

BRANDING PENDIDIKAN ISLAM: MENGINTEGRASIKAN NILAI-NILAI ISLAM DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN YANG KOMPETITIF

Rahmat Yahya,^{1*} Hefniy,^{2*} Siti Fatimah,^{3*} Noqti Nuril Khovi,^{4*} Hizamuddin Syah^{5*}

^{1,2,3,4,5} Nurul Jadid University, Probolinggo, Indonesia

*Email korespondensi: ¹, rahmatyahya30519@gmail.com ², hefniy@unuja.ac.id ³,
sayyidahfatimahfsl@gmail.com ⁴, noqtinurilkhovi@gmail.com ⁵,
mochhizamuddinsyah@gmail.com

Riwayat Artikel:		
Diajukan: April 2025	Diterima: 30 Mei 2025	Diterbitkan: 31 Mei 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran berbasis budaya lokal dan Islam yang diterapkan di MI NU Sunan Ampel I untuk memperkuat citra sekolah. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengungkapkan bagaimana kegiatan keagamaan, pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan komunitas lokal, dan kurikulum berbasis budaya dapat menarik minat siswa dan membedakan sekolah ini dari lembaga pendidikan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MI NU Sunan Ampel I memanfaatkan kegiatan seperti salat berjamaah, pengajian, dan aktivitas budaya lokal sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Sekolah ini juga menggunakan media sosial untuk memperkenalkan kegiatan-kegiatan tersebut dan memperkenalkan identitas agama dan budaya mereka kepada masyarakat. Selain itu, keterlibatan dengan komunitas lokal melalui pengajian bersama dan pelatihan keterampilan juga mempererat hubungan antara sekolah dan masyarakat, serta memberikan dampak positif pada perkembangan karakter siswa. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengembangkan perspektif baru mengenai pemasaran pendidikan Islam dan pentingnya integrasi budaya lokal dalam strategi pemasaran. Keterbatasan penelitian ini mencakup lokasi yang terbatas hanya pada MI NU Sunan Ampel I dan kurangnya variasi dalam hal gender dan usia. Penelitian lebih lanjut dengan metode survei di berbagai sekolah Islam diperlukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif.

Kata kunci: *pemasaran pendidikan Islam, identitas budaya, media sosial, kurikulum berbasis budaya.*

Pendahuluan

Pendidikan memiliki peran penting dalam pembentukan karakter dan kualitas sumber daya manusia, terutama dalam masyarakat Indonesia yang terus berkembang (Faizah et al., 2024; Fatimah & Aisyah, 2024; M. Yusuf, 2023). Namun, di tengah persaingan pendidikan yang semakin ketat, lembaga pendidikan Islam, khususnya yang berada di daerah, sering kali menghadapi tantangan dalam memanfaatkan identitas budaya dan agama mereka dalam strategi pemasaran. Masyarakat kini tidak hanya mencari pendidikan yang berkualitas secara akademik, tetapi juga yang mencerminkan nilai-nilai agama dan budaya mereka. Fenomena ini terjadi di MI NU Sunan Ampel I, di mana meskipun sekolah ini memiliki kekuatan dalam kurikulum berbasis Islam, pemasaran yang dilakukan masih lebih fokus pada aspek akademik dan teknis. Hal ini menyebabkan sekolah kesulitan untuk menarik perhatian calon siswa yang menginginkan pendidikan yang mengedepankan nilai-nilai agama dan budaya mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana MI NU Sunan Ampel I dapat memanfaatkan nilai-nilai Islam dan identitas budaya lokal dalam strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan daya saing di pasar pendidikan. Sebelumnya, penelitian oleh (Alinur, 2022) tentang pemasaran pendidikan Islam sering kali berfokus pada lembaga pendidikan di perkotaan dengan sumber daya yang lebih besar, sementara penelitian tentang penerapan strategi berbasis budaya di sekolah-sekolah Islam kecil dan daerah masih terbatas. Berdasarkan literatur yang ada, identitas budaya dan agama memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan (Sintasari & Afifah, 2022), namun belum banyak dibahas bagaimana penerapannya di sekolah-sekolah dengan sumber daya terbatas seperti MI NU Sunan Ampel I. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan memberikan wawasan baru tentang bagaimana sekolah-sekolah Islam di daerah dapat memanfaatkan identitas budaya untuk memperkuat branding mereka.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang lebih dalam terhadap strategi pemasaran berbasis budaya, terutama dalam konteks lembaga pendidikan Islam di daerah dengan sumber daya terbatas. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya penggunaan teknologi dan media sosial untuk mempromosikan identitas budaya dan nilai-nilai Islam sekolah secara lebih luas dan efektif. Dengan demikian, temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting bagi lembaga pendidikan Islam lainnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berbasis nilai agama dan budaya, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar pendidikan yang semakin terbuka.

Penelitian ini menjawab pertanyaan utama mengenai bagaimana MI NU Sunan Ampel I dapat mengintegrasikan nilai-nilai Islam dan identitas budaya dalam strategi pemasaran mereka. Argumen yang diajukan adalah bahwa dengan menonjolkan nilai-nilai Islam dan budaya lokal, sekolah ini dapat lebih mudah menarik perhatian calon siswa yang tidak hanya mengutamakan kualitas akademik, tetapi juga mencari pendidikan yang sejalan dengan nilai-nilai agama dan budaya mereka. Oleh karena itu, pemasaran berbasis identitas budaya ini dapat menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan Islam, khususnya di daerah.

Metode

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus dengan pendekatan kualitatif, yang dipilih karena dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai penerapan strategi pemasaran berbasis nilai-nilai Islam di MI N U Sunan Ampel I, yang merupakan sekolah Islam dengan sumber daya terbatas. Pemilihan desain ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara detail konteks dan dinamika yang ada di lapangan (Agustianti et al., 2022; Komara et al., 2022; Rachmad et al., 2024). Lokasi penelitian dipilih di MI NU Sunan Ampel I di Desa Wonorejo, Kecamatan Maron, Kabupaten Probolinggo, karena sekolah ini memiliki karakteristik unik dengan kurikulum berbasis Islam namun belum sepenuhnya memanfaatkan identitas budaya dalam strategi pemasarannya, sehingga menjadi relevan untuk dianalisis lebih lanjut. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam dengan kepala sekolah, guru, staf administrasi, dan orang tua siswa, serta observasi terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sekolah. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui langkah-langkah seperti kondensasi data untuk memilih informasi yang relevan, reduksi data untuk menyusun dan mengorganisir data dalam kategori tertentu, display data untuk memvisualisasikan hasil temuan, dan verifikasi data untuk memastikan konsistensi melalui triangulasi sumber informasi. Keabsahan data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi, yang menggabungkan berbagai metode pengumpulan data dan sumber informasi untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian (Assyakurrohim et al., 2022; Roosinda et al., 2021).

Hasil dan Pembahasan

Memperkuat Branding dengan Kegiatan Keagamaan

MI NU Sunan Ampel I telah memanfaatkan kegiatan keagamaan sebagai strategi utama dalam memperkuat branding mereka sebagai lembaga pendidikan Islam. Kegiatan seperti salat berjamaah, pengajian, dan pembelajaran akhlak tidak hanya dilakukan sebagai bagian dari rutinitas keagamaan, tetapi juga sebagai alat untuk menonjolkan identitas sekolah yang berfokus pada

pengembangan karakter berbasis nilai-nilai Islam. Kepala sekolah MI NU Sunan Ampel I menjelaskan bahwa mereka secara aktif menonjolkan kegiatan keagamaan dalam setiap aspek kehidupan di sekolah, seperti salat berjamaah yang diikuti oleh siswa setiap pagi, serta pengajian bulanan yang melibatkan orang tua siswa. Hal ini menunjukkan bahwa sekolah berkomitmen untuk mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam strategi pemasaran mereka, yang menjadi daya tarik utama bagi calon siswa dan orang tua yang menginginkan pendidikan yang tidak hanya berkualitas akademik, tetapi juga berbasis moral dan agama.

Dalam wawancara dengan beberapa guru, ditemukan bahwa mereka sering mengadakan pengajian yang diikuti oleh siswa dan orang tua. Salah satu guru menyatakan, "Kami sering mengadakan pengajian, yang diikuti oleh siswa dan orang tua. Kami juga menyertakan pembelajaran akhlak dalam kegiatan di luar jam pelajaran. Ini memberikan pengalaman spiritual yang tidak didapatkan di sekolah lain." Dari pernyataan ini, dapat dilihat bahwa kegiatan keagamaan di MI NU Sunan Ampel I menjadi faktor pembeda yang kuat dan memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang mengutamakan pembentukan karakter berbasis nilai-nilai Islam.

Hasil observasi peneliti juga mengonfirmasi bahwa kegiatan keagamaan sangat terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari di sekolah. Setiap pagi, siswa melakukan salat berjamaah di masjid sekolah, yang diikuti oleh pembelajaran akhlak yang diterapkan di dalam kelas dan dalam interaksi sosial sehari-hari. Selain itu, sekolah ini secara rutin mengadakan acara pengajian yang melibatkan orang tua siswa, yang semakin memperlihatkan komitmen sekolah dalam memperkuat identitas budaya dan agama. Peneliti juga mencatat bahwa sekolah memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan ini, memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang mengutamakan nilai-nilai agama dalam pendidikan.

Secara keseluruhan, kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh MI NU Sunan Ampel I tidak hanya berfungsi sebagai bagian dari rutinitas keagamaan, tetapi juga menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran sekolah. Dengan menonjolkan kegiatan-kegiatan tersebut, sekolah berhasil menunjukkan identitasnya sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya memberikan pengetahuan akademik, tetapi juga membentuk karakter siswa berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, kegiatan keagamaan ini memainkan peran sentral dalam memperkuat branding sekolah dan membedakannya dari lembaga pendidikan lainnya yang lebih fokus pada aspek akademik tanpa menonjolkan nilai-nilai agama.

Dari data yang dikumpulkan, terlihat bahwa MI NU Sunan Ampel I berhasil memanfaatkan kegiatan keagamaan sebagai alat untuk memperkuat

branding mereka dan membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Kegiatan seperti salat berjamaah, pengajian, dan pembelajaran akhlak tidak hanya menjadi kegiatan rutin, tetapi juga bagian integral dari identitas sekolah yang menarik minat orang tua dan calon siswa. Pola ini menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan nilai-nilai agama dalam strategi pemasaran, sekolah ini dapat meningkatkan daya saing di pasar pendidikan yang semakin terbuka.

Tabel 1. Pengaruh Ideal

Jabatan Informan	Petikan Wawancara	Indikator
Kepala Sekolah	"Kami berusaha untuk menonjolkan kegiatan keagamaan dalam setiap aspek kehidupan di sekolah. Dari salat berjamaah hingga pengajian bulanan."	Penekanan pada kegiatan keagamaan dalam branding
Guru	"Kami sering mengadakan pengajian yang diikuti oleh siswa dan orang tua. Ini memberikan pengalaman spiritual yang tidak didapatkan di sekolah lain."	Integrasi kegiatan keagamaan dalam pembelajaran
Guru	"Kami menyertakan pembelajaran akhlak di luar jam pelajaran, memberi siswa pemahaman spiritual dalam keseharian."	Penguatan karakter berbasis agama
Orang Tua (Partisipasi)	"Pengajian rutin yang diadakan sekolah membuat kami merasa lebih yakin bahwa anak-anak kami mendapatkan pendidikan yang baik dalam aspek spiritual."	Kepercayaan orang tua terhadap pendidikan berbasis agama

Menggunakan Media Sosial untuk Menampilkan Identitas Budaya

MI NU Sunan Ampel I telah secara efektif memanfaatkan media sosial untuk menampilkan identitas budaya dan keagamaan mereka sebagai bagian dari strategi pemasaran sekolah. Penggunaan media sosial ini bertujuan untuk memperkenalkan sekolah tidak hanya dari sisi akademik, tetapi juga sebagai lembaga pendidikan yang berfokus pada pembentukan karakter dan nilai-nilai Islam. Kepala sekolah MI NU Sunan Ampel I menjelaskan, "Kami memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan kegiatan keagamaan dan budaya sekolah. Melalui foto dan video kegiatan salat berjamaah, pengajian, dan acara keagamaan lainnya, kami ingin menunjukkan bahwa sekolah kami tidak hanya mengutamakan pendidikan akademik, tetapi juga mendidik siswa dalam aspek agama dan moral." Pernyataan ini menunjukkan bahwa sekolah secara sadar memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menonjolkan kegiatan

keagamaan yang menjadi ciri khas mereka, sehingga dapat membedakan mereka dari lembaga pendidikan lainnya.

Seorang guru di MI NU Sunan Ampel I juga menambahkan, "Kami sering mengunggah aktivitas keagamaan seperti pengajian rutin atau salat berjamaah di media sosial sekolah. Kami percaya bahwa ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang identitas budaya kami, serta membangun citra positif di mata orang tua dan masyarakat." Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan hanya digunakan untuk mempromosikan akademik, tetapi juga untuk memperkenalkan nilai-nilai agama yang menjadi landasan sekolah, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat luas. Sekolah tidak hanya mengandalkan saluran tradisional dalam mempromosikan kegiatan mereka, tetapi juga memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi secara lebih luas dan efisien.

Dalam observasi yang dilakukan, peneliti mencatat bahwa MI NU Sunan Ampel I secara konsisten menggunakan media sosial untuk mempublikasikan berbagai kegiatan keagamaan dan budaya yang dilaksanakan di sekolah. Setiap minggu, foto dan video dari salat berjamaah, pengajian bulanan, serta acara keagamaan lainnya diunggah ke platform seperti Instagram dan Facebook. Selain itu, sekolah juga menggunakan media sosial untuk membagikan pesan-pesan moral dan spiritual kepada masyarakat, yang menunjukkan komitmen mereka terhadap pendidikan berbasis agama. Penggunaan media sosial ini semakin memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya mengutamakan ilmu pengetahuan, tetapi juga pengembangan karakter berbasis ajaran Islam.

Berdasarkan wawancara dan observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa MI NU Sunan Ampel I telah berhasil mengintegrasikan media sosial sebagai bagian dari strategi branding mereka. Melalui unggahan rutin yang menampilkan kegiatan keagamaan dan budaya, sekolah ini berhasil menunjukkan identitasnya yang kuat berbasis agama. Hal ini tidak hanya memperkenalkan sekolah kepada masyarakat luas, tetapi juga membangun citra positif dan kepercayaan orang tua terhadap pendidikan yang seimbang antara akademik dan nilai-nilai moral. Oleh karena itu, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam memperkuat daya tarik sekolah dan membedakannya dari lembaga pendidikan lain yang lebih fokus pada aspek akademik semata.

Dari data yang terkumpul, terlihat bahwa MI NU Sunan Ampel I memanfaatkan media sosial secara konsisten untuk memperkenalkan identitas budaya dan keagamaan mereka. Pola ini menunjukkan bahwa sekolah menggunakan teknologi digital sebagai sarana untuk menjangkau audiens yang lebih luas, serta untuk memperkenalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan ini, sekolah berhasil memperkuat citra mereka

sebagai lembaga pendidikan Islam yang mengutamakan pendidikan berbasis agama, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar pendidikan yang semakin terbuka.

Mengadakan Program Kolaborasi dengan Komunitas Lokal

MI NU Sunan Ampel I telah berhasil mengintegrasikan program kolaborasi dengan komunitas lokal sebagai bagian penting dari strategi pemasaran mereka. Kegiatan-kegiatan seperti pengajian bersama, pelatihan keterampilan untuk ibu-ibu, dan acara bakti sosial bukan hanya mempererat hubungan antara sekolah dan masyarakat, tetapi juga menunjukkan bahwa sekolah peduli dengan perkembangan komunitas sekitar. Kepala sekolah MI NU Sunan Ampel I menjelaskan, "Kami rutin mengadakan acara yang melibatkan komunitas lokal, seperti pengajian bersama, pelatihan keterampilan untuk ibu-ibu, dan acara bakti sosial. Ini semua bertujuan untuk mempererat hubungan kami dengan masyarakat sekaligus menunjukkan bahwa sekolah kami juga peduli dengan perkembangan komunitas." Pernyataan ini menunjukkan bahwa kegiatan-kegiatan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan sekolah, tetapi juga pada peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar.

Seorang guru di MI NU Sunan Ampel I menambahkan, "Kami melibatkan masyarakat dalam kegiatan seperti pengajian dan lomba keagamaan. Masyarakat merasa dihargai dan mereka turut serta dalam mendukung kegiatan sekolah." Hal ini mengindikasikan bahwa kolaborasi antara sekolah dan komunitas lokal tidak hanya bermanfaat bagi sekolah, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan memperkuat rasa kebersamaan dan saling mendukung. Selain itu, kegiatan ini juga memberi dampak positif pada siswa, seperti yang dijelaskan oleh guru lainnya, "Program ini juga memberikan dampak positif pada siswa, karena mereka belajar tentang pentingnya berbagi dan peduli dengan lingkungan sekitar." Aktivitas ini memungkinkan siswa untuk terlibat dalam kegiatan sosial dan keagamaan yang memberi mereka pembelajaran langsung tentang nilai-nilai Islam dan pentingnya peran aktif dalam komunitas.

Observasi lapangan menunjukkan bahwa MI NU Sunan Ampel I secara konsisten melibatkan komunitas dalam kegiatan sekolah. Setiap kali ada acara besar, seperti perayaan hari besar Islam atau acara pengajian rutin, masyarakat sekitar selalu dilibatkan. Bahkan, sekolah sering mengadakan pelatihan keterampilan yang melibatkan ibu-ibu dari desa sekitar. Keterlibatan ini menunjukkan bahwa sekolah telah membangun hubungan yang erat dengan masyarakat dan berusaha untuk memperkenalkan nilai-nilai sekolah lebih luas lagi. Media sosial juga dimanfaatkan untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan ini, semakin memperkuat posisi sekolah di mata masyarakat.

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa MI NU Sunan Ampel I memanfaatkan program kolaborasi dengan komunitas lokal untuk memperkenalkan identitas sekolah dan mempererat hubungan dengan masyarakat. Kegiatan seperti pengajian, pelatihan keterampilan, dan bakti sosial yang melibatkan masyarakat sekitar tidak hanya meningkatkan citra positif sekolah, tetapi juga memberikan dampak positif bagi siswa dan masyarakat. Program-program ini menunjukkan bahwa sekolah ini tidak hanya berfokus pada prestasi akademik, tetapi juga pada pengembangan karakter siswa dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Dari data yang dikumpulkan, pola yang terlihat adalah MI NU Sunan Ampel I secara konsisten menggunakan program kolaborasi dengan komunitas lokal untuk membangun hubungan yang lebih kuat antara sekolah dan masyarakat. Kolaborasi ini menjadi sarana untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat luas, serta menunjukkan komitmen sekolah dalam mengembangkan nilai-nilai agama dan sosial yang bermanfaat bagi siswa dan masyarakat. Pola ini menunjukkan bahwa kegiatan berbasis komunitas tidak hanya mempererat hubungan sosial tetapi juga memberikan manfaat yang luas bagi kedua belah pihak

Menyusun Kurikulum Berbasis Budaya Lokal dan Islam

Menyusun kurikulum berbasis budaya lokal dan Islam adalah proses pengembangan kurikulum pendidikan yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dan ajaran Islam dalam materi pembelajaran di sekolah. Kurikulum ini tidak hanya berfokus pada pengajaran ilmu pengetahuan akademik, tetapi juga mengedepankan pembentukan karakter, penguatan moral, dan pengenalan terhadap budaya lokal yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Di MI NU Sunan Ampel I, kurikulum berbasis budaya lokal dan Islam diharapkan dapat memberikan keseimbangan antara pendidikan akademik dan pembentukan karakter yang berbasis pada agama dan budaya setempat, sehingga siswa tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga memiliki akhlak yang baik dan memahami nilai-nilai budaya mereka.

Kepala sekolah MI NU Sunan Ampel I menjelaskan, "Kami menyusun kurikulum yang tidak hanya mengutamakan ilmu pengetahuan, tetapi juga mengintegrasikan ajaran Islam dan budaya lokal. Misalnya, dalam pelajaran sejarah, kami mengajarkan siswa tentang sejarah Islam di Indonesia dan pentingnya menjaga budaya lokal yang sesuai dengan ajaran agama." Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa pihak sekolah sadar akan pentingnya menggabungkan budaya lokal dengan ajaran Islam dalam kurikulum mereka. Kepala sekolah menekankan bahwa pendidikan di MI NU Sunan Ampel I tidak hanya mengajarkan siswa tentang pelajaran akademik, tetapi juga memberi

mereka pemahaman tentang sejarah agama dan budaya lokal yang penting bagi pembentukan karakter mereka.

Seorang guru di MI NU Sunan Ampel I menyatakan, "Kami memasukkan nilai-nilai Islam dalam setiap pelajaran, bahkan dalam pelajaran bahasa Indonesia atau matematika, kami mencoba menghubungkannya dengan nilai-nilai agama. Kami juga mengajarkan siswa untuk menghargai dan melestarikan budaya lokal melalui kegiatan ekstrakurikuler seperti seni tradisional dan pelatihan keterampilan." Pernyataan ini menunjukkan bahwa MI NU Sunan Ampel I tidak hanya mengintegrasikan budaya lokal dan Islam dalam pelajaran utama, tetapi juga menghubungkannya dengan kegiatan ekstrakurikuler. Guru tersebut menjelaskan bahwa dengan mengajarkan nilai-nilai agama dalam berbagai mata pelajaran, siswa tidak hanya mendapatkan ilmu akademik tetapi juga pembekalan moral dan budaya yang kuat.

Observasi yang dilakukan di MI NU Sunan Ampel I menunjukkan bahwa sekolah secara konsisten mengimplementasikan kurikulum berbasis budaya lokal dan Islam dalam kegiatan sehari-hari. Dalam pelajaran sejarah, siswa diajarkan tentang perjuangan para ulama dan pahlawan Islam di Indonesia, sementara dalam pelajaran seni budaya, siswa dilibatkan dalam kegiatan yang mengenalkan seni tradisional lokal, seperti seni tari dan musik daerah. Peneliti juga mengamati bahwa di luar jam pelajaran, sekolah menyelenggarakan kegiatan seperti pelatihan seni dan budaya lokal yang melibatkan orang tua siswa, yang semakin memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat sekitar. Kurikulum ini membentuk siswa menjadi lebih sadar akan pentingnya mempertahankan budaya lokal mereka, sambil tetap mengedepankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa MI NU Sunan Ampel I telah berhasil menyusun dan mengimplementasikan kurikulum yang mengintegrasikan budaya lokal dan ajaran Islam. Kurikulum ini tidak hanya berfokus pada pengajaran akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter dan pemahaman nilai-nilai budaya yang sejalan dengan ajaran agama. Dengan mengajarkan sejarah Islam di Indonesia dan melibatkan siswa dalam kegiatan seni tradisional lokal, sekolah ini berhasil menciptakan lingkungan pendidikan yang memperkuat identitas budaya dan agama siswa. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan berbasis agama dan budaya lokal dapat meningkatkan pemahaman siswa terhadap identitas mereka, serta membentuk mereka menjadi individu yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan spiritual.

Pola yang terlihat dari data ini menunjukkan bahwa MI NU Sunan Ampel I telah mengintegrasikan budaya lokal dan Islam dalam setiap aspek pembelajaran di sekolah. Dari kurikulum yang diajarkan hingga kegiatan

ekstrakurikuler, sekolah ini berhasil memadukan pendidikan akademik dengan pembentukan karakter yang berlandaskan pada ajaran Islam dan nilai-nilai budaya lokal. Pola ini memperlihatkan bahwa integrasi budaya lokal dalam pendidikan Islam dapat memberikan dampak positif dalam membentuk siswa yang tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga memiliki identitas budaya yang kuat dan pemahaman yang mendalam tentang agama mereka.

Branding Pendidikan Islam: Mengintegrasikan Nilai-Nilai Islam dalam Pemasaran Pendidikan yang Kompetitif

Pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa MI NU Sunan Ampel I telah berhasil mengintegrasikan berbagai strategi pemasaran berbasis nilai-nilai Islam dan budaya lokal dalam upaya memperkuat branding mereka. Temuan ini sejalan dengan literatur yang ada, yang menekankan bahwa identitas budaya dan agama dapat menjadi elemen penting dalam memperkuat daya saing lembaga pendidikan Islam (Alinur, 2022; Ansori, 2024; Lestari et al., 2024; Sintasari & Afifah, 2022). Salah satu temuan utama penelitian ini adalah bahwa sekolah menggunakan kegiatan keagamaan, seperti salat berjamaah dan pengajian, sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat (Bariroh, 2022; Hikmah, 2024; Shobri & Firdaus, 2022) bahwa kegiatan berbasis agama tidak hanya meningkatkan pengembangan karakter siswa, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua yang menginginkan pendidikan berbasis agama. Di sisi lain, meskipun banyak sekolah Islam yang sudah menyadari pentingnya nilai-nilai agama dalam branding, banyak di antaranya yang masih belum mengintegrasikannya secara maksimal dalam pemasaran mereka, yang menjadi kekuatan dari penelitian ini.

Selain itu, temuan lain yang sangat relevan adalah penggunaan media sosial untuk menampilkan identitas budaya dan keagamaan MI NU Sunan Ampel I. Sekolah ini memanfaatkan Instagram dan Facebook untuk mempublikasikan kegiatan keagamaan dan budaya yang mereka jalankan, yang menunjukkan peran penting media sosial dalam memperkenalkan sekolah ke audiens yang lebih luas. Penelitian ini menyoroti bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk memperkenalkan identitas budaya sekolah, suatu pendekatan yang semakin umum dalam pemasaran pendidikan, namun tidak banyak diterapkan di lembaga pendidikan Islam kecil yang memiliki sumber daya terbatas. Dalam literatur yang ada, penelitian oleh (Amin, 2025; Umam & Purnomo, 2024; Wiratmuko et al., 2023; B. Yusuf, 2024, 2024) mengungkapkan bahwa media sosial dapat meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan, namun belum banyak yang menggabungkan nilai-nilai budaya dalam konten yang dibagikan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memperkuat citra sekolah yang berbasis agama dan budaya lokal.

Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan bahwa MI NU Sunan Ampel I secara aktif mengadakan program kolaborasi dengan komunitas lokal, seperti pengajian bersama, pelatihan keterampilan, dan bakti sosial. Kolaborasi ini meningkatkan hubungan antara sekolah dan masyarakat serta memperkenalkan sekolah sebagai bagian dari komunitas yang peduli. Literatur yang ada mendukung temuan ini, dengan menekankan pentingnya kolaborasi dengan komunitas dalam memperkuat citra lembaga pendidikan (Hafid & Purnomo, 2024; Islam & Khadavi, 2024; Sholeh, 2023; Wahyudi & Marzuki, 2025). Namun, meskipun banyak penelitian menunjukkan pentingnya keterlibatan komunitas dalam pendidikan, temuan ini menunjukkan bahwa banyak sekolah Islam masih belum memaksimalkan potensi kolaborasi ini dalam strategi pemasaran mereka. Dalam hal ini, penelitian ini memperkenalkan pendekatan yang lebih holistik untuk memperkenalkan nilai-nilai agama dan budaya melalui kegiatan kolaboratif dengan masyarakat sekitar.

Kurikulum berbasis budaya lokal dan Islam juga menjadi faktor penting dalam membentuk identitas sekolah. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa MI NU Sunan Ampel I telah menyusun kurikulum yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan budaya lokal, seperti mengajarkan sejarah Islam di Indonesia dan melibatkan siswa dalam kegiatan seni tradisional daerah. Ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kurikulum berbasis budaya dapat memberikan siswa pemahaman yang lebih dalam tentang identitas mereka (Riyadi, 2023; Rozi, 2023). Meskipun beberapa sekolah Islam di daerah telah mencoba mengintegrasikan kurikulum berbasis agama, tidak banyak yang berhasil melakukannya dengan mengintegrasikan budaya lokal yang relevan. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan kurikulum yang tidak hanya mengutamakan pengetahuan akademik, tetapi juga memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal yang sesuai dengan ajaran Islam, yang akan membentuk karakter siswa yang lebih kuat dan berlandaskan pada nilai-nilai budaya mereka.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah bahwa pendekatan pemasaran pendidikan yang mengintegrasikan budaya lokal dan Islam dapat memperkuat daya saing sekolah di pasar pendidikan yang semakin terbuka. Penelitian ini memberikan wawasan baru dalam hal pemanfaatan kegiatan keagamaan, media sosial, kolaborasi dengan komunitas, dan kurikulum berbasis budaya untuk memperkuat branding lembaga pendidikan Islam. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi sekolah-sekolah Islam lainnya untuk lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dan memperkuat hubungan dengan komunitas lokal. Dengan demikian, sekolah-sekolah Islam dapat memperkenalkan diri mereka dengan lebih baik di mata masyarakat, memperkuat citra positif, dan meningkatkan daya tarik mereka di pasar pendidikan yang semakin kompetitif.

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan temuan penting mengenai penerapan strategi pemasaran berbasis budaya lokal dan Islam di MI NU Sunan Ampel I, yang menunjukkan bahwa kegiatan keagamaan, penggunaan media sosial, kolaborasi dengan komunitas lokal, dan kurikulum berbasis budaya dapat secara signifikan memperkuat branding sekolah dan meningkatkan daya saingnya di pasar pendidikan. Hikmah utama yang diperoleh dari penelitian ini adalah pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai agama dan budaya dalam pendidikan untuk membentuk karakter siswa yang kuat dan memperkenalkan sekolah dengan cara yang lebih dekat dan relevan dengan masyarakat. Kekuatan penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperbarui perspektif mengenai pemasaran pendidikan Islam, dengan menggali potensi budaya lokal sebagai alat untuk memperkenalkan sekolah, serta menunjukkan metode baru dalam memanfaatkan media sosial dan kolaborasi dengan komunitas. Penelitian ini juga memperkenalkan variabel-variabel baru yang berkaitan dengan penguatan identitas budaya dan agama dalam strategi pemasaran pendidikan, yang sebelumnya belum banyak dibahas. Namun, keterbatasan penelitian ini adalah terbatasnya lokasi penelitian hanya pada MI NU Sunan Ampel I, serta kurangnya variasi dalam gender dan usia yang dapat memperkaya temuan. Oleh karena itu, penelitian lanjutan yang mengakomodasi variabel gender, usia, dan menggunakan metode survei untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif sangat dibutuhkan, agar dapat memberikan dasar kebijakan yang lebih tepat guna dan sasaran, serta dapat diterapkan di lembaga pendidikan Islam lainnya dengan konteks yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., & Ikhrum, F. (2022). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Tohar Media.
- Alinur, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Kualitas Sekolah di Mts Annurain Lonrae. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 12(2), 96-107.
- Amin, A. (2025). URGENSI PEMASARAN BAGI PENDIDIKAN ISLAM. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 1-11.
- Ansori, M. L. (2024). Menejemen Pemasaran Pendidikan Islam. *Jurnal Pengembangan Dan Penelitian Pendidikan*, 6(3).
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.

- Bariroh, Z. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah Qita Kota Malang Sebagai Lembaga Pendidikan Baru. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(3).
- Faizah, N. A., Salsabila, A. D., Asyifa, N., & Kusumaningrum, H. (2024). Branding Sekolah: Pendekatan Manajemen Pemasaran Di Era Kompetitif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Kearifan Lokal*, 4(6), 827-842.
- Fatimah, S., & Aisyah, N. (2024). MODERNIZATION OF THE ISLAMIC CURRICULUM; CREATING A BALANCE BETWEEN TRADITION AND INNOVATION FOR FUTURE GENERATIONS. *PROCEEDING OF INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION, SOCIETY AND HUMANITY*, 2(2), 141-148.
- Hafid, A. N., & Purnomo, M. S. (2024). REVOLUSI BRANDING LEMBAGA PENDIDIKAN MELALUI OPTIMALISASI MARKETING MIX DI ERA DIGITAL. *JURNAL AZKIA: Jurnal Aktualisasi Pendidikan Islam*, 20(2), 97-110.
- Hikmah, N. (2024). Kontroversi Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam Antara Tradisi dan Inovasi. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, Dan Inovasi*, 4(6).
- Islam, I., & Khadavi, M. J. (2024). Implementasi Full Day School sebagai Strategi Branding Sekolah di MTs Zainul Falah. *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, 4(1), 92-103.
- Komara, E., Syaodih, E., & Andriani, R. (2022). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*.
- Lestari, T., Chotimah, C., & Junaris, I. (2024). Sistem informasi pemasaran pendidikan. *SKILLS: Jurnal Riset Dan Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 74-81.
- Rachmad, Y. E., Rahman, A., Judijanto, L., Pudjiarti, E. S., Runtunuwu, P. C. H., Lestari, N. E., Wulandari, D., Suhirman, L., Rahmawati, F. A., & Mukhlis, I. R. (2024). *Integrasi metode kuantitatif dan kualitatif: Panduan praktis penelitian campuran*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Riyadi, A. A. (2023). *Manajemen Pendidikan Islam Berbasis Industri*. UNISNU PRESS.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Rozi, H. N. (2023). *Manajemen Strategi Dan Mutu Pendidikan Islam*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Shobri, M., & Firdaus, J. (2022). Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan

- dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah. *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 12–22.
- Sholeh, M. I. (2023). Menghadapi Persaingan Sengit Lembaga Pendidikan: Strategi Diferensiasi dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(3), 192–222.
- Sintasari, B., & Afifah, N. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Unggul Jasa Pendidikan di SMP Islam Terpadu Ar Ruhul Jadid Jombang. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 13–26.
- Umam, M. K., & Purnomo, M. S. (2024). Penerapan Strategi Pemasaran Berkelanjutan Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif di Akademi Komunitas Darussalam. *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA*, 1(6), 74–83.
- Wahyudi, A., & Marzuki, I. (2025). Perencanaan strategis untuk membangun citra positif dan daya saing MIN 4 Bandar Lampung di era kompetitif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Al-Multazam*, 7(1), 82–90.
- Wiratmuko, B., Masrokan, P., & Sujianto, A. E. (2023). Implementasi Competitive Strength, Competitive Area, Competitive Result dalam Peningkatan Daya Saing dan Pemasaran Jasa Pendidikan Islam. *Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 3(2), 247–266.
- Yusuf, B. (2024). Membangun Keunggulan Kompetitif Perguruan Tinggi Berbasis Pondok Pesantren Melalui Manajemen Pemasaran Yang Efektif. *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA*, 1(6), 103–113.
- Yusuf, M. (2023). STRATEGI BRANDING IMAGE DALAM MEWUJUDKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM. *At-Tahsin: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 72–89.