

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah peneliti kumpulkan, maka peneliti mendapatkan kesimpulan temuan berdasarkan fokus penelitian, yaitu:

1. Strategi manajemen *School Branding* Yang Dilakukan Oleh MAN 1 Mojokerto Dalam Mengembangkan Daya Saing Lembaga

Strategi manajemen *school branding* di MAN 1 Mojokerto dilaksanakan secara terencana dan berkelanjutan melalui penguatan kualitas pendidikan, nilai-nilai keislaman, budaya madrasah, serta berbagai prestasi peserta didik. Branding didukung oleh program unggulan seperti SKS percepatan, tahfidz Al-Qur'an, penguatan karakter Islami, program keterampilan, dan kegiatan ekstrakurikuler, serta pemanfaatan media digital untuk menyebarkan informasi dan keunggulan madrasah. Keberhasilan branding melibatkan seluruh warga madrasah, termasuk kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, peserta didik, alumni, dan orang tua. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *school branding* berkaitan erat dengan penjaminan mutu pendidikan. Citra positif madrasah terbentuk melalui konsistensi dalam menjaga dan meningkatkan mutu layanan pendidikan, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan daya saing lembaga.

2. Implikasi Strategi Manajemen *School Branding* Dalam Mengembangkan Daya Saing Lembaga Di Man 1 Mojokerto

Strategi *school branding* di MAN 1 Mojokerto memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat masyarakat, citra lembaga, dan kepercayaan publik. *Branding* yang dilakukan melalui promosi, media digital, publikasi prestasi, dan penguatan mutu pendidikan berhasil meningkatkan visibilitas serta reputasi madrasah di masyarakat.

Implikasi utama strategi tersebut terlihat pada meningkatnya jumlah dan kualitas peserta didik baru. Pemanfaatan website dan media sosial juga memperluas akses informasi, meningkatkan transparansi, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Selain itu, kualitas pendidikan, prestasi peserta didik, layanan yang baik, dan keberhasilan alumni menjadi faktor penting dalam membangun citra positif lembaga. Dengan demikian, *school branding* di MAN 1 Mojokerto tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing, memperkuat reputasi, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui mutu pendidikan yang berkelanjutan.

3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Penerapan Strategi manajemen *School Branding* di MAN 1 Mojokerto

Faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi manajemen *school branding* di MAN 1 Mojokerto adalah, sebagai berikut:

- a. Faktor pendukung dalam penerapan strategi *school branding* di MAN 1 Mojokerto meliputi;

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi *school branding* di MAN 1 Mojokerto didukung oleh kepemimpinan kepala madrasah yang visioner, kerja sama seluruh warga madrasah, kualitas guru dan tenaga kependidikan, prestasi peserta didik dan guru, sarana dan prasarana yang memadai, dukungan orang tua dan alumni, serta pemanfaatan teknologi informasi dan media digital. Faktor-faktor tersebut memperkuat citra positif dan reputasi madrasah di masyarakat.

- b. Faktor penghambat dalam penerapan strategi *school branding* di MAN 1 Mojokerto antara lain;

Pelaksanaan *school branding* juga menghadapi beberapa faktor penghambat. Kendala yang dihadapi meliputi perkembangan teknologi yang semakin cepat, persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat, keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam pengelolaan media digital, serta keterbatasan waktu karena guru dan tim pengelola juga memiliki tugas utama dalam pembelajaran dan administrasi. Perbedaan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi juga menjadi tantangan dalam pengelolaan website dan media sosial secara optimal dan konsisten.

- 1) Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, MAN 1 Mojokerto melakukan upaya melalui peningkatan kompetensi guru dan tenaga kependidikan melalui pelatihan, pembelajaran mandiri, penguatan kerja sama dan koordinasi antarwarga madrasah, serta pembagian tugas yang jelas dalam pengelolaan media digital. Dengan adanya upaya tersebut, kendala yang muncul dapat diminimalkan sehingga pelaksanaan strategi *school branding* tetap berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Secara teoritis kontribusi penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Sebagai kajian ilmu di bidang MPI (Manajemen Pendidikan Islam) dalam mengembangkan teori perihal strategi *School Branding* dalam menumbuhkan daya saing pada lembaga pendidikan.
- b. Sebagai referensi bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya dalam melakukan kajian terhadap teori strategi *School Branding* dalam menumbuhkan daya saing pada lembaga pendidikan.

2. Implikasi Praktis

Adapun implikasi praktis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai bahan evaluasi bagi lembaga pendidikan MAN 1 Mojokerto mengenai strategi *school branding* dalam menumbuhkan daya saing.
- b. Sebagai contoh madrasah/sekolah lain untuk mengembangkan strategi

school branding pada lembaga pendidikan.

- c. Sebagai penambah wawasan peneliti dan memberi informasi serta khasanah keilmuan kepada pembaca mengenai strategi *school branding* dalam menumbuhkan daya saing pada lembaga pendidikan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai manajemen *school branding* dalam mengembangkan daya saing lembaga di MAN 1 Mojokerto, maka saran penelitian yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi MAN 1 Mojokerto

MAN 1 Mojokerto diharapkan terus mempertahankan dan mengembangkan strategi *school branding* yang telah berjalan dengan baik melalui peningkatan mutu pendidikan, penguatan program unggulan, serta inovasi layanan pendidikan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, madrasah perlu meningkatkan pengelolaan website dan media sosial secara lebih profesional, konsisten, dan kreatif agar informasi mengenai prestasi, program unggulan, serta kegiatan madrasah dapat menjangkau masyarakat lebih luas dan memperkuat citra positif lembaga.

2. Bagi Kepala Madrasah

Kepala madrasah diharapkan terus memberikan dukungan, arahan, dan motivasi kepada seluruh warga madrasah dalam pelaksanaan *school branding*. Kepemimpinan yang visioner perlu terus dikembangkan melalui penguatan budaya mutu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta

pengambilan kebijakan yang mendukung keberlanjutan program branding sebagai upaya meningkatkan daya saing lembaga.

3. Bagi Guru dan Tenaga Kependidikan

Guru dan tenaga kependidikan diharapkan terus meningkatkan kompetensi profesional, pedagogik, sosial, dan digital agar mampu mendukung pelaksanaan *branding* madrasah secara optimal. selain itu, seluruh warga madrasah perlu berperan aktif dalam menjaga citra positif lembaga melalui peningkatan kualitas pelayanan, kedisiplinan, prestasi, dan publikasi.

4. Bagi Orang Tua dan Alumni

Orang tua dan alumni diharapkan dapat terus memberikan dukungan serta berpartisipasi aktif dalam berbagai program madrasah. Keterlibatan mereka sebagai mitra strategis dapat membantu memperkuat promosi, membangun kepercayaan masyarakat, dan memperluas jaringan kerja sama yang mendukung peningkatan reputasi serta daya saing madrasah.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada kajian strategi school branding dalam konteks satu madrasah. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada lembaga pendidikan yang berbeda, menggunakan pendekatan atau metode penelitian yang lebih beragam, serta mengkaji aspek lain seperti pengaruh branding terhadap loyalitas masyarakat, kepuasan peserta didik, keputusan memilih sekolah, atau efektivitas media

digital dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memperkaya kajian keilmuan mengenai school branding dan manajemen pendidikan.

