam Islami dalam berinteraksi harian, serta sikap disiplin, jujur, dan santun yang terus di bina. Kegiatan seperti kajian rutin, peringatan hari besar Islam dan program tahfidz juga menjadi bagian dari pembentukan karakter Islam siswa. Selanjutnya

kita memperkuat branding sekolah, karena kita ingin persepsi masyarakat bahwa sekolah Al Azhar itu adalah sekolah yang Islami. Ketika adab yang bagus maka mereka di luar sekolah yang akan membawa nama baik sekolah.⁴⁴

Kutipan tersebut menegaskan bahwa SMP Islam Al Azhar secara konsisten menanamkan budaya Islami dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan sekolah. Penanaman nilai-nilai keislaman tidak hanya dilakukan melalui kegiatan pembelajaran formal, tetapi juga melalui berbagai program pembiasaan yang terintegrasi dengan aktivitas harian siswa. Beberapa di antaranya adalah pembiasaan shalat berjamaah, tadarus Al-Qur'an sebelum memulai pelajaran, serta penggunaan salam Islami dalam interaksi sehari-hari antara siswa, guru, dan seluruh warga sekolah. Upaya penanaman nilai ini juga selaras dengan strategi sekolah dalam membangun citra atau branding lembaga pendidikan. Sekolah berkomitmen untuk memperkuat persepsi masyarakat bahwa Al Azhar merupakan sekolah yang Islami, tidak hanya dari segi kurikulum tetapi juga dalam perilaku nyata para siswa. Seperti yang diungkapkan Guru SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang sebagai berikut:

Budaya Islami yang diterapkan melalui kegiatan rutin seperti sholat berjamaah, pembiasaan adab sehari-

⁴⁴ Hasil Wawancara dengan Waka Sekolah SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

hari, dan program pembinaan akhlak telah menjadi ciri khas yang membedakan sekolah ini dari lembaga pendidikan lainnya. Sebagai guru saya mengetahui bahwa budaya ini tidak hanya menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan penuh nilai spiritual, tetapi juga menjadi daya tarik bagi orang tua yang menginginkan pendidikan yang seimbang antara ilmu pengetahuan dan nilai-nilai keislaman. Dengan konsistensi dan keteladanan, para guru turut berperan aktif dalam menanamkan budaya ini sebagai bagian dari identitas dan kekuatan branding sekolah.⁴⁵

Kutipan tersebut menegaskan bahwa SMP Islam Al Azhar 29 Kegiatan seperti sholat berjamaah, pembiasaan adab sehari-hari, dan pembinaan akhlak yang dilakukan secara rutin di sekolah tidak hanya menciptakan suasana belajar yang nyaman dan penuh nilai-nilai keagamaan, tetapi juga menjadi alasan penting bagi orang tua untuk menyekolahkan anaknya di tempat yang mengajarkan ilmu sekaligus nilai-nilai Islam. Pelaksanaan budaya Islami yang konsisten serta peran guru yang aktif dan menjadi teladan sangat berpengaruh dalam menjadikan budaya ini sebagai bagian dari jati diri sekolah dan strategi untuk memperkuat citra sekolah. Branding tersebut menjadi cara untuk membangun reputasi positif sekolah di mata masyarakat dan menegaskan posisinya sebagai sekolah Islam yang dipercaya. Dengan memberikan

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Guru SMP Islam Al Azhar 28 BSB Semarang, 21 Februari 2025

contoh yang nyata dalam bersikap, guru berharap agar siswa dapat memahami nilai positif secara bertahap, sehingga terbentuk karakter yang kuat, berbudi pekerti luhur, serta memiliki integritas. Harapan dari proses ini adalah terbentuknya pribadi yang tidak hanya unggul dalam bidang akademik, tetapi juga mampu meraih kesuksesan dalam kehidupan dengan bekal akhlak yang baik. Seperti yang diungkapkan oleh Siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang kelas 9 sebagai berikut:

Penerapan budaya sekolah Islami berguna untuk memberikan pengalaman belajar yang berbeda dan bermakna, sekaligus menjadi ciri khas yang membanggakan dari sekolah kami. Melalui kegiatan seperti sholat berjamaah, membaca Al-Qur'an, pembiasaan salam, serta pembinaan akhlak dalam keseharian, siswa merasakan suasana sekolah yang nyaman, tertib, dan penuh nilai-nilai kebaikan. Kami sebagai siswa menganggap budaya Islami ini bukan hanya aturan, tetapi menjadi bagian dari gaya hidup yang membentuk kepribadian dan kedisiplinan kami. Kami juga menyadari bahwa budaya ini menjadikan sekolah mereka dikenal sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan Islami, sehingga mereka merasa bangga menjadi bagian dari identitas tersebut dan ikut berperan dalam menjaga nama baik sekolah di mata masyarakat.⁴⁶

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

Kutipan tersebut menegaskan di lingkungan SMP Islam Al Azhar siswa merasakan bahwa penerapan budaya Islami di sekolah memberikan pengalaman belajar yang berbeda dan berkesan, serta menciptakan lingkungan yang aman, tertib, dan dipenuhi dengan nilai-nilai kebaikan. Kegiatan seperti sholat berjamaah, membaca Al-Qur'an, dan pembiasaan berperilaku baik tidak hanya dilihat sebagai kewajiban, tetapi telah menjadi kebiasaan sehari-hari yang membentuk kepribadian dan kedisiplinan mereka. Mereka juga memahami bahwa budaya Islami ini memberikan identitas kuat dan citra positif bagi sekolah, sehingga sekolah dikenal sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya unggul dalam bidang akademik, tetapi juga dalam hal pembinaan spiritual. Karena itu, para siswa merasa bangga menjadi bagian dari sekolah tersebut dan merasa memiliki tanggung jawab untuk menjaga nama baiknya di tengah masyarakat. Singkatnya, budaya Islami tidak hanya membentuk karakter pribadi, tetapi juga menumbuhkan rasa kebersamaan dan kebanggaan terhadap sekolah. Selanjutnya juga diungkapkan Orang Tua Siswa selaku wali murid siswa kelas 9 yaitu sebagai berikut:

Sebagai orang tua, saya memandang peran sekolah Islami sangat penting dalam mengembangkan nilai-nilai agama pada anak saya. Kebetulan saya menyekolahkan di Al Azhar ini ada 4 yang satu di SMA dulu juga alumni SMP Islam Al Azhar juga, dan

anak yang kedua di SMPI Al Azhar, yang ketiga di SD Al Azhar, dan yang terakhir paling kecil di TK Al Azhar. Jadi mengapa memilih sekolah ini karena sebagai sekolah ini berlandaskan Islam. Mengenai peran sekolah memang sangat penting karena tidak hanya mengajarkan ilmu pengetahuan umum, tetapi juga menanamkan akhlak, adab, dan kebiasaan ibadah yang sesuai dengan ajaran Islam. Saya merasa terbantu karena anak saya dibimbing untuk shalat tepat waktu, membaca Al Qur'an serta belajar menjadi pribadi yang jujur, disiplin dan bertanggungjawab. Lingkungan sekolah yang Islami juga memberikan peran positif dalam pembentukan karakter anak, sehingga pendidikan agama yang kita tanamkan di rumah bisa diperkuat di sekolah.⁴⁷

Kutipan diatas menegaskan bahwa SMP Islam Al Azhar adalah sekolah yang berbasis Islam memiliki peran yang strategis dalam memperkuat pendidikan agama dan karakter anak. Sekolah Islam tidak hanya berperan dalam pengajaran ilmu pengetahuan umum, tetapi juga memiliki tanggung jawab dalam pembentukan akhlak, penanaman adab, dan pembiasaan ibadah sehari-hari seperti shalat yang tepat waktu dan membaca Al Qur'an. Dalam wawancara tersebut, orang tua menyampaikan rasa yang sangat terbantu karena sekolah mampu membimbing anak untuk menjadi pribadi yang jujur, disiplin, dan bertanggungjawab. Dengan nilai yang sejalan dengan ajaran Islam dan juga harapan keluarga. Karena nilai

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Orang Tua Siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 4 Maret 2025

keagamaan yang diajarkan di rumah dapat diperkuat melalui kegiatan, kebiasaan, dan keteladanan yang ditanamkan di sekolah. Dengan demikian menjadi sinergi antara pendidikan di rumah dan di sekolah, hal tersebut menjadi sebuah kunci keberhasilan dalam membentuk generasi yang religius dan berkarakter.

Penerapan budaya ini tercermin melalui berbagai kebiasaan yang terintegrasi dalam kegiatan harian siswa dan seluruh warga sekolah. Budaya tersebut diperkuat melalui program-program unggulan seperti kajian keislaman, peringatan hari besar Islam, tahfidz Al Qur'an, dan pembinaan adab Islami dalam interaksi sehari-hari. Keteladanan guru dan tenaga pendidik juga menjadi kunci utama dalam membentuk suasana religius yang mendukung karakter Islami siswa.

Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk membina karakter siswa, tetapi juga untuk memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, baik dari sisi akademik maupun spiritual. Melalui konsistensi dalam menerapkan budaya Islami, SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang membangun persepsi publik bahwa sekolah ini merupakan tempat yang ideal untuk membentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga

berakhlak mulia dan berjiwa religius sesuai dengan visi dan misi sekolah.

b. SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang menerapkan Strategi Branding berbasis budaya Islami

Ditengah persaingan dalam dunia pendidikan strategi branding menjadi elemen penting bagi sekolah dalam membentuk citra, menarik minat masyarakat, serta membedakan diri dari lembaga pendidikan lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan kepala sekolah SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang terkait dengan alasan SMP Islam Al Azhar 29 BSB menerapkan budaya Islami sebagai Strategi branding kelembagaan yang dijelaskan oleh kepala sekolah yaitu sebagai berikut:

Tentu saja sekolah lain mempunyai strategi sendiri, maka SMPI Al Azhar mempunyai strategi sendiri. Selanjutnya strategi yang paling menonjol adalah antara teori dan pelaksanaan itu pasti akan sama, tetapi yang perlu diketahui adalah penjangkaran mutu pendidikan, proses pembelajaran, penjaminan mutu dalam keagamaan dan dalam prestasi. Itu semua adalah strategi yang membuat Al Azhar informasinya meluas dan dapat dicari dalam media apapun. Dalam proses penjaminan mutu biasanya Al Azhar diawasi oleh Yayasan, dari Dinas, pengawas pusat dari Jakarta dan pengawas dari YPI Pusat dari Semarang. Selanjutnya SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang menerapkan strategi branding berbasis budaya Islami sebagai upaya untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang tidak hanya focus pada pencapaian akademik tetapi juga pada pembentukan karakter dan

spiritualitas siswa. Strategi ini sejalan dengan visi sekolah yaitu untuk mewujudkan cendekiawan muslim yang religus, cerdas, berprestasi berdaya saing global dan berbudaya lingkungan. Adanya implementasi budaya Islami mencakup berbagai aspek, seperti penanaman adab Islami secara terstruktur dan intensif, pembiasaan ibadah seperti shalat dhuha, shalat berjamaah, tadarus, tahsin, tahfidz serta pengembangan karakter siswa melalui program unggulan kelas tahfidz dan ekstrakurikuler yang mendukung. Strategi branding ini tidak hanya membangun reputasi positif sekolah tetapi juga memenuhi harapan orang tua dan masyarakat akan pendidikan yang seimbang antara ilmu pengetahuan dan pembentukan karakter Islami.⁴⁸

Kutipan tersebut menegaskan bahwa di SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang memiliki strategi branding yang khas dan berbeda dari sekolah lain, dengan mengedepankan keseimbangan antara kualitas akademik dan pembentukan karakter Islami. Narasumber menekankan bahwa strategi yang diterapkan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga diimplementasikan secara nyata dan konsisten. Fokus utama dari strategi ini adalah penjaminan mutu pendidikan, baik dari segi akademik maupun keagamaan, yang dilakukan secara ketat melalui pengawasan internal dari yayasan serta pengawasan eksternal dari pihak dinas pendidikan dan pusat. Selanjutnya, branding berbasis budaya Islami diterapkan

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan Kepala Sekolah SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 4 Maret 2025

sebagai upaya menciptakan lingkungan pendidikan yang mendukung perkembangan siswa, di mana siswa tidak hanya dituntut cerdas secara intelektual, tetapi juga memiliki spiritualitas dan akhlak yang baik. Hal ini diwujudkan melalui berbagai kegiatan keagamaan dan pembinaan karakter, seperti sholat dhuha, sholat berjamaah, tadarus, tahfidz, serta kelas-kelas unggulan yang menunjang pembentukan pribadi Islami. Pendekatan ini juga sejalan dengan visi sekolah untuk mencetak generasi muslim yang religius, cerdas, dan berdayasaing global. Akhirnya, strategi ini bukan hanya membangun citra positif sekolah, tetapi juga menjawab ekspektasi orang tua dan masyarakat yang menginginkan pendidikan yang menyatu antara ilmu dunia dan nilai-nilai Islam. Seperti yang diungkapkan Waka SMP Islam Al Azhar 29 BSB sebagai berikut:

Strategi branding berbasis budaya Islami yang diterapkan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang karena budaya Islami merupakan identitas utama dan kekuatan karakteristik sekolah. Dengan menonjolkan nilai Islam seperti kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab dan adab dalam setiap aktifitas sekolah. Strategi ini juga bertujuan menjawab kebutuhan masyarakat akan sekolah yang mampu membentuk generasi yang cerdas sekaligus berakhlak. Branding yang berbasis budaya Islami menjadikan sekolah lebih dikenal sebagai lembaga yang konsisten mengintegrasikan nilai agama dalam proses pembelajaran, kegiatan sehari-hari, dan hubungan sosial baik di lingkungan internal maupun eksternal.

Contohnya adalah ketika di pembelajaran matematika maka selalu dan kalau bisa di kaitkan dengan ayat Al Qur'an, sunnah dan hadist. Dalam menerapkan branding berbasis nilai Islam seperti kejujuran, disiplin, tanggungjawab, dan kepedulian sosial, sekolah tidak hanya dikenal sebagai lembaga akademik, tetapi juga sebagai institusi pembinaan moral dan spiritual. Strategi ini juga menjawab kebutuhan orang tua dan masyarakat yang menginginkan pendidikan yang tidak hanya unggul secara intelektual, tetapi juga membentuk akhlak dan adab anak.⁴⁹

Kutipan tersebut menegaskan bahwa langkah ini merupakan bentuk strategi yang dirancang untuk memperkuat jati diri dan karakter khas SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang sebagai institusi pendidikan Islam. Budaya Islami tidak hanya dijadikan simbol identitas, melainkan menjadi landasan utama dalam seluruh aktivitas dan sistem sekolah, serta ditanamkan secara nyata kepada seluruh warga sekolah sebagai nilai kehidupan sehari-hari. Strategi branding ini diwujudkan melalui penekanan pada nilai-nilai keislaman seperti kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, dan adab yang diterapkan secara konsisten dalam kegiatan harian. Tujuannya tidak hanya membentuk citra positif sekolah di mata publik, tetapi juga membangun karakter peserta didik yang berakhlak mulia serta memiliki kecerdasan spiritual,

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Waka Sekolah SMP Islam AL Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

sosial, dan intelektual. Implementasi budaya Islami di sekolah tidak terbatas pada kegiatan ibadah atau peringatan hari besar Islam, tetapi juga diintegrasikan ke dalam pembelajaran, termasuk mata pelajaran umum seperti Matematika, yang dikaitkan dengan ayat Al-Qur'an, hadist, dan nilai-nilai Islam sebagai bentuk sinergi antara ilmu pengetahuan dan penguatan spiritual. Strategi ini memperkuat posisi sekolah sebagai lembaga yang tidak hanya mengejar prestasi akademik, tetapi juga memiliki peran penting dalam pembinaan akhlak dan spiritualitas siswa secara menyeluruh. Pendekatan ini sekaligus menjawab kebutuhan masyarakat dan orang tua yang menginginkan pendidikan yang seimbang antara penanaman ilmu dan pembentukan karakter Islami. Melalui penerapan strategi branding berbasis nilai-nilai Islam, SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang dikenal bukan hanya sebagai sekolah Islam secara administratif, melainkan juga sebagai institusi yang konsisten menerapkan ajaran Islam dalam praktik nyata sehari-hari. Branding ini menjadi sarana penting untuk membangun kepercayaan masyarakat, memperluas pengaruh positif sekolah, dan mencetak generasi yang tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga berakhlak, santun, dan berintegritas. Selanjutnya di perkuat dan diungkapkan oleh guru SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang sebagai berikut:

Budaya Islami menjadi dasar utama dalam seluruh aktivitas dan sistem yang berlaku di sekolah. Penerapannya terlihat dari penanaman nilai-nilai seperti kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, adab, serta sopan santun, yang secara konsisten dibiasakan kepada siswa, baik melalui proses pembelajaran maupun dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan sekolah. Saya menerapkan nilai kejujuran dalam kehidupan sehari-hari. Artinya, saya mengajarkan anak-anak untuk mengakui kesalahan mereka, berkata jujur, dan bertindak jujur. Saya juga mengajarkan mereka untuk tidak mengambil hak orang lain, tidak mencuri dan bertanggungjawab atas tindakan mereka. Dalam konteks di sekolah, saya juga mengajarkan anak-anak untuk mengerjakan tugas tepat waktu, berangkat tidak terlambat dan mengerjakan tugas dengan bersungguh-sungguh. Saya juga mengajarkan mereka untuk tidak menyalahkan orang lain atas kesalahan mereka sendiri dan harus menjaga kepercayaan yang diberikan oleh orang lain. Selain itu, saya juga mengajarkan anak-anak tentang pentingnya sopan santun. Sopan santun adalah kemampuan untuk menghormati orang lain, terutama kepada yang lebih tua, menyayangi sesama, dan menghargai orang lain. Saya percaya bahwa sopan santun adalah kunci untuk membangun hubungan yang baik dengan orang lain dan mencapai kesuksesan dalam kehidupan. Dengan mengintegrasikan budaya Islami secara menyeluruh, sekolah tidak hanya menciptakan citra sebagai lembaga pendidikan yang berprestasi secara akademik, tetapi juga dikenal sebagai institusi yang secara konsisten membina moral dan spiritual peserta didik. Pendekatan ini juga menjadi jawaban atas harapan masyarakat dan orang tua terhadap pendidikan yang mampu mengharmoniskan antara

penguasaan ilmu pengetahuan dan penguatan karakter Islami.⁵⁰

Kutipan tersebut menegaskan bahwa budaya Islami menjadi struktur dasar yang berperan aktif dalam seluruh aktivitas pendidikan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang. Budaya ini biasanya diwujudkan dengan pembiasaan nilai-nilai seperti kejujuran, kedisiplinan, tanggungjawab, adab, dan sopan santun yang telah diterapkan secara konsisten dalam proses belajar mengajar maupun dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, guru juga berperan aktif dalam menanamkan nilai tersebut kepada siswa, seperti mengajarkan kejujuran dengan mendorong siswa untuk mengetahui kesalahan dan bertanggungjawab atas tindakan mereka. Dengan adanya hal tersebut, sekolah tidak hanya diakui karena keberhasilan akademiknya, tetapi juga karena dedikasinya dalam membina karakter siswa. Strategi ini menjadi jawaban atas harapan masyarakat terhadap pendidikan yang mampu menyeimbangkan antara penguasaan ilmu dan pembentukan akhlak berdasarkan nilai Islam. Seperti yang diungkapkan oleh siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang kelas 9 At Taubah yaitu sebagai berikut:

Sebagai siswa menyadari bahwa budaya Islami di sekolah menjadi pedoman dalam bersikap dan

⁵⁰ Hasil Wawancara oleh Guru SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

berperilaku dan bersikap sehari-hari, seperti SMPI Al Azhar ini sangat menekankan pentingnya adab dan akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Siswa disini diajarkan untuk bersikap sopan, menghormati guru dan sesama serta menjunjung tinggi nilai kejujuran dan tanggungjawab. Dan Islam itu mengedepankan adab dan akhlak karena 2 hal tersebut sangat penting dari semuanya, tentunya harus bisa memahami dan beradaptasi yang baik dalam pergaulan sehari-hari. Lingkungan sekolah yang kental dengan nuansa Islami memberikan arahan yang jelas bagi siswa dalam membiasakan diri menjalankan ibadah seperti sholat dhuha, sholat berjamaah, dan membaca Al-Qur'an sebagai bagian dari rutinitas harian. Kondisi ini menumbuhkan rasa bangga dalam diri siswa karena berada di sekolah yang tidak hanya menyampaikan pengetahuan akademik, tetapi juga menanamkan nilai-nilai keislaman secara mendalam. Menurut saya, strategi branding yang berlandaskan budaya Islami ini menjadi ciri khas yang membedakan sekolah mereka dari institusi pendidikan lainnya, sekaligus membekali mereka dengan fondasi moral dan spiritual yang kuat untuk menghadapi berbagai tantangan hidup.⁵¹

Kutipan tersebut menegaskan bahwa kesadaran siswa mengenai budaya Islami di sekolah yang menjadi pedoman penting dalam bersikap dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Di SMPI AL Azhar 29 BSB Semarang menerapkan penilaian seperti adab, akhlak, kejujuran, tanggungjawab, serta sikap saling menghormati sangat

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

ditekankan kepada siswa. Hal ini mencerminkan bahwa pendidikan disekolah ini tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter Islami yang kuat, sesuai dengan ajaran Islam yang mengutamakan akhlak dan adab. Selain itu, lingkungan sekolah yang religius yang membentuk kebiasaan ibadah siswa, seperti sholat dhuha, sholat berjamaah, dan membaca Al Qur'an. Kegiatan tersebut sudah menjadi rutinitas harian yang terarah. Hal ini membuat siswa merasa bangga menjadi bagian dari sekolah yang memperhatikan aspek spiritual dan moral secara menyeluruh. Siswa juga menyampaikan bahwa strategi branding berbasis budaya Islami yang diterapkan sekolah akan memberikan identitas yang khas dan berbeda dari sekolah lain. Strategi ini sekaligus menjadi bekal penting bagi siswa dalam menghadapi tantangan kehidupan, karena mereka akan merasa terbekali dengan nilai moral dan spiritual yang kuat. Selanjutnya seperti yang diungkapkan oleh orang tua SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang wali murid kelas 9 sebagai berikut:

Menurut saya, pendidikan agama terutama di sekolah adalah pendidikan agama Islam. Melalui pendidikan agama, maka anak akan belajar membedakan mana yang salah dan mana yang benar sesuai dengan ajaran Islam. Karakter anak itu sendiri berasal dari pola pikir yang diajarkan antara di rumah dan di sekolah. Anak akan belajar tentang tanggungjawab, kejujuran, kesabaran, serta pentingnya ibadah dalam kehidupan

sehari-hari, apalagi di Al Azhar ini sudah menjadi sekolah yang berada dalam satu kawasan yaitu ada TK, SD, SMP, dan SMA maka akan saling bersinergi, seperti budaya senyum, salam, sapa maka pendidikan ini akan menjadi bekal seterusnya. Sedangkan karakter Islami yang akan kita cari maka sebisa mungkin kita diik di rumah dan mencari lingkungan sekolah yang mendidik karakter budaya Islami. Karena sekolah ini dianggap mampu menanamkan nilai-nilai keislaman yang kuat pada anak-anak, tidak hanya dalam aspek akademik tetapi juga dalam pembentukan karakter, adab, dan kebiasaan ibadah. Ibu merasa bahwa lingkungan sekolah yang bernuansa Islami sangat mendukung pendidikan agama yang ditanamkan di rumah, sehingga menjadikan anak lebih disiplin, jujur, bertanggung jawab, dan memiliki akhlak mulia. Selain itu, pemilihan sekolah ini didasarkan pada keyakinan bahwa Al Azhar berkomitmen terhadap pendidikan yang seimbang, yaitu antara penguasaan ilmu pengetahuan dan pembinaan moral-spiritual, sehingga menjadi tempat yang ideal untuk membentuk generasi muslim yang unggul dan berkarakter. Strategi branding berbasis budaya Islami ini juga dianggap memberi identitas yang jelas dan membedakan sekolah dari institusi pendidikan lainnya. Sesuai dengan fasilitas yang tersedia, biaya masuk di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang memang tergolong tinggi. Namun, hal ini sebanding dengan berbagai sarana dan prasarana modern yang disediakan sekolah untuk mendukung proses belajar mengajar yang optimal. Fasilitas yang lengkap seperti ruang kelas ber-AC, laboratorium, perpustakaan digital, tempat ibadah yang representatif, serta program-program pembinaan karakter dan keislaman yang terstruktur menjadi nilai tambah yang tidak

hanya menunjang pencapaian akademik, tetapi juga pembentukan pribadi siswa secara menyeluruh. Dengan demikian, biaya yang dikeluarkan dinilai sebagai bentuk investasi jangka panjang bagi masa depan anak, baik dari segi ilmu pengetahuan, karakter, maupun spiritualitas.⁵²

Kutipan tersebut menegaskan bahwa pendidikan agama, khususnya Islam, sangat penting dalam membentuk karakter anak. Ia menilai bahwa karakter terbentuk dari sinergi antara pendidikan di rumah dan di sekolah. Di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, anak tidak hanya diajarkan ilmu pengetahuan, tetapi juga nilai-nilai moral seperti kejujuran, tanggung jawab, dan pentingnya ibadah. Sekolah ini dipilih karena memberikan pendidikan yang seimbang antara aspek akademik dan spiritual serta memiliki lingkungan Islami yang kuat, mendukung kebiasaan positif seperti senyum, salam, dan sapa. Strategi branding berbasis budaya Islami juga dinilai memberikan identitas yang membedakan Al Azhar dari sekolah lain. Meskipun biaya masuknya cukup tinggi, orang tua merasa hal tersebut sebanding dengan fasilitas modern dan lengkap yang menunjang pembelajaran dan pembinaan karakter siswa. Dengan kata lain, biaya tersebut dianggap sebagai investasi

⁵² Hasil Wawancara dengan Orang Tua Siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 4 Maret 2025

jangka panjang demi masa depan anak yang unggul secara intelektual, berakhlak mulia, dan kuat secara spiritual.

Berdasarkan hasil penelitian diatas ditemukan alasan SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang menerapkan strategi branding yang berbasis budaya Islami adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan salah satu cara untuk sekolah kepada masyarakat adalah melalui sebuah brand atau ikon. Maka SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang menggunakan slogan *Smart School* dengan menonjolkan program unggulan seperti tahfidz, penguatan adab Islami, serta penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Adanya pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia, cerdas dan berdaya saing global.
- 2) SMPI Al Azhar 29 BS Semarang berupaya membedakan diri dengan sekolah lain melalui berbagai program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler dan metode pembelajaran yang sangat inovatif. Beberapa program unggulan yang ditawarkan antara lain pembinaan adab Islami, Tahfidz, Tahsin Al Qur'an. Selain itu, sekolah juga menyediakan beragam kegiatan ekstrakurikuler serta menerapkan model pembelajaran *blended learning* yang sesuai dengan perkembangan era digital saat ini.
- 3) SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang memiliki tujuan menghasilkan lulusan yang berkualitas dan bermanfaat

bagi masyarakat. Melalui berbagai kegiatan yang dilaksanakan, diharapkan siswa dapat membentuk pribadi yang memiliki karakter religius dan nilai keislaman yang kuat.

- 4) Agar dapat memberikan kepuasan kepada orang tua siswa, SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang menyelenggarakan kegiatan yang mendukung perkembangan siswa. Maka dengan adanya kegiatan tersebut sekolah dapat menunjukkan tanggungjawab dalam menjawab harapan dan kepercayaan yang diberikan oleh orang tua.
- 5) Diferensiasi di pasar pendidikan yaitu dengan menonjolkan keunikan khusus yang dimiliki oleh SMPI Al Azhar karena memakai nama yang besar yaitu jaringan Al Azhar. Di tengah persaingan antar sekolah, budaya Islami ini lah yang menjadi keunikan untuk membedakan SMPI Al Azhar dan menjadi daya tarik tersendiri bagi calon siswa dan orang tua. Dengan adanya diferensiasi ini sekolah juga menonjolkan kegiatan keagamaan keseharian seperti shalat berjamaah, tahfidz dan kajian Islam. Di SMPI Al Azhar mempunyai guru yang berkompeten secara akademik dan religius. Adanya hal tersebut akan menciptakan keunggulan bersaing terutama di dunia pendidikan.

SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang menerapkan strategi branding berbasis budaya Islami karena ingin membangun citra sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga menekankan pentingnya pembentukan karakter dan spiritualitas siswa. Strategi ini sejalan dengan visi sekolah untuk melahirkan generasi cendekiawan muslim yang religius, cerdas, berprestasi, dan berdaya saing global. Budaya Islami diterapkan secara menyeluruh melalui pembiasaan ibadah harian seperti shalat dhuha, shalat berjamaah, tadarus, serta pembelajaran adab dan akhlak dalam interaksi sehari-hari. Hal ini menciptakan lingkungan pendidikan yang kondusif untuk membentuk kepribadian siswa yang jujur, disiplin, bertanggung jawab, serta memiliki nilai-nilai moral dan spiritual yang kuat. Selain itu, strategi ini merupakan bentuk respons terhadap harapan masyarakat dan orang tua yang menginginkan pendidikan seimbang antara aspek intelektual dan pembinaan karakter Islami. Dengan identitas yang kuat sebagai sekolah Islam modern, SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang berusaha memberikan nilai tambah melalui program-program unggulan seperti kelas tahfidz, kegiatan ekstrakurikuler berbasis nilai Islami, dan pengawasan mutu yang ketat dari berbagai lembaga terkait. Branding ini juga menjadi pembeda yang jelas dibandingkan sekolah lain,

sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap komitmen sekolah dalam mendidik siswa secara menyeluruh, baik dalam hal ilmu pengetahuan maupun penguatan spiritualitas.

c. Dampak Strategi Branding Budaya Islami terhadap peningkatan Jumlah Pendaftar di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang

Berdasarkan data dokumen arsip di SMP Islam Al Azhar mengenai peresmian gedung dan pemberian Nomor Sekolah KB-TK-SD Islam Al Azhar 29 dari Jakarta Pusat dilaksanakan pada tanggal 17 Juli 2006 dengan NO. SK Pengesahan Badan Hukum Menkumham: AHU-0000673.AH.01.05. Tahun 2020, yaitu di mulainya sekolah resmi yang bekerjasama dengan YPI Al Azhar pusat, dan kami mulai dibimbing, di bina dan diawasi oleh pusat. Dibawah naungan YPI Al Azhar bekerjasama dengan Yayasan Al Himsya(Yayasan Hajim Imam Syafi'i), SMP Islam Al Azhar tumbuh menjadi sekolah yang besar dan favorit di lingkup kota Semarang bahkan Nasional. Hal ini terbukti selama 8 tahun berdiri jumlah murid selalu meningkat tercatat di tahun pelajaran 2022/2023 sejumlah 238 murid dengan lulusan/murid yang diterima di sekolah lanjutan Favorit. Selain jumlah murid yang bertambah prestasi juga terus bertambah, bai prestasi sekolah, guru dan siswa. Hal ini

berkat dengan usaha, doa dan kerja keras seluruh warga sekolah yang didukung oleh yayasan dan orang tua murid yang senantiasa *mensupport* kegiatan sekolah. Pada tahun pelajaran 2022/2023, total jumlah dari seluruh unit pendidikan dibawah naungan Al Azhar Semarang adalah 1.462 siswa. Terutama di SMP Islam Al Azhar 29 memiliki 256 siswa.⁵³ Di saat peneliti melaksanakan observasi sudah terdapat sekitar 79 siswa baru yang mendaftar di SMPI Alm Azhar 29 BSB Semarang dalam buku animo yang tersedia. Mengenai adanya program unggulan Yayasan Al Himsya yaitu di bagi menjadi 5 sebagai berikut:

1) Pendidikan berbasis Islam

Al Azhar Semarang menawarkan pendidikan yang menggabungkan kurikulum nasional dengan pendidikan agama Islam. Para siswa dibekali dengan ilmu pengetahuan modern sekaligus pemahaman mendalam mengenai ajaran Islam, dengan membentuk karakter merka menjadi pribadi yang cerdas dan shaleh.

2) Pengembangan karakter dan akhlak

Pihak Yayasan Al Himsya memiliki misi untuk membentuk karakter siswa yang berakhlak mulia melalui program penguatan nilai Islami, seperti hafalan Al Qur'an, shalat berjamaah, dan kajian keagamaan.

⁵³ Hasil Dokumentasi Arsip SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang

Pendidikan karakter ini dipadukan dengan pendidikan akademik yang unggul, menciptakan keseimbangan antara kecerdasan intelektual dan spiritual.

3) Fasilitas modern dan lingkungan Islami

Yayasan Al Himsya selalu berupaya memberikan fasilitas yang terbaik bagi para siswa. Di Al Azhar Semarang, siswa belajar di lingkungan yang nyaman dengan fasilitas modern, seperti laboratorium sains, ruang multimedia, perpustakaan dan fasilitas olahraga, yang semuanya didukung dengan suasana Islami yang kental.

4) Ekstrakurikuler yang kaya dan variatif

Sebagai bentuk pengembangan minat dan bakat siswa, Al Azhar Semarang yang dibawah naungan Yayasan Al Himsya menawarkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler seperti olahraga, seni dan kegiatan sosial. Program ini dirancang untuk mendukung pengembangan potensi siswa di luar akademik.

5) Dukungan untuk pendidikan orang tua dan masyarakat

Yayasan Al Himsya juga berfokus pada pemberdayaan orang tua melalui program *parenting* dan *workshop* yang bertujuan untuk menciptakan sinergi antara pendidikan di sekolah dan di rumah. Hal ini berguna untuk memastikan bahwa pendidikan anak didukung penuh oleh lingkungan keluarga.

Program diatas menjadi pondasi yang kuat terkait dengan pendaftaran siswa baru. Dampak strategi branding ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pendaftar dalam beberapa tahun terakhir, termasuk minat yang datang dari luar wilayah sekitar sekolah. Selain itu, persepsi positif masyarakat terhadap citra sekolah yang Islami mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, terutama dari alumni dan orang tua siswa yang merasa puas. Promosi yang menonjolkan kegiatan Islami melalui media sosial, brosur, dan kegiatan open house juga memperkuat daya tarik sekolah di mata calon siswa dan orang tua.

Dengan demikian, branding berbasis budaya Islami bukan hanya menjadi bagian dari rutinitas pendidikan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan jumlah pendaftar dan membangun reputasi sekolah sebagai lembaga Islam yang unggul dan terpercaya. Berdasarkan data prestasi yang penulis ketahui ada 134 prestasi yang didapatkan oleh SMP Islam Al Azhar meliputi antara murid dan guru.⁵⁴ Peningkatan minat tersebut mencerminkan bahwa strategi branding tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga menunjukkan keseriusan sekolah dalam menyediakan pendidikan yang bermutu.

⁵⁴ Daftar Prestasi SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, Lampiran, hlm. 180

Berdasarkan data wawancara yang diperoleh melalui wawancara dengan kepala sekolah SMPI Islam Al Azhar 29 BSB Semarang terkait dengan dampak strategi branding budaya Islami terhadap pendaftar di SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang yang dijelaskan oleh kepala sekolah sebagai berikut:

di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang melakukan kegiatan yang secara konsisten kami terapkan, seperti kegiatan sholat berjamaah, pembiasaan perilaku santun, serta program hafalan Al-Qur'an, telah membentuk karakter khas yang membedakan sekolah kami dari lembaga pendidikan lainnya. Praktik ini menciptakan persepsi positif di tengah masyarakat, bahwa sekolah ini tidak hanya menekankan pencapaian akademik, tetapi juga berfokus pada pembinaan karakter siswa yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Citra inilah yang memperkuat kepercayaan orang tua dan menjadikan sekolah kami sebagai salah satu pilihan utama dalam dunia pendidikan. Setiap tahun, kami mencatat adanya peningkatan jumlah pendaftar, bahkan dari wilayah di luar kawasan BSB. Fakta ini menunjukkan bahwa strategi branding melalui penguatan budaya Islami bukan hanya berhasil menciptakan suasana belajar yang religius dan kondusif, tetapi juga meningkatkan daya tarik serta memperkuat reputasi sekolah. Pencapaian ini tentu tidak terlepas dari dedikasi seluruh warga sekolah dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam aktivitas sehari-hari siswa secara konsisten dan menyeluruh.⁵⁵

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Kepala Sekolah SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 4 Maret 2025

Kutipan diatas menegaskan bahwa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang sekolah membangun budaya Islami melalui kegiatan rutin seperti sholat berjamaah, pembiasaan perilaku sopan, dan program hafalan Al-Qur'an. Serangkaian kegiatan ini berhasil membentuk karakter yang menjadi ciri khas sekolah dan membedakannya dari sekolah-sekolah lain. Dampak penerapan budaya ini memberikan kesan positif di mata masyarakat, karena sekolah tidak hanya mengutamakan capaian akademik, tetapi juga menanamkan nilai-nilai keislaman serta pembinaan akhlak siswa. Inilah yang membuat kepercayaan orang tua semakin tinggi, sehingga sekolah menjadi pilihan utama bagi mereka. Terbukti, minat pendaftar terus meningkat setiap tahunnya, bahkan banyak yang berasal dari luar daerah BSB. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi branding berbasis budaya Islami tidak hanya menciptakan lingkungan belajar yang religius dan nyaman, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing dan membangun citra positif sekolah. Semua ini tidak lepas dari peran aktif seluruh warga sekolah dalam menanamkan nilai-nilai Islam secara konsisten dalam aktivitas sehari-hari siswa. Selanjutnya seperti yang diungkapkan oleh wakil kepala sekolah sebagai berikut:

Dengan adanya branding untuk budaya Islami ini sangat membantu dalam PMB (Penerimaan murid baru) yaitu ketika orang tua melihat informasi melalui

media sosial dan melihat siswa Al Azhar memiliki adab yang bagus, terlebih banyak lulusan dari SMP Islam Al Azhar mendapatkan sekolah yang bagus dan bermutu. Branding yang kita lakukan adalah mempublikasi hasil prestasi siswa yang mencerminkan antara keseimbangan akademik dan nilai spiritual. Sebagai hasilnya dalam beberapa tahun terakhir sekolah mencatat tren peningkatan jumlah pendaftar secara konsisten, bahkan banyak berasal dari luar wilayah sekolah. Ini menunjukkan bahwa budaya Islami sudah diintegrasikan secara menyeluruh dan tidak hanya membentuk identitas sekolah, tetapi juga menjadi daya tarik yang kuat bagi calon orang tua dan siswa.⁵⁶

Kutipan diatas menegaskan bahwa strategi branding yang diterapkan oleh SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, dengan menonjolkan budaya Islami sebagai nilai utama, terbukti sangat efektif dalam meningkatkan keberhasilan proses Penerimaan Murid Baru (PMB). Sekolah secara aktif menggunakan berbagai platform media sosial untuk membangun citra positif institusi, salah satunya dengan menampilkan perilaku siswa yang beradab, sopan, dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam. Selain itu, sekolah juga secara rutin mempublikasikan berbagai prestasi siswa yang baik dalam bidang akademik, seperti nilai ujian dan kompetisi ilmiah, maupun dalam bidang spiritual, seperti kegiatan

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Wakil Kepala Sekolah SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

keagamaan dan pengembangan karakter Islami. Strategi ini berperan besar dalam membentuk persepsi positif di kalangan orang tua calon siswa. Ketika mereka melihat bahwa siswa lulusan SMP Islam Al Azhar tidak hanya berprestasi tetapi juga memiliki akhlak yang baik serta mampu melanjutkan pendidikan ke sekolah-sekolah unggulan, kepercayaan mereka terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan sekolah pun meningkat secara signifikan. Lebih jauh, pendekatan branding berbasis budaya Islami ini mencerminkan bahwa nilai-nilai Islam telah terintegrasi secara menyeluruh ke dalam seluruh aspek sistem pendidikan sekolah. Integrasi ini tidak hanya memperkuat karakter siswa dan memperjelas identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam menarik minat pendaftar dari berbagai wilayah, termasuk dari luar kota atau daerah. Keberhasilan strategi ini tercermin dalam tren peningkatan jumlah pendaftar baru yang terus menunjukkan pertumbuhan secara konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Selanjutnya seperti yang diungkapkan oleh guru sebagai berikut:

Sebagai guru saya memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana untuk mendukung branding positif sekolah. Biasanya guru disini rutin membagikan kegiatan-kegiatan positif siswa, baik dalam pembelajaran maupun kegiatan ekstrakurikuler, melalui akun media sekolah atau pribadi. Misalnya,

saya mengunggah dokumentasi lomba, karya siswa, atau cuplikan pembelajaran menarik, dengan menyertakan narasi yang membangun citra sekolah sebagai tempat yang aktif, kreatif, dan berprestasi. Saya juga mendorong siswa untuk membuat konten digital yang positif, seperti vlog edukatif yang kemudian dibagikan secara luas. Selain itu sekolah atau tim IT memanfaatkan platform digital seperti Goggle Classroom, Youtube, untuk menyebarkan bahwa disekolah banyak kegiatan yang menanamkan nilai-nilai yang positif. Dengan adanya platform digital ini masyarakat luas dapat melihat bahwa sekolah kami adaptif, modern dan terus berkembang sesuai dengan zaman.⁵⁷

Kutipan diatas menegaskan bahwa mendukung strategi branding positif sekolah melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Guru-guru di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang secara aktif berkontribusi dalam membangun citra positif sekolah. Strategi branding yang berfokus pada budaya Islami oleh SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap meningkatnya jumlah pendaftar setiap tahunnya. Kepercayaan masyarakat terhadap sistem pendidikan yang menekankan nilai-nilai keislaman menjadikan sekolah ini semakin diminati oleh para orang tua. Peningkatan minat tersebut mencerminkan bahwa strategi branding tidak hanya

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Guru SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga menunjukkan keseriusan sekolah dalam menyediakan pendidikan yang bermutu. Dengan citra yang baik dan penerapan nilai-nilai Islami yang konsisten, SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu sekolah Islam favorit dan terpercaya di Semarang. Berikut adalah versi kalimat yang lebih jelas dan rinci. Strategi branding yang mengedepankan budaya Islami tidak hanya berperan dalam membentuk ciri khas dan identitas unik bagi sekolah, tetapi juga menjadi faktor penting yang mendorong minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka. Strategi ini berhasil menarik perhatian calon siswa dan orang tua, tidak hanya dari lingkungan sekitar sekolah, tetapi juga dari daerah-daerah lain. Sebagai hasil dari penerapan strategi tersebut, jumlah pendaftar baru di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang terus menunjukkan peningkatan secara konsisten setiap tahunnya. Selanjutnya diperkuat dan diungkapkan oleh siswa SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang kelas 9 At Taubah sebagai berikut:

Budaya Islami di sekolah sangat mempengaruhi semangat belajar dan keterlibatan saya dalam kegiatan sekolah. Dengan adanya kebiasaan shalat berjamaah, tadarus Al Qur'an dan pembiasaan adab Islami, saya merasa lebih tenang, disiplin dan termotivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Budaya Islami yang diterapkan sangat membantu untuk tidak hanya fokus pada prestasi akademik,

tetapi juga membentuk akhlak dan karakter yang kuat. Selain menambah semangat biasanya di sekolah akan memberikan nasihat sebelum pembelajaran dimulai dan akan diberikan tinjauan tentang Islami dulu, seperti pentingnya belajar, berdoa sebelum dan sesudah belajar, maka akan ada artinya secara baik dan positif. Selanjutnya sebagai seorang siswa, saya melihat bahwa strategi *branding* yang mengangkat budaya Islami di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang memiliki pengaruh besar dalam menarik perhatian calon peserta didik. Beragam aktivitas yang ditayangkan melalui media sosial, seperti proses belajar-mengajar, kegiatan keagamaan, dan pencapaian siswa, memperlihatkan bahwa sekolah ini tidak hanya menekankan aspek akademik, tetapi juga secara aktif membentuk kepribadian dan akhlak Islami para siswanya.⁵⁸

Kutipan diatas menegaskan bahwa adanya budaya Islami di SMP Islam Al Azhar memiliki dampak yang sangat positif terhadap semangat bglajar dan keterlibatan siswa dalam kegiatan sekolah. Kebiasaan yang diterapkan seperti sholat berjamaah, tadarus Al Qur'an serta pembiasaan adab Islami yang menjadikan siswa tetap merasa lebih tenang, disiplin, termotivasi untuk memperbaiki diri. Budaya Islami ini tidak hanya mendukung pencapaian akademik, tetapi juga membentuk karakter yang mulia. Sebagai siswa, penulis juga mengamati bahwa strategi branding sekolah menonjolkan

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 21 Februari 2025

budaya Islami melalui media sosial, dengan menampilkan aktivitas keagamaan, kegiatan pembelajaran yang menjadi peran besar dalam menarik calon peserta didik. Selanjutnya diperkuat dan diungkapkan oleh orang kelas 9 sebagai berikut:

Melalui media sosial, sekolah bisa berbagi informasi tentang prestasi siswa, kegiatan pembelajaran, acara khusus, dan berbagai program unggulan yang ada di sekolah. Selain itu, media sosial juga memungkinkan interaksi secara langsung antara sekolah dan masyarakat, yang dapat meningkatkan transparansi dan kepercayaan. Dengan konten seperti foto, video, dan testimony, media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun citra positif dan menarik perhatian orang tua serta calon siswa. Adanya citra positif yang dibentuk oleh sekolah maka menunjukkan bahwa SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang merupakan sekolah yang sudah mengikuti zaman, dengan memiliki kualitas pendidikan yang baik, dan tetap menjaga serta menerapkan nilai-nilai keagamaan dalam keseharian. Hal inilah yang membuat orang tua banyak yang berasal dari luar daerah merasa tertarik dan percaya untuk menyekolahkan anaknya di SMPI AL Azhar 29 BSB Semarang. Strategi branding yang sudah dijalankan ini yang dilakukan secara konsisten akan menjadi salah satu alasan mengapa jumlah pendaftar baru terus meningkat dari tahun ke tahun.⁵⁹

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Orang tua Siswa SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, 4 Maret 2025

Kutipan diatas menegaskan bahwa penggunaan media sosial membeikan peluang bagi sekolah untuk menyampaikan berbagai informasi secara terbuka, seperti pencapaian siswa, proses belajar mengajar, kegiatan khusus, serta program unggulan. Selain bergungsi sebagai saluran informasi, media sosial juga menciptakan ruang interaksi secara langsung antara sekolah dan masyarakat, yang dapat memperkuat kepercayaan public serta mendorong akuratnya infromasi. Melalui penyajian konten visual seperti video, foto dan testimony. Maka sekolah dapat membentuk cita positif sebagai intitusi pendidikan yang modern, unggul dan tetap menjunjung tinggi nilai religius dalam kehidupan sehari-hari siswa. Citra positif ini memberikan kesan yang mendalam bagi para orang tua, khususnya yang berasalhdari luar daerah, sehingga mereka merasa yakin dan tertaik untuk mendaftarkan anaknya di SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang. Secara keseluruhan para prang tua akan menilai bahwa strategi branding yang dilakukan secra konsisten ini merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatnya jumlah calon siswa baru di setiap tahunnya.

Wawancara diatas dikuatkan dan dibuktikan bahwa dari tahun ke tahun, SMP Islam Al Azhar mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam jumlah calon siswa baru. Kecenderungan ini menunjukkan besarnya minat

masyarakat terhadap institusi pendidikan yang tidak hanya fokus pada prestasi akademik, tetapi juga mengedepankan penanaman karakter dan nilai-nilai keislaman. Beragam program unggulan seperti tahfidz Al-Qur'an, pembiasaan ibadah harian, serta pembinaan akhlak mulia menjadi faktor utama yang menguatkan reputasi sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang berkualitas dan dipercaya oleh masyarakat. Berikut data yang peneliti peroleh mengenai peningkatan pendaftar siswa baru di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang:

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Pendaftar Kelas 7
1.	2022/2023	88
2.	2023/2024	97
3.	2024/2025	112

Tabel 1 Tabel Peningkatan Siswa Baru Pertahun

Dengan adanya strategi branding budaya islami yang diterapkan di SMPI Al Azhar terbukti berkontribusi terhadap meningkatnya minat pendaftar dari tahun ke tahun. Dengan mengintegrasikan nilai Islam dalam proses pembelajaran dan kegiatan siswa sehari-hari, sekolah mampu menciptakan citra sebagai institusi pendidikan yang tidak hanya unggul secara akademis, tetapi juga membentuk karakter religius. Citra ini semakin diperkuat dengan konten yang ada di media sosial yang menampilkan kegiatan keagamaan, kedisiplinan, serta

kebersamaan antar siswa, sehingga menarik perhatian para orang tua yang menginginkan pendidikan bernuansa Islami bagi anak mereka.

B. Pembahasan

Sub bab ini memuat mengapa temuan penelitian yang berhasil diungkap sebagaimana dipaparkan dalam sub bab temuan penelitian yang diuraikan secara ringkas sebagai berikut:

1. Strategi branding dalam bentuk penerapan budaya sekolah Islami melalui program tahfidz, takhsin, dan pembiasaan perilaku baik. Mengapa tiga jenis program tersebut dijadikan wujud budaya sekolah Islami? Karena strategi ini tidak hanya bertujuan untuk membina karakter siswa, tetapi juga memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang unggul. Menurut Deal and Peterson mengungkapkan bahwa budaya sekolah merupakan serangkaian nilai, keyakinan, serta norma yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan pendidikan, dan terimplementasi melalui berbagai bentuk seperti kebiasaan, simbol, tradisi serta interaksi keseharian.⁶⁰ Penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang adalah setiap pagi sebelum pembelajaran membaca doa atau ikrar,

⁶⁰ Deal, Terrence E., and Kent D. Peterson. *Shaping school culture*. John Wiley & Sons, 2016.

kemudian di sela waktu istirahat dan siang hari, warga sekolah melaksanakan shalat dhuha dan shalat dhuhur berjamaah secara rutin, berpakaian yang sopan, bersikap sopan santun kepada guru, tamu dan warga sekolah, menghafal Al Qur'an untuk program unggulan kelas tahfidz, membaca Al Qur'an untuk program kelas reguler, melaksanakan kegiatan shalat berjamaah dhuhur, shalat dhuha dan menjaga kebersihan lingkungan sekitar sekolah. Kegiatan ini diperkuat dengan pembiasaan menjaga kebersihan lingkungan sekolah sebagai bagian dari pendidikan karakter. Melalui pembiasaan yang berkelanjutan, sekolah menciptakan ekosistem yang mendukung terbentuknya budaya Islami yang kuat, membentuk siswa sebagai pribadi yang religius, disiplin, dan bertanggung jawab.

Keunikan budaya sekolah ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, khususnya para orang tua yang menginginkan pendidikan berbasis nilai-nilai Islam. Budaya sekolah Islami yang terintegrasi secara utuh dalam seluruh aktivitas sekolah menjadi pembeda yang jelas antara SMP Islam Al Azhar 29 dengan lembaga pendidikan lainnya. Kegiatan seperti menyapa dengan salam, bersikap ramah, serta menjaga kejujuran menjadi perwujudan nyata dari nilai-nilai akhlakul karimah, yang merupakan inti ajaran Islam. Lebih dari itu, budaya ini menumbuhkan kebiasaan yang melekat dalam diri siswa dan menciptakan suasana sekolah yang tertib, nyaman, dan bernilai

edukatif tinggi. Dengan demikian, branding sekolah tidak hanya dibentuk melalui citra visual atau promosi, tetapi melalui pengalaman autentik yang dirasakan oleh setiap warga sekolah. Jika program-program tersebut dilaksanakan secara konsisten dan terus ditingkatkan kualitasnya, maka budaya Islami yang dikembangkan di SMP Islam Al Azhar 29 akan semakin menguatkan posisi sekolah sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan terpercaya. Seperti yang ditegaskan oleh Deal dan Peterson, budaya sekolah menjadi cerminan nilai-nilai yang hidup dan berkembang dalam lingkungan pendidikan. Dalam konteks ini, strategi branding melalui budaya Islami tidak hanya menciptakan identitas kelembagaan yang berbeda, tetapi juga memberikan nilai tambah yang berkelanjutan. Sekolah bukan hanya menjadi tempat belajar, tetapi juga menjadi wadah pembentukan karakter dan spiritualitas siswa. Dengan cara ini, SMP Islam Al Azhar 29 mampu menjawab tantangan zaman dengan tetap menjaga akar nilai Islam yang kuat sebagai pondasi pembentukan generasi yang berintegritas.

Penerapan ini tidak hanya berfungsi sebagai upaya pembentukan untuk karakter siswa, tetapi juga diarahkan sebagai strategi untuk menciptakan identitas sekolah yang khas dan unggul. Dengan hal ini, budaya sekolah Islami menjadi identitas yang membedakan SMP Islam Al Azhar 29 dari sekolah lainnya, dan menjadi daya tarik tersendiri bagi orang tua

yang menginginkan lingkungan pendidikan yang bernuansa religius. Dalam konteks sekolah Islam, budaya tersebut tercermin melalui kegiatan keagamaan yang dilakukan secara terstruktur dan melekat dalam keseharian sekolah. Program tahfidz yang dijalankan mencerminkan penanaman nilai religius melalui pembiasaan hafalan Al Qur'an secara tartil dan indah, sebagai wujud ibadah. Sementara itu, pembiasaan sikap seperti menyapa dengan salam, bersikap ramah, dan menjaga kejujuran merupakan upaya pembentukan karakter mulia atau akhlakul karimah sebagai inti pendidikan Islam. Dengan ketiga program tersebut merupakan bagian dari simbol budaya yang sebagaimana dikemukakan oleh Deal dan Peterson. Jika ketiga program tersebut secara konsisten, budaya Islami yang berkembang di sekolah akan menjadi identitas yang kuat dan membedakan sekolah dari lembaga lain.

2. Ada tiga faktor pemicu pentingnya penerapan budaya sekolah Islami sebagai *branding strategy*: faktor sasaran pasar, tingkat keislaman orangtua calon siswa baru, dan persaingan antar sekolah. Strategi ini lahir sebagai respons terhadap sejumlah faktor yang mendorong pentingnya budaya Islami secara menyeluruh dalam kehidupan sekolah. Faktor pertama adalah sasaran pasar SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang menargetkan segmen masyarakat Muslim menengah keatas yang sangat memperhatikan keseimbangan antara pendidikan umum dan

pendidikan agama. Kelompok masyarakat ini mengharapkan sekolah yang mampu mencetak prestasi akademik tinggi, tetapi juga sekolah yang dapat membentuk karakter Islami dan pembiasaan ibadah yang kuat. Oleh karena itu budaya seperti shalat berjamaah, kegiatan tahfidz dan takhsin Al Qur'an serta pembiasaan akhlak seperti salam, senyum, dan sopan santun yang menjadi identitas yang sesuai dengan ekspektasi pasar. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler yang menyatakan bahwa lembaga pendidikan perlu menyesuaikan strategi pemasarannya dengan nilai yang dianut oleh sasaran pasar untuk menciptakan suatu produk atau layanan, termasuk dalam memilih sekolah.⁶¹ Faktor kedua adalah tingkat keislaman orang tua calon siswa baru yang sebagian besar memilih SMPI Al Azhar 29 berasal dari keluarga muslim yang memiliki perhatian besar terhadap pendidikan keislaman. Mereka mengharapkan sekolah mampu meneruskan pembinaan nilai agama yang telah dimulai di rumah. Tuntutan ini mendorong sekolah untuk menjadikan budaya sekolah Islami sebagai aspek yang menjadi pondasi utama dalam pengajaran dan pembinaan karakter. Faktor yang ketiga adalah tingginya tingkat persaingan antar sekolah, khususnya di wilayah perkotaan seperti Semarang, yang

⁶¹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Global Edition*, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556> *Marketing Management, Global Edition*, 2016.

memiliki banyak lembaga pendidikan Islam dengan berbagai keunggulan. Dalam situasi kompetitif ini, sekolah dituntut untuk memiliki keunikan yang membedakan dari sekolah lain. SMPI Al Azhar 29 menjawab tantangan ini dengan menguatkan identitas kelembagaan melalui penerapan budaya Islami yang khas dan terintegrasi dalam seluruh aspek kegiatan sekolah. Hal ini selaras dengan konsep diferensiasi menurut Michael Porter yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui penciptaan nilai unik yang sulit ditiru oleh pesaing.⁶² Maka secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut mendorong lembaga untuk menjadikan budaya Islami sebagai strategi utama dalam membangun citra sekolah yang kuat dan bernilai di mata masyarakat. Sekolah yang bertahan ditengah persaingan yang semakin banyak biasanya adalah sekolah yang dikelola dengan baik dan mempunyai kualitas yang bagus. Terlebih lagi jika sekolah itu dikenal baik oleh masyarakat, sehingga mendapatkan kepercayaan, dan namanya sudah dikenal luas. Secara keseluruhan, ketiga faktor yaitu segmen pasar, latar belakang keagamaan orang tua, dan tingkat kompetisi antar sekolah yang saling memperkuat urgensi budaya Islami sebagai elemen utama dalam strategi branding sekolah. Ketika budaya ini diterapkan secara konsisten, terstruktur, dan menyeluruh,

⁶² Kurt Ernst Weil, 'PORTER, Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance', *Revista de Administração de Empresas*, 25.2 (1985) <<https://doi.org/10.1590/s0034-75901985000200009>>.

maka sekolah tidak hanya sekadar memenuhi ekspektasi masyarakat, tetapi juga membentuk citra yang kuat dan positif di mata publik. Kepercayaan masyarakat pun akan tumbuh, terutama jika budaya yang diterapkan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut. Dalam jangka panjang, sekolah yang mampu menjaga kualitas serta membangun reputasi berbasis nilai religius yang kuat akan lebih mudah mempertahankan eksistensinya, bahkan di tengah kompetisi yang semakin ketat. Adapun manfaat branding bagi sekolah adalah sebagai berikut:⁶³

- a. Magnet institusi pendidikan
 - b. Alat proteksi dari para imitator
 - c. Memiliki segmen institusi pendidikan yang loyal
 - d. Membedakan produk dengan pesaing
 - e. Mengurangi perbandingan harga sehingga dapat dijual premium
 - f. Memudahkan penawaran produk baru
 - g. Bernilai finansial yang tinggi
 - h. Senjata dalam berkompetisi
3. Strategi budaya sekolah Islami ternyata efektif dalam mendongkrak animo calon siswa baru dengan bukti jumlah peminat selalu meningkat di setiap tahunnya. Budaya sekolah

⁶³ Mujib, Fathul, and Tutik Saptiningsih. *School branding: Strategi di era disruptif*. Bumi Aksara, 2021.

Islami yang diterapkan secara konsisten, seperti program tahfidz, takhsin, pembiasaan ibadah serta pembentukan karakter Islami akan menciptakan kesan yang positif dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kualitas lembaga, terutama bagi orang tua yang menginginkan pendidikan dengan integrasi antara prestasi akademik dan pembinaan karakter keislaman. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah pendaftar yang konsisten dari tahun ke tahun. Selama tiga tahun terakhir, jumlah pendaftar kelas 7 di SMP Islam Al Azhar 29 terus mengalami peningkatan. Pada tahun ajaran 2022/2023, tercatat sebanyak 88 calon siswa, kemudian meningkat menjadi 97 orang pada tahun ajaran 2023/2024, dan kembali naik menjadi 112 pendaftar di tahun ajaran 2024/2025. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa animo masyarakat terhadap SMP Islam Al Azhar 29 semakin tinggi, mencerminkan kepercayaan yang terus tumbuh terhadap kualitas pendidikan dan nilai-nilai keislaman yang ditanamkan oleh sekolah. Budaya Islami yang hidup akan menjadikan sekolah yang memiliki daya tarik yang kuat, sehingga mampu menciptakan loyalitas dan kepercayaan dari masyarakat. Konsep tersebut selaras dengan yang dikemukakan oleh Marc Gobe, yaitu strategi pencitraan yang membangun hubungan antara lembaga dan konsumen melalui

nilai, pengalaman dan kedekatan emosional.⁶⁴ Dalam konteks ini, budaya sekolah Islami menjadi sarana bagi sekolah untuk menyentuh aspek psikologis dan spiritual orang tua siswa, sehingga menciptakan keterikatan yang lebih kuat. Selain itu, Aaker juga menjelaskan bahwa persepsi positif terhadap nilai yang ditampilkan oleh suatu lembaga akan memperkuat posisi merek, sekaligus meningkatkan preferensi masyarakat, serta mendorong keputusan memilih sekolah tersebut.⁶⁵ Oleh karena itu, budaya sekolah Islami tidak hanya berfungsi sebagai penguat internal, namun juga sebagai strategi branding eksternal yang mampu meningkatkan daya saing dan menarik minat masyarakat secara berkelanjutan. Semakin kuat dan positif *brand image* yang sudah dibangun maka adanya keterkaitan antara upaya membangun citra sekolah yang berbasis nilai keislaman dengan bertambahnya minat masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka di SMPI Al Azhar 29 BSB Semarang, demikian dampak jumlah pendaftar meningkat karena citra sekolah yang Islami dan unggul telah dipercaya oleh

⁶⁴ Barbara A. Lafferty, 'Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People' 2001 Marc Gobé. Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People . New York, NY: Allworth Press 2001. Iii + 319 Pp., ISBN: ISBN: 1-58115-078-4 US \$24.95 ', *Journal of Product & Brand Management*, 10.7 (2001) <<https://doi.org/10.1108/jpbm.2001.10.7.466.1>>.

⁶⁵ Garrett J. Longwell, 'Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name : David A. Aaker, The Free Press, New York (1991)', *Journal of Business Research*, 29.3 (1994).

banyak orang. Banyak dari mereka secara aktif merekomendasikan sekolah ini kepada kerabat atau jaringan sosialnya, menciptakan efek pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Efektivitas budaya sekolah Islami sebagai strategi branding juga terlihat dari tingginya tingkat kepuasan orang tua terhadap lingkungan dan pendekatan pendidikan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang. Kepuasan ini bukan hanya berdasarkan hasil akademik yang dicapai siswa, tetapi juga karena sekolah dianggap mampu menciptakan suasana yang religius, aman, dan kondusif bagi pembentukan kepribadian anak. Ketika orang tua merasa bahwa nilai-nilai yang ditanamkan di rumah dilanjutkan secara utuh di sekolah, maka terbangun sinergi pendidikan yang kuat antara keluarga dan lembaga. Hal inilah yang menjadi dasar mengapa sekolah memperoleh kepercayaan jangka panjang dan loyalitas yang tinggi dari masyarakat. Lebih jauh, citra sekolah yang terbentuk dari penerapan budaya Islami turut menciptakan posisi yang stabil dalam persaingan dunia pendidikan. Dalam era keterbukaan informasi dan tingginya ekspektasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan, sekolah tidak cukup hanya unggul dari sisi akademik. Nilai-nilai spiritual dan moral menjadi aspek yang semakin dicari oleh orang tua yang menginginkan pendidikan yang berimbang. Oleh karena itu, branding berbasis budaya Islami menjadi aset penting dalam

membedakan sekolah dari kompetitor lainnya. Ketika nilai-nilai tersebut tertanam kuat dalam sistem sekolah dan memberikan pengalaman positif kepada siswa dan orang tua, maka persepsi masyarakat terhadap sekolah akan semakin kuat, reputasi meningkat, dan keberlanjutan institusi akan lebih terjamin.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada data dan analisis data. Data penelitian hanya mewawancarai 5 informan yakni kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru Bimbingan Konseling, siswa dan orang tua. Keterbatasan data berdampak pada analisis data, oleh karena itu diperlukan riset lanjutan yang melibatkan jumlah partisipan lebih banyak. Sehingga dapat dirumuskan generalisasi yang lebih komprehensif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian mengenai “Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang”, ditemukan bahwa penerapan nilai-nilai keislaman secara berkelanjutan melalui beragam program sekolah mampu membentuk karakter siswa yang berakhlak Islami serta membangun citra positif lembaga di mata publik. Hal ini turut berkontribusi pada meningkatnya kepercayaan masyarakat dan memperkuat posisi sekolah dalam persaingan dunia pendidikan. Demikian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Budaya sekolah Islami di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang diwujudkan melalui berbagai kegiatan seperti shalat berjamaah, program tahfidz dan tahsin, pembinaan akhlak, serta pengintegrasian nilai-nilai Islam dalam proses belajar mengajar. Praktik ini membentuk kepribadian siswa yang religius, memperkuat citra dan identitas sekolah, serta menjadi strategi branding yang khas. Keterlibatan aktif seluruh elemen sekolah menciptakan keseimbangan antara pencapaian akademik dan pembinaan spiritual.
2. Strategi branding yang mengedepankan budaya Islami di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang berdampak positif terhadap

meningkatnya kepercayaan masyarakat dan orang tua. Reputasi sekolah sebagai institusi pendidikan Islam yang berkualitas dibentuk melalui upaya terstruktur, seperti promosi melalui media digital, implementasi program-program unggulan, serta peran aktif guru dan orang tua dalam mendukung kegiatan sekolah.

3. Pelaksanaan budaya sekolah Islami secara konsisten di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang, melalui program seperti tahfidz, takhsin, pembiasaan ibadah, dan penguatan karakter Islami, terbukti mampu meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftarkan anaknya. Selama tiga tahun terakhir, jumlah pendaftar kelas 7 di SMP Islam Al Azhar 29 terus mengalami peningkatan. Pada tahun ajaran 2022/2023, tercatat sebanyak 88 calon siswa, kemudian meningkat menjadi 97 orang pada tahun ajaran 2023/2024, dan kembali naik menjadi 112 pendaftar di tahun ajaran 2024/2025. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa animo masyarakat terhadap SMP Islam Al Azhar 29 semakin tinggi, mencerminkan kepercayaan yang terus tumbuh terhadap kualitas pendidikan dan nilai-nilai keislaman yang ditanamkan oleh sekolah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai budaya sekolah Islami sebagai strategi branding kelembagaan di SMP Islam Al

Azhar 29 BSB Semarang, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Sekolah

- a. Kegiatan keagamaan yang menjadi ciri khas sekolah perlu dikemas lebih menarik dan inovatif agar lebih mudah diakses dan diapresiasi oleh masyarakat luas, terutama generasi muda dan calon orang tua siswa.
- b. Sekolah juga perlu melakukan evaluasi rutin terhadap penerapan budaya sekolah Islami agar tidak hanya menjadi formalitas, teta benar-benar membentuk karakter siswa dan tercermin dalam perilaku sehari-hari seluruh warga sekolah.

2. Penguatan Strategi Branding

- a. Branding sekolah sebaiknya tidak hanya difokuskan pada aspek visual dan promosi, tetapi juga pada kualitas pengalaman yang dirasakan oleh siswa.
- b. Mengenai media digital seperti Instagram, Youtube dan website resmi sekolah sudah dikelola dengan baik dan terperinci.
- c. Perlu adanya pembentukan tim khusus branding atau humas dan siswa agar dapat secara konsisten memproduksi dan mengelola konten branding sekolah. Tim humas ini sangat penting dalam kegiatan pemasaran pendidikan. Maka sebaiknya kepala sekolah membentuk tim branding maupun struktur humas.

3. Bagi Yayasan/ Lembaga Pengelola
 - a. Yayasan dapat mengembangkan kebijakan branding secara kelembagaan untuk memastikan nilai Islam yang ditanamkan di sekolah menjadi pembeda yang kuat dibandingkan sekolah lain.
 - b. Yayasan juga dapat memfasilitasi kolaborasi antar sekolah dalam satu naungan Al Azhar agar praktik terbaik dalam branding Islami dapat saling ditukarkan.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Penelitian ini masih bersifat kualitatif deskriptif, sehingga disarankan bagi peneliti berikutnya untuk mengembangkan dengan pendekatan kuantitatif guna mengukur seberapa besar pengaruh branding Islami terhadap minat pendaftar atau kepercayaan masyarakat.
 - b. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan membandingkan beberapa sekolah Islam yang lain, baik berada di lingkungan Al Azhar maupun lembaga pendidikan Islam lainnya, agar diperoleh gambaran lebih luas tentang efektivitas strategi branding Islami.
 - c. Peneliti selanjutnya dapat berfokus pada persepsi orang tua terhadap branding sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, Ralph, 'Manajemen Humas Dalam Meningkatkan School Branding SMP Islam Al-Azhar 2 Pejaten', 2016, 1–23
- Afifullah Nizary, Muhammad, and Tasman Hamami, 'Budaya Sekolah', *At-Ta'fikir*, 13.2 (2020), 161–72
<<https://doi.org/10.32505/at.v13i2.1630>>
- Amin, Astuti Muh, Samlan Hi Ahmad, Zulkarnaim, and Romi Adiansyah, 'RQANI: A Learning Model That Integrates Science Concepts and Islamic Values in Biology Learning', *International Journal of Instruction*, 15.3 (2022), 695–718
<<https://doi.org/10.29333/iji.2022.15338a>>
- Arian Fitry, Susanti, 'Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Mengembangkan Budaya Islami Di Sekolah Menengah Pertama', *Ta'dib*, 11.2 (2022), 21–24
<<https://doi.org/10.54604/tdb.v11i2.38>>
- Ayu, Sovia Mas, 'Concept of Islam Kaffah in Islamic Education Curriculum', *Iseth 2015 (The 1st International Conference on Science, Technology, and Humanity)*, 1, 2015
- Budiarti, Erna, Dian Anggreini, Deni Agus Panca Susanti, Yunita Damayanti, and Yunita Yunita, 'Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Indonesia', *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6.5 (2023), 3568–76
<<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>>
- Dawis, Aisyah Mutia, Yeni Meylani, Nono Heryana, Muhammad Ali Mursid Alfathoni, Eka Sriwahyuni, Rida Ristiyana, and others, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 2023
- Efianingrum, Ariefa, 'Kultur Sekolah', *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2.1 (2016), 19 <<https://doi.org/10.22146/jps.v2i1.23404>>
- Falah, Riza Zahriyal, Ichwanul Muchlisin, Dewi Indriyani, Vicky Ulyahimawati, and Muhammad Mafaza Bihadil Haq, 'Strategi Membangun Brand Image Sekolah Berbasis Pesantren (Studi Di

- SMA Syubbanol Wathon Secang Magelang)', *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 4.2 (2023), 145–64
<<https://doi.org/10.21154/maalim.v4i2.7447>>
- Fathurrohman, Muhammad, 'Meningkatkan Mutu Pendidikan Bangsa', *Jurnal Ta'Allum*, 04.01 (2016), 19–42
- , 'Pengembangan Budaya Religius Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan', *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 4.1 (2016), 19–42 <<https://doi.org/10.21274/taalum.2016.4.1.19-42>>
- Hermawan, Iwan, and Carnawi, 'Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam', *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management*, 2.1 (2024), 12–26
<<https://doi.org/10.61553/ascent.v2i1.96>>
- Hitt, Michael A., R. Duane. Ireland, and Robert E.. Hoskisson, 'Strategic Management: Competitiveness & Globalization: Concepts and Cases', 2017, 30
- Jamaluddin, Muhammad Burhan, “Strategi Branding Di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh (Yayasan Miftahul Huda) Kroya Cilacap.” IAIN Purwokerto.', *Skripsi*, 2020
- Jumroatun, Laili, Burhanuddin Burhanuddin, and Ahmad Yusuf Sobri, 'Implementasi Budaya Sekolah Islami Dalam Rangka Pembinaan Karakter Siswa', *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 1.2 (2018), 206–12
<<https://doi.org/10.17977/um027v1i22018p206>>
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, *MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). Hhttps://Doi.Org/10.1080/08911760903022556eting Management, Global Edition*, 2016
- Lafferty, Barbara A., 'Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People20011Marc Gobé. Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People .

- New York, NY: Allworth Press 2001. Iii + 319 Pp., ISBN: ISBN: 1-58115-078-4 US \$24.95', *Journal of Product & Brand Management*, 10.7 (2001)
<<https://doi.org/10.1108/jpbm.2001.10.7.466.1>>
- Laoli, Jasamantrin, Delipiter Lase, and Suka'aro Waruwu, 'Analisis Hubungan Sikap Pribadi Dan Harmonisasi Kerja Pada Kantor Kecamatan Gunungsitoli Alo'Oa Kota Gunungsitoli', *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6.4 (2022), 145–51
- Lisman, Muhammad, and Susi Marni, 'Islamic Elementary School Marketing Model i n Pekanbaru : The Impact o f Digitalization o f Education', 2024, 517–26
- Longwell, Garrett J., 'Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name : David A. Aaker, The Free Press, New York (1991)', *Journal of Business Research*, 29.3 (1994)
- Makmur Syukri, Vena Annisa Harahap, 'Sekolah/Madrasah Bertaraf (Branding): Islami, Boarding School, Dan Terpadu', *Journal on Education*, 6. No 2.02 (2024), 11711–20
<<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/4825/3908>>
- Maulidah, Nuzula, 'Strategi Membangun Bbrand Image Pendidikan Dinniyah Nuzula Indana Maulidah Universitas KH Mukhtar', 1.1 (2024), 489–504
- Murray, Joanna, 'Qualitative Research Methods', *Principles of Social Psychiatry: Second Edition*, 732, 2010, 77–87
<<https://doi.org/10.1002/9780470684214.ch7>>
- Negrini, Stefano, Elena Politano, Roberta Carabalona, and Adelmo Mambrini, 'General Practitioners' Management of Low Back Pain: Impact of Clinical Guidelines in a Non-English-Speaking Country', *Spine*, 26.24 (2001), 2727–33
<<https://doi.org/10.1097/00007632-200112150-00021>>
- Pradotokusumo, Partini Sardjono, *Pengkajian Sastra*, 2005
- Prawiro, Atmo, 'Sosial Budaya Dan Pariwisata Halal Indonesia: Studi

- Sosial Budaya Destinasi Pariwisata Halal Di Lombok Nusa Tenggara Barat Pembimbing’., *Disertasi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2021
 <<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57759>
 %0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57759/1/ATMO PRAWIRO - SPS.pdf>
- Purwati, Yayuk, and Heru Sulistya, ‘Pengaruh Kemampuan Kognitif Mahasiswa MPI Terhadap Pemahaman Teori-Teori Perilaku Budaya Organisasi’, *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 5.2 (2021), 69–81
 <<https://doi.org/10.33507/cakrawala.v5i2.372>>
- Raudhatinur, Maida, ‘Implementasi Budaya Sekolah Islami Dalam Pembinaan Akhlak Siswa SMP Negeri 19 Percontohan Banda Aceh’, *DAYAH: Journal of Islamic Education*, 2.1 (2019), 131
 <<https://doi.org/10.22373/jie.v2i1.2968>>
- Rizqon, Adimas, and Aufa Fimaisarah, ‘Digital Revolution in Islamic Education: Building the Branding of Religious Schools in Rural Indonesia through Innovative Digital Marketing Strategies’, *JUMPA : Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5.2 (2024), 111–23
 <<https://doi.org/10.33650/jumpa.v5i2.7348>>
- Rothaermel, Frank T., ‘Strategic Management Dynamics Strategic Management’, *Pearson*, 12.October (2021), 801
 <<https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/8229>>
- Saminan, Saminan, ‘Internalisasi Budaya Sekolah Islami Di Aceh’, *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 3.1 (2015), 147–64
- Sholihah, Tutut, ‘Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu’, *J-Mpi*, 3.2 (2018), 72–84 <<https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>>
- Simbolin, Sahat, ‘Aplikasi Theory Of Reasoned Action’, *Cakrawala Pendidikan*, November, 2015, 19
- Siregar, Mutiara Diva, Universitas Islam, Negeri Sjech, M Djamil

- Djambek, Yulia Rahman, Universitas Islam, and others, 'Pengaruh Penerapan Budaya Sekolah Islami Terhadap Karakter Siswa Di SMP Negeri 2 Bukittinggi', 2.5 (2024), 756–66
- Stiawati, Titi; Ima Maisaroh, 'Pengaruh Budaya Sekolah Terhadap Motivasi Kerja Guru Di MAN 1 Kota Cilegon', *Jurnal Pendiidkan Dan Konseling*, 4 (2022), 952–59
- 'Strategi Branding Afkaaruna Islamic', 2018
- 'Strategi School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di Madrasah Aliyah Negeri Purbalingga', 2024
- Tu, Jui Che, Yi Lin Lee, and Kharisma Creativani, 'Forming Brand Identity and Promotion Strategy of Creative Industry in Indonesia', *Proceedings of the 2017 IEEE International Conference on Applied System Innovation: Applied System Innovation for Modern Technology, ICASI 2017*, May 2017, 2017, 1558–61 <<https://doi.org/10.1109/ICASI.2017.7988225>>
- Usri, Usri, Saparuddin Saparuddin, Suddin Bani, Anzar Abdullah, and Hasbi Lambe, 'The Contribution of Islamic School as Media of Developing Nation Culture', *Al-Musannif*, 3.1 (2021), 53–66 <<https://doi.org/10.56324/al-musannif.v3i1.56>>
- Wahyudi, Dedi, and Habibatul Azizah, 'Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Konsep Learning Revolution', *Attarbiyah*, 26(2016), 1 <<https://doi.org/10.18326/tarbiyah.v26i0.>>
- Wahyunto, Muh, Dian Hidayati, and Sukirman Sukirman, 'Strategi Branding Sekolah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Melalui Pemanfaatan Digital Marketing', *Academy of Education Journal*, 15.2 (2024), 1260–71 <<https://doi.org/10.47200/aoej.v15i2.2419>>
- Weil, Kurt Ernst, 'PORTER, Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance', *Revista de Administração de Empresas*, 25.2(1985) <<https://doi.org/10.1590/s0034-75901985000200009>>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Melaksanakan Riset

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185 Website: http://fik.walisongo.ac.id
Nomor : 1696/Un.10.3/K/DA.04.10/04/2025	Semarang, 10 Februari 2025
Lamp : -	
Hal : Izin Penelitian/Riset	
Kepada Yth. Kepala SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang	
Assalamu'alaikum Wr.Wb.,	
Diberitahukan dengan hormat, bahwa dalam rangka memenuhi tugas akhir skripsi mahasiswa Prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:	
Nama	: Waharani Alhusna
NIM	: 2103036130
Semester	: 8
Judul Skripsi: Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang Dosen Pembimbing: Prof. Dr. Ikhtom, M.Ag	
untuk melakukan riset/penelitian di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang yang Bapak/Ibu pimpin, sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan diberikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul sebagaimana tersebut diatas, yang akan dilaksanakan pada tanggal 11 Februari sampai dengan tanggal 8 Maret 2025.	
Demikian, atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini disampaikan terima kasih.	
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.	
 Dekan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang <i>[Signature]</i> Khotimah	
Tembusan : Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang	

Gambar 1 Surat Izin Riset

Lampiran 2. Surat Keterangan Selesai Riset



YAYASAN AL-HIMSYA
SMP ISLAM AL AZHAR 29
Kampus KB-TK-SD-SMP-SMA Islam Azhar BSB City Semarang
Jl. RM. Hadisoebeno Sosrowardoyo Mijen Semarang Telp (024) 7667 6595
Website: smpialazhar29.sch.id Email: smpia29@yahoo.co.id



SURAT KETERANGAN
NO : 156/S.Ket/VI/SMPIA29 SMG/1446 2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Margono, S.Pd**
Jabatan : Kepala Sekolah
Unit : SMP Islam Al Azhar 29

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

No	Nama	NIM	Peguruan Tinggi
1.	Waharani Alhusna	2103036130	Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Telah melaksanakan Penelitian pada tanggal 11 Februari – 8 Maret 2025 di lingkungan SMP Islam Al Azhar 29 Semarang, dengan judul :

"Budaya Sekolah Islami Sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Isla Al Azhar 29 BSB Semarang"

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Juni 2025.
Kepala SMP Islam Al Azhar 29
Margono, S.Pd.



Gambar 2 Surat Selesai Penelitian

Lampiran 3. Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara Kepala Sekolah

No.	Indikator	Informan	Pertanyaan Wawancara
1.	Budaya Sekolah Islami	Kepala Sekolah	Bagaimana bapak kepala sekolah mengembangkan dan mempertahankan budaya Islami di sekolah, sehingga menjadi ciri khas dan identitas sekolah?
		Kepala Sekolah	Bagaimana bapak/ ibu kepala sekolah memastikan bahwa budaya Islami yang dikembangkan di sekolah dapat berdampak positif pada pembentukan karakter siswa?
2.	Aspek Budaya Islami	Kepala Sekolah	Bagaimana bapak kepala sekolah mengembangkan dan meningkatkan kesadaran dan pemahaman siswa tentang nilai-nilai dan ajaran Islam?
			Bagaimana bapak kepala sekolah memastikan bahwa proses pembelajaran di sekolah dapat meningkatkan kemampuan kritis, analitis, dan kreatif siswa dalam memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai Islam dalam kegiatan sehari-hari?

			Bagaimana strategi bapak sebagai kepala sekolah dalam menanamkan sikap Islami kepada seluruh warga sekolah agar tercipta budaya sekolah yang mencerminkan nilai-nilai Islam?
			Bagaimana bapak sebagai kepala sekolah menanamkan sikap disiplin, jujur, dan tanggung jawab yang sesuai dengan nilai Islam, serta bagaimana budaya diintegrasikan dalam kegiatan sehari-hari?
			Bagaimana bapak kepala sekolah memantau dan mengevaluasi perilaku siswa dan guru untuk memastikan bahwa mereka sesuai dengan nilai Islam, dan apa saja strategi yang digunakan untuk meningkatkan perilaku positif di sekolah?
			Apa saja upaya yang bapak lakukan sebagai kepala sekolah untuk mengatasi tantangan dalam menerapkan budaya sekolah islami agar tetap selaras dengan nilai-nilai akhlakul karimah?

3.	Strategi Branding Kelembagaan	Kepala Sekolah	Bagaimana bapak kepala sekolah memastikan bahwa semua stakeholder sekolah, termasuk guru, siswa, dan orang tua memahami dan menerapkan branding kelembagaan sekolah dengan konsisten?
			Bagaimana bapak kepala sekolah memastikan bahwa semua stakeholder sekolah, termasuk guru, siswa, dan orang tua memahami dan menerapkan branding kelembagaan sekolah dengan konsisten?
			Menurut bapak apa penerapan Budaya Sekolah Islami sebagai Strategi Branding Kelembagaan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang?

Tabel 2 Pedoman Wawancara Kepala Sekolah

Pedoman Wawancara Wakil Kepala Sekolah

No.	Indikator	Informan	Pertanyaan Wawancara
1.	Budaya Sekolah Islami	Wakil Kepala Sekolah	Bagaimana bapak sebagai Wakil Humas dalam mempromosikan budaya sekolah Islami kepada masyarakat dan stakeholder pendidikan?

		Wakil Kepala Sekolah	Bagaimana bapak sebagai Waka Humas menjalin kemitraan dengan pihak eksternal seperti lembaga pendidikan Islam lainnya, untuk memperkuat budaya sekolah Islami?
2.	Aspek Budaya Islami	Wakil Kepala Sekolah	Bagaimana bapak sebagai Waka Humas memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat dan orang tua terkait dengan budaya Islami di sekolah berbasis pengetahuan yang akurat dan sesuai ajaran Islam?
			Apa strategi yang bapak terapkan untuk menyebarkan pengetahuan mengenai program-program yang mendukung penguatan budaya Islami di sekolah kepada masyarakat luas?
			Apa cara yang bapak gunakan untuk memastikan sikap kepedulian sosial dan tanggungjawab ditanamkan kepada siswa dan orang tua dalam konteks membangun budaya sekolah Islami?
			Bagaimana bapak memastikan sikap kepedulian sosial tersebut tercermin dalam program-program humas sekolah?

			Apa saja upaya yang bapak lakukan untuk membangun citra sekolah yang positif dan Islami melalui humas sekolah?
			Bagaimana bapak memastikan perilaku warga sekolah, terutama dalam kegiatan publikasi, mencerminkan prinsip-prinsip Islami seperti kejujuran dan tanggung jawab?
3.	Strategi Branding Kelembagaan	Wakil Kepala Sekolah	Bagaimana bapak memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperkuat branding kelembagaan sekolah?
			Bagaimana bapak mengukur efektivitas strategi branding kelembagaan sekolah dalam meningkatkan citra positif di komunitas?
			Bagaimana penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang?
			Alasan mengapa menerapkan strategi branding berbasis budaya Islami di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang?
			Bagaimana dampak strategi branding budaya Islami terhadap peningkatan pendaftar calon siswa

			baru di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang?
--	--	--	---

Tabel 3 Pedoman Wawancara Wakil Kepsek

Pedoman Wawancara dengan Guru

No.	Indikator	Informan	Pertanyaan Wawancara
1.	Budaya Sekolah Islami	Guru	Bagaimana ibu guru dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam proses pembelajaran dan kegiatan kelas?
			Apa saja strategi yang digunakan ibu guru untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi siswa dalam kegiatan sekolah yang berbasis budaya Islami?
2.	Aspek Budaya Islami	Guru	Apa upaya ibu guru dalam meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kegiatan sehari-hari?
			Apa tantangan yang dihadapi ibu guru dalam menerapkan budaya Islami di sekolah?
			Bagaimana ibu guru mengembangkan dan meningkatkan sikap positif siswa terhadap nilai-nilai Islam?

			Apa saja strategi yang digunakan oleh ibu guru untuk membangun kesadaran dan komitmen siswa terhadap nilai-nilai Islam?
			Bagaimana ibu mengatasi perilaku siswa yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islami, dan membantu mereka untuk memperbaikinya?
			Apa usaha ibu guru untuk mendorong siswa dalam mengembangkan perilaku disiplin dan tepat waktu dalam mengikuti pelajaran?
3.	Strategi Branding Kelembagaan	Guru	Bagaimana ibu mempromosikan citra dan reputasi sekolah melalui kegiatan pembelajaran dan ekstrakurikuler?
			Bagaimana ibu sebagai guru menggunakan media sosial atau platform digital untuk mendukung branding kelembagaan sekolah secara positif?
			Bagaimana menurut ibu penerapan budaya sekolah Islami sebagai strategi branding di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang?

Tabel 4 Pedoman Wawancara Guru

Pedoman Wawancara dengan Siswa

No.	Indikator	Informan	Pertanyaan Wawancara
-----	-----------	----------	----------------------

1.	Budaya Sekolah Islami	Siswa	Bagaimana anda sebagai siswa menerapkan nilai-nilai Islami dalam kegiatan sehari-hari di sekolah?
			Apa saja kegiatan atau program yang anda ikuti di sekolah yang memperkuat pemahaman dan pengamalan nilai-nilai Islam?
2.	Aspek Budaya Islami	Siswa	Menurut anda apa saja contoh budaya Islami yang diterapkan di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang dalam membentuk karakter siswa?
			Bagaimana Islam mengajarkan pentingnya adab dan akhlak dalam pergaulan sehari-hari?
			Mengapa penting bagi siswa muslim untuk menjaga kejujuran, baik di sekolah maupun diluar sekolah?
			Bagaimana budaya Islami di sekolah mempengaruhi semangat belajar dan keterlibatan anda dalam kegiatan sekolah?
			Bagaimana anda sebagai siswa mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari seperti dalam berpakaian, berbicara dan berperilaku?
			Apa saja kegiatan atau aktivitas yang anda lakukan untuk

			memperkuat pengamalan nilai-nilai Islam di sekolah?
3.	Strategi Branding Kelembagaan	Siswa	Apa yang anda lakukan untuk mempromosikan sekolah melalui media sosial atau platform digital?
			Jika ada teman anda yang ingin masuk ke sekolah ini, apa yang anda sampaikan tentang budaya Islami di sekolah ini?

Tabel 5 Pedoman Wawancara Siswa

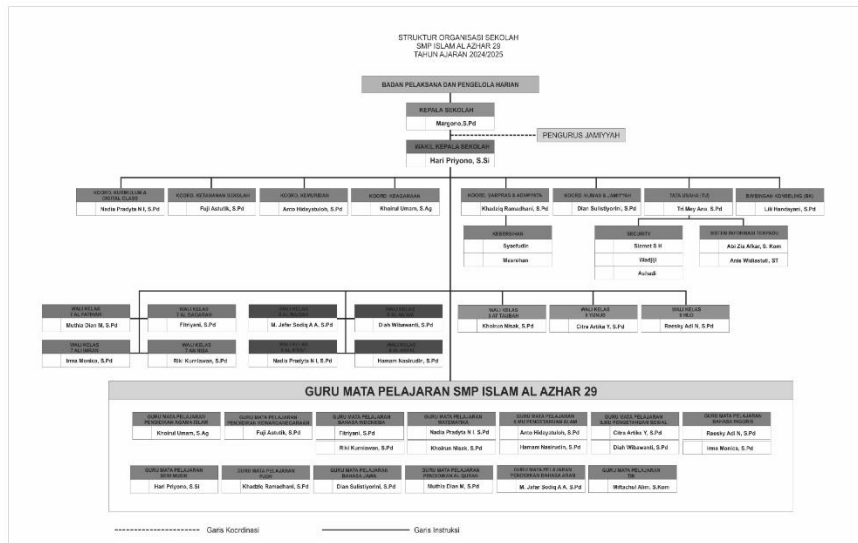
Pedoman Wawancara dengan Orang Tua

No.	Indikator	Informan	Pertanyaan Wawancara
1.	Budaya Sekolah Islami	Orang Tua	Bagaimana anda sebagai orang tua memandang peran sekolah Islami dalam mengembangkan nilai-nilai agama pada anak anda?
			Menurut anda, seberapa penting kerja sama antara sekolah dan orang tua dalam membentuk karakter Islami pada anak?
2.	Aspek Budaya Islami	Orang Tua	Seberapa penting menurut anda pendidikan agama dalam membentuk pola pikir dan karakter Islami anak?
			Bagaimana anda memantau perkembangan anak anda dalam memahami dan mengamalkan nilai-nilai Islam?

			Bagaimana anda menanamkan sikap menghargai dan menghormati nilai-nilai Islam kepada anak anda?
			Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mengembangkan sikap sabar, jujur dan bertanggungjawab pada anak anda berdasarkan nilai-nilai Islam?
			Bagaimana anda mengajarkan anak anda untuk menghormati dan menghargai orang tua dan guru??
			Apa saja upaya yang anda lakukan untuk mengembangkan perilaku anak anda dalam berinteraksi dengan orang lain berdasarkan nilai-nilai Islam?
3.	Strategi Branding Kelembagaan	Orang Tua	Apa saja strategi yang anda sarankan untuk meningkatkan kesadaran untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kelebihan sekolah ini?
			Bagaimana anda memandang peran media sosial dalam mempromosikan citra sekolah?

Tabel 6 Pedoman Wawancara Orang Tua

Lampiran 4. Struktur Organisasi



Gambar 3 Struktur Organisasi

Lampiran 5. Data Prestasi Siswa

No	Nama Murid/ Guru	Nama Kegiatan	Juara
1	Fawaza Afganaura Tsany	Kompetisi Sains Tingkat Nasional (KSTN)	Emas
2	Aiskha Nabiila Farera	TOP STUDENT OLYMPIAD 2024	Emas

3	Satrio Anugerah Riananda	Kompetisi Sains Madrasah (KSM)	Juara 1
4	Ashadewi Lituhayu	Kompetisi Sains Madrasah (KSM)	Juara 1
5	Fawaza Afganaura Tsany	Kompetisi Sains Tingkat Nasional (KSTN)	Perak
6	Zahira Intania Putri	Kompetisi Prestasi Siswa Indonesia (KPSI)	Emas
7	Zahira Intania Putri	Olimpiade Siswa Kemerdekaan Nasional (OSKN)	Perak
8	Zahira Intania Putri	Olimpiade Siswa Kemerdekaan Nasional (OSKN)	Emas
9	Salma Restyka Tiara Fajrin	IYSO (Indonesian Science Olympiad 2024)	Emas
10	Khoirul Umam, S.Ag.	Lomba Guru PAI Berprestasi	Juara 1
11	Ardi Putra Ferdian	MAPSI (Mata Pelajaran dan Seni Islam)	Juara 2
12	1. Satrio Anugerah Riananda 2. Kayla Najwa Rahmawati 3. Safira Eka Almahyra	MAPSI (Mata Pelajaran dan Seni Islam)	Juara 3

13	Ashadewi Lituhayu	MAPSI (Mata Pelajaran dan Seni Islam)	Juara 1
14	Davin Nararya Pratama	SEAOSM (south east Asian olympiad of science medicine) 2024	Perak
15	Davin Nararya Pratama	BIG BOOK KIDS TALENT Competation	Juara 1
16	Ivander Dzakwan Maulana Julianardy	Kejuaraan Renang Fun Swimming Tahun 2024	Harapan 1
17	Rendra Atharrayhan	Independence Science Olympiad (ISO)	Emas
18	Allifia Fitri Sabila	Independence Science Olympiad (ISO)	Perunggu
19	Salma Restyka Tiara Fajrin	IYSO (Indonesian Science Olympiad 2024)	Emas
20	Allifia Fitri Sabila	KOSMIK	Emas
21	Allifia Fitri Sabila	KOSMIK	Emas
22	Allifia Fitri Sabila	Indonesian Science & Social Competition 2024 (ISSC)	Emas

23	Allifia Fitri Sabila	Indonesian Science & Social Competition 2024 (ISSC)	Emas
24	Anto Hidayatuloh, S.Pd.	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Perunggu
25	Salma Restyka Tiara Fajrin	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Emas
26	Aiskha Nabiila Fareta	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Emas
27	Aiskha Nabiila Fareta	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Emas
28	Aiskha Nabiila Fareta	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Perak
29	Zahira Intania Putri	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Perak
30	Zahira Intania Putri	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Perak
31	Zahira Intania Putri	Olimpiade Sains Kemerdekaan Indonesia	Perak
32	Satrio Anugerah Riananda	GEN Z MATHEMATICIAN INDONESIA 2024	Emas
33	Aisyah Ayu Nurkhasanah	GEN Z MATHEMATICIAN INDONESIA 2024	Perak

34	Falisha Alya Divya Tinantya	GEN Z MATHEMATICIA N INDONESIA 2024	Perunggu
35	Kirana damara suryaputri	Kyai guru Championship	Emas
36	Aulia Alif Syarifa	Kyai guru Championship	Perak
37	Aisha Syifana Hajar	Kyai guru Championship	Emas
38	Almira Zahira Wahyuni	Kyai guru Championship	Perunggu
39	Panji Rama Aditya	Kyai guru Championship	Perunggu
40	1.Anugrah Rizky Dimas Putra 9C 2.Abhipraya Gani Perdana 8C 3.Berylaydin Fauza Ananditya 8D 4.Regan Edy Tulandha 9B 5.Milan Namus Shihab 9B 6.Ivander Riski Mahadana	FG Akademi SI	2

	9B 7.Messiaz Evander Akbar Bertinus 9B 8.Haldis Aufa Airlambang 9A 9.Aqil Mahardika Tirtaatmaja 9A 10.Wastyago Mahatma Azkapapuan 8A 11.Keanu Tajako 8B 12.Muhamm ad Iqbal Syarif 8B 13.Rayyan Al-Fatih Anandira 8C 14.Restu Fahreza Hikmatyar 8D 15.Ataya Fallah Arrafi 8D 16.Saverio Maliq Putra 7D		
41	Zahira Intania Putri	Olimpiade Generasi Berprestasi	Emas

42	Ashadewi Lituhayu	Tilawah kategori pelajar gol. Tingkat SMP/Mts	2
43	Zahira Intania Putri	Kompetisi Sains Baraindicator	Emas
44	Zahira Intania Putri	Kompetisi Sains Baraindicator	Perak
45	Chellota Sofie Amora	Olimpiade Hari Kemerdekaan Nasional (OHKN)	Emas
46	Banu akmal shabri	kejuaraan pencak silat pelajaran kota semarang 2024	Perak
47	Hyo Adara Moyna	Olimpiade Hari Kemerdekaan Nasional (OHKN)	Perak
48	Jasmine notarisha putri ikhsan	Olimpiade Hari Kemerdekaan Nasional (OHKN)	Perak
49	Ghaisan Jihan Az Zahra	Olimpiade Hari Kemerdekaan Nasional (OHKN)	Emas
50	Hyo Adara Moyna	Olimpiade Hari Kemerdekaan Nasional (OHKN)	Perak
51	Muhammad Fariz Al Rizky	NYSO	Perak

52	Rendra Atharrayhan	NYSO	Emas
53	Faranissa Khanza Shaliha	Spelling Bee Competition ESA Week UNNES se- Jawa Tengah	1
54	Salma Restyka Tiara Fajrin	Olimpiade Sains Pemuda Indonesia	Emas
55	Ghaisani Jihan Az Zahra	Olimpiade Sains Pemuda Indonesia	Emas
56	Muhammad Dirga Ramadhan Desilva	Olimpiade Sains Pemuda Indonesia	Perak
57	Muhammad Alviero Febrian	Olimpiade Sains Pemuda Indonesia	Perak
58	Muhammad Alviero Febrian	Olimpiade Sains Pemuda Indonesia	Emas
59	Anto Hidayatuloh, S.Pd.	Olimpiade Sains Hari Sumpah Pemuda	Perak
60	Rhaina Tansy Sabiya	Pesta Olimpiade Sains Siswa (POINS)	Perunggu
61	Rhaina Tansy Sabiya	Pesta Olimpiade Sains Siswa (POINS)	Emas

62	Aisyah Ayu Nurkhasanah	Pesta Olimpiade Sains Siswa (POINS)	Emas
63	Aisyah Ayu Nurkhasanah	Pesta Olimpiade Sains Siswa (POINS)	Perak
64	Namira Felice Adonia	Pesta Olimpiade Sains Siswa (POINS)	Emas
65	Namira Felice Adonia	Pesta Olimpiade Sains Siswa (POINS)	Emas
66	Davin Nararya Pratama	LOMBA BAKAT ANAK	Juara 3
67	Muhammad Dirga Ramadhan Desilva	NHC	Emas
68	Muhammad Dirga Ramadhan Desilva	NHC	Perunggu
69	Muhammad Dirga Ramadhan Desilva	NHC	Emas
70	Muhammad Alviero Febrian	NHC	Perak
71	Muhammad Alviero Febrian	NHC	Emas
72	Kirania Junie Ghassaniy	OSI	Perunggu
73	Anindya Apriliyana Putri	OSI	Emas

74	Salzabila Aina	OSPI (Olimpiade Sumpah Pemuda Indonesia)	Perak
75	Salzabila Aina	OSPI (Olimpiade Sumpah Pemuda Indonesia)	Perak
76	Ghaisan Jihan Azzahra	IASC	Perak
77	Ghaisan Jihan Azzahra	IASC	Emas
78	Jasmine Notarisha Putri Ikhsan	IASC	Perak
79	Jasmine Notarisha Putri Ikhsan	IASC	Perak
80	Farah Fadila Syarifa	IASC	Perak
81	Farah Fadila Syarifa	IASC	Emas
82	Feby Kasih Asristiyani	POINS	Emas
83	Feby Kasih Asristiyani	POINS	Perak
84	Sabrina Malika Zaeni	FOSNAS	Emas
85	Sabrina Malika Zaeni	Olimpiade Sains Nasional Hari Pahlawan (OSNHP)	Perak

86	Sabrina Malika Zaeni	Olimpiade Sains Nasional Hari Pahlawan (OSNHP)	Perak
87	Thalita Sabrina Failasufa	OSI	Perak
88	Thalita Sabrina Failasufa	Olimpiade Sains Nusantara	Perak
89	Salma Restyka Tiara Fajrin	Olimpiade Sains Nasional Hari Pahlawan (OSNHP)	Emas
90	Saviero Malik Putra	Liga Sepakbola SSB Se Kota Semarang Usia 12 Taun	Juara 1
91	Faiz Ahmad Tajuddin	KESAN (Kejuaraan Sains Siswa Nasional) 2024	Emas
92	Araminta Deenies Fatima	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
93	Fatimah Aqila Ramadhastin	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
94	Lovina Aquilla Syarah Arszah	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
95	Shaqila Emelie Prasetia	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
96	Akira Fidina Ilma	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver

97	Kayla Najwa Rahmawati	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
98	Muhammad Fariz Al Rizky	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
99	Nisrina Vivia Belva	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
100	Aisyah Ayu Nurkhasanah	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
101	Akmaluz Rafa Aditya	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
102	Nararya Anindya Kesuma	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
103	Tanuhita Azzahra Lusiriyanto	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
104	Farah Fadila Syarifa	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
105	Faranissa Khanza Shalihah	International Kangaroo Science Contest 2024	Gold
106	Fazila Qanita Farhani	International Kangaroo Science Contest 2024	Gold
107	Ghaisani Jihan Az Zahra	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
108	Muhammad Alviero Febrian	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
109	Muhammad Dirga Ramadhan Desilva	International Kangaroo Science Contest 2024	Gold

110	Salma Restyka Tiara Fajrin	International Kangaroo Science Contest 2024	Gold
111	Vieno Vallerian Febriano	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
112	Hyo Adara Moyna	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
113	Zahira Intania Putri	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
114	Aiskha Nabiila Farera	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
115	Alan Abinaya Yudisia	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
116	Moch.Akmal Al Ghiffari	International Kangaroo Science Contest 2024	Silver
117	Izzati belindha atmaja	International Kangaroo Science Contest 2024	Bronze
118	Prisha Taradhiya Ekaputri	Olimpiade Pelajar Sains Nasional (OPSI) 2024	Perak
119	Prisha Taradhiya Ekaputri	Festival Sains Nasional (FESANAS) 2024	Perak
120	Prisha Taradhiya Ekaputri	Olimpiade Pelajar Nasional (OPN) 2024	Emas
121	Prisha Taradhiya Ekaputri	International Kangaroo Science Contest (IKSC) 2024	Gold
122	Prisha Taradhiya Ekaputri	National Youth Science Olympiad (NYSO) 2024	Emas

123	Prisha Taradhiya Ekaputri	Kejuaraan Sains Siswa Nasional (KESAN) 2024	Emas
124	Prisha Taradhiya Ekaputri	National Young Scientist Innovation (NYSI) 2024	Emas
125	Kirana damara suryaputri	Semarang Pencak Silat Open Championship (SPOC	2
126	Panji Rama Aditya	Semarang Pencak Silat Open Championship (SPOC	2
127	Banu akmal shabri	Semarang Pencak Silat Open Championship (SPOC	1
128	Arjuna Adyatma Wijaya	Timnas Pelajar Blispi U12 dalam Rangka "Kejuaraan Internasional CCFA Bangkok International Football Tournamen" di Bangkok	1
129	Rendra Atharrayhan	Olimpiade Sains Al Azhar (OSA) ke 17	Emas
130	Irfan Niyaz Pratama	Olimpiade Sains Al Azhar (OSA) ke 17	Perunggu
131	Salma Restyka Tiara Fajrin	Olimpiade Sains Al Azhar (OSA) ke 17	Perak
132	Zahira Intania Putri	Olimpiade Sains Al Azhar (OSA) ke 18	Honorable

133	Andrea Resty Setiawan	Olimpiade Sains Al Azhar (OSA) ke 19	Honorable
134	Faranissa Khanza Shaliha	Olimpiade Sains Al Azhar (OSA) ke 20	Honorable

Tabel 7 Data Prestasi Siswa

Lampiran 6. Dokumentasi (Foto)

Wawancara Kepala Sekolah



Gambar 4 Wawancara Kepala Sekolah

Wawancara Wakil Kepala Sekolah



Gambar 5 Wawancara Wakil Kepala Sekolah

Wawancara Guru



Gambar 6 Wawancara Guru

Wawancara Siswa



Gambar 7 Wawancara Siswa

Wawancara Orang Tua



Gambar 8 Wawancara Orang Tua

Brosur Pendaftaran Siswa Baru



Gambar 9 Brosur Pendaftaran

Youtube, Website dan Instagram



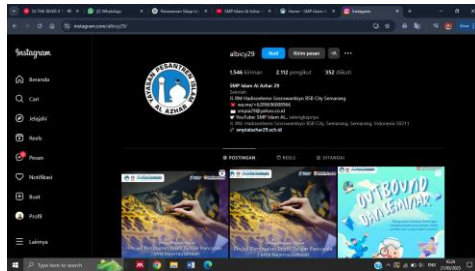
Gambar 10 Youtube SMP Islam Al Azhar

<https://www.youtube.com/@smpia29>



Gambar 11 Website SMP Islam Al Azhar

<https://smpialazhar29.sch.id/>



Gambar 12 Instagram SMP Islam Al Azhar

<https://www.instagram.com/albicy29/>



Gambar 13 Shalat Jamaah

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Waharani Alhusna
2. TTL : Kendal, 10 November 2002
3. Alamat : Ds. Grendem RT 04/02 , Campurejo, Boja, Kendal
4. No. Hp : 083836883698
5. Email : rhniwhrni0809@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. Tahun 2009-2015 : SD Negeri Cangkiran 01
- b. Tahun 2015-2018 : SMP Negeri 2 Boja
- c. Tahun 2018-2021 : SMKN 3 Kendal
- d. Tahun 2021-2025 : UIN Walisongo Semarang

C. Riwayat Organisasi

1. Osis SMK N 3 Kendal

Semarang, 16 Juni 2025



Waharani Alhusna

NIM: 2103036130