

ISLAMIC EDUCATION MARKETING: LEVERAGING CULTURAL IDENTITY FOR COMPETITIVE ADVANTAGE

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

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

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

Riwayat Artikel:

Diajukan: April 2025

Diterima: 30 Mei 2025

Diterbitkan: 31 Mei 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana identitas budaya Islam dapat digunakan dalam strategi pemasaran di SMK NU Bantaran Probolinggo, dengan fokus pada integrasi nilai-nilai agama dalam promosi sekolah. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penting bagi lembaga pendidikan Islam untuk menonjolkan keunikan budaya dan agama mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam dan observasi terhadap kegiatan pemasaran sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran memanfaatkan nilai-nilai Islam, seperti salat berjamaah, kajian Islam, dan pengajaran akhlak, sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menarik calon siswa. Sekolah ini juga menggunakan media sosial untuk mempromosikan kegiatan keagamaan tersebut, yang memperkuat identitas budaya Islam mereka. Temuan ini mendukung literatur yang menunjukkan bahwa identitas budaya dan agama dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi lembaga pendidikan. Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai pentingnya pendekatan berbasis budaya dalam pemasaran pendidikan Islam dan menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut yang melibatkan faktor seperti gender dan usia untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Kata kunci: *pemasaran pendidikan Islam, identitas budaya, nilai-nilai Islam, dan media sosial*

Pendahuluan

Pendidikan memiliki peran penting dalam pembangunan masyarakat, dan dalam konteks global yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua (Fatimah & Aisyah, 2024; Riyanto & Kharisma, 2024). Pendidikan Islam, khususnya, menghadapi tantangan dalam

mempertahankan identitas budaya dan nilai-nilai agama di tengah pasar pendidikan yang lebih luas dan terbuka. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memilih lembaga pendidikan yang tidak hanya memberikan kualitas akademik tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya dan agama, penelitian ini menjadi penting (Fatimah, 2025; Yusuf, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pemasaran pendidikan Islam dapat diperkuat dengan menonjolkan identitas budaya sebagai daya tarik utama, terutama di SMK NU Bantaran Probolinggo, yang dapat membantu lembaga pendidikan Islam berkompetisi di pasar global.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh lembaga pendidikan Islam adalah kurangnya strategi pemasaran yang memanfaatkan kekuatan identitas budaya untuk menarik minat calon siswa. Banyak lembaga pendidikan Islam yang kesulitan untuk membedakan diri di pasar yang lebih luas, di mana lembaga pendidikan sekuler dengan sumber daya yang lebih besar lebih dominan. Di SMK NU Bantaran, meskipun memiliki nilai-nilai Islam yang kental dalam kurikulum, pemasaran yang dilakukan lebih menekankan pada aspek akademik dan teknis, tanpa menggali potensi identitas budaya tersebut. Fenomena ini menjadi tantangan bagi lembaga pendidikan Islam, yang perlu menemukan cara untuk menonjolkan nilai-nilai tersebut dalam strategi pemasaran mereka.

Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa banyak sekolah Islam, termasuk SMK NU Bantaran, belum sepenuhnya memanfaatkan identitas budaya mereka dalam pemasaran. Meskipun sekolah ini mengedepankan kurikulum yang berbasis nilai-nilai Islam, banyak promosi yang dilakukan lebih berfokus pada aspek teknis pendidikan, tanpa menonjolkan identitas budaya Islam yang dapat menjadi kekuatan untuk membedakan sekolah ini dari yang lainnya. Hal ini mengakibatkan sekolah kesulitan untuk menarik perhatian calon siswa yang mencari pendidikan yang tidak hanya berkualitas secara akademik tetapi juga sesuai dengan keyakinan dan budaya mereka.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan identitas budaya dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi lembaga pendidikan, seperti yang ditemukan dalam studi pemasaran pendidikan oleh (M. N. Hakim & Rozi, 2024; Rozi, 2023), yang menyatakan bahwa nilai-nilai unik, seperti identitas budaya atau agama, dapat meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan. Namun, kebanyakan penelitian lebih berfokus pada sekolah-sekolah besar di perkotaan dan belum banyak dilakukan di sekolah-sekolah menengah kejuruan Islam di daerah. Beberapa studi oleh (Amelia, 2023; Marhamah et al., 2025) telah membahas pentingnya karakteristik budaya dalam pemasaran, namun penelitian tentang penerapannya di lembaga pendidikan Islam dengan sumber daya terbatas masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan fokus pada bagaimana SMK NU

Bantaran dapat memanfaatkan identitas budaya untuk membangun keunggulan kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana identitas budaya dapat dimanfaatkan dalam pemasaran pendidikan Islam, terutama di SMK NU Bantaran Probolinggo. Fokus utama penelitian ini adalah menggali potensi nilai-nilai budaya lokal dan agama sebagai alat untuk menarik calon siswa dan meningkatkan daya saing sekolah. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pemanfaatan identitas budaya di sekolah menengah kejuruan Islam yang lebih kecil, yang mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan kekuatan budaya dalam pemasaran mereka. Penelitian ini juga diharapkan memberikan wawasan baru tentang bagaimana pendekatan berbasis budaya dapat diterapkan dalam konteks pendidikan Islam, yang dapat menguntungkan sekolah-sekolah lain di tingkat lokal maupun nasional.

Pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana SMK NU Bantaran dapat memanfaatkan identitas budaya mereka dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing di pasar pendidikan yang semakin terbuka. Kami berargumen bahwa dengan menonjolkan identitas budaya dan nilai-nilai Islam, SMK NU Bantaran dapat lebih mudah menarik calon siswa yang tidak hanya mengutamakan kualitas akademik tetapi juga mencari pendidikan yang mengajarkan dan menghargai nilai-nilai agama dan budaya mereka. Hal ini diharapkan dapat memberikan keunggulan dalam menghadapi persaingan pendidikan yang semakin ketat.

Metode

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus dengan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi bagaimana identitas budaya dimanfaatkan dalam strategi pemasaran di SMK NU Bantaran Probolinggo. Studi kasus dipilih karena memberikan kesempatan untuk memahami lebih dalam tentang penerapan konsep pemasaran pendidikan Islam di sekolah dengan sumber daya terbatas, yang masih jarang diteliti sebelumnya (Assyakurrohim et al., 2022; Nasution, 2023). Lokasi penelitian dipilih di SMK NU Bantaran Probolinggo karena sekolah ini memiliki kekayaan nilai-nilai budaya dan agama yang kuat, namun belum sepenuhnya memanfaatkan aspek tersebut dalam strateginya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan berbagai informan, termasuk kepala sekolah, guru, staf administrasi, dan orang tua siswa, serta observasi terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sekolah. Data yang terkumpul dianalisis dengan langkah-langkah seperti kondensasi data, yang berfokus pada informasi yang relevan, reduksi data untuk menyusun dan mengorganisir data dalam kategori tertentu, display data untuk memvisualisasikan hasil temuan dalam format yang mudah dipahami, dan verifikasi data untuk memastikan konsistensi melalui perbandingan berbagai

sumber informasi. Keabsahan data diperiksa menggunakan teknik triangulasi, yang menggabungkan berbagai sumber data dan metode pengumpulan data untuk memastikan validitas dan keandalan temuan (Roosinda et al., 2021).

Hasil dan Pembahasan

Menonjolkan Nilai-Nilai Islam dalam Pemasaran

Menonjolkan nilai-nilai Islam dalam pemasaran pendidikan berarti mengintegrasikan prinsip-prinsip ajaran Islam dalam strategi promosi sekolah, dengan tujuan untuk menampilkan identitas sekolah yang kuat berdasarkan nilai-nilai agama. Ini melibatkan penggambaran sekolah sebagai tempat yang tidak hanya fokus pada akademik, tetapi juga pada pengembangan karakter dan moral siswa sesuai dengan ajaran Islam. Penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan sehari-hari di sekolah diharapkan dapat menarik calon siswa dan orang tua yang mencari pendidikan yang tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memperkuat akhlak dan karakter berdasarkan agama.

Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah SMK NU Bantaran, diketahui bahwa mereka secara aktif menonjolkan nilai-nilai Islam dalam strategi pemasarannya. Kepala sekolah menyatakan, "Kami selalu berusaha menampilkan kegiatan keagamaan dan nilai-nilai Islami dalam setiap promosi sekolah. Kami ingin orang tua tahu bahwa di sini anak-anak tidak hanya belajar ilmu pengetahuan, tetapi juga akhlak dan nilai-nilai agama." Pernyataan ini menunjukkan bahwa pihak sekolah dengan sengaja memanfaatkan nilai-nilai agama untuk menarik minat calon siswa, dengan menekankan pada keseimbangan antara pendidikan akademik dan pembentukan karakter berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

Selanjutnya, wawancara dengan beberapa guru juga mengungkapkan bahwa mereka merasa kegiatan yang berfokus pada nilai-nilai Islami memberikan dampak positif dalam menarik perhatian calon siswa. Salah satu guru mengungkapkan, "Kami sering mengadakan kegiatan keagamaan seperti pengajian dan pembelajaran akhlak di luar jam pelajaran. Hal ini tidak hanya memberikan pengalaman spiritual bagi siswa, tetapi juga menunjukkan bahwa sekolah ini memiliki identitas yang kuat dalam nilai-nilai agama." Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan berbasis agama yang dilakukan oleh sekolah berfungsi sebagai strategi pemasaran yang efektif karena mampu menggambarkan komitmen sekolah terhadap nilai-nilai moral dan agama.

Selama observasi di lapangan, peneliti melihat bahwa SMK NU Bantaran secara aktif menampilkan nilai-nilai Islam dalam berbagai kegiatan. Kegiatan tersebut termasuk salat berjamaah, kajian Islam, dan pelatihan kepemimpinan

yang berbasis pada akhlak Islami. Sekolah juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan ini, dengan berbagi foto dan video dari acara keagamaan yang diadakan di sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran tidak hanya mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam kegiatan akademik, tetapi juga menjadikannya bagian dari identitas yang dipromosikan kepada masyarakat, termasuk calon siswa dan orang tua. Dengan cara ini, sekolah berusaha membedakan dirinya dari lembaga pendidikan lain yang mungkin tidak menekankan nilai-nilai agama dalam kegiatan mereka.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran menggunakan nilai-nilai Islam sebagai strategi utama dalam pemasaran pendidikan mereka. Kegiatan keagamaan yang diterapkan dalam kehidupan sekolah, seperti pengajian dan salat berjamaah, tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan kompetensi akademik siswa, tetapi juga membentuk karakter yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan memanfaatkan nilai-nilai agama dalam promosi, sekolah ini berhasil memperkuat identitasnya sebagai lembaga pendidikan Islam yang tidak hanya mengutamakan ilmu pengetahuan, tetapi juga akhlak dan moral. Hal ini juga membedakan SMK NU Bantaran dari sekolah-sekolah lain yang lebih fokus pada aspek akademik tanpa memberikan perhatian yang sama pada nilai-nilai agama.

Pola yang terlihat dari data ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran memanfaatkan nilai-nilai Islam sebagai alat pemasaran yang efektif. Kegiatan keagamaan yang terintegrasi dalam kurikulum dan kehidupan sehari-hari di sekolah memberikan identitas kuat yang menarik calon siswa yang mencari pendidikan yang seimbang antara akademik dan nilai moral. Promosi yang dilakukan melalui media sosial semakin memperlihatkan bagaimana sekolah ini mengkomunikasikan komitmennya terhadap nilai-nilai agama kepada masyarakat luas. Identitas agama yang kuat ini berfungsi sebagai daya tarik yang membedakan SMK NU Bantaran dari lembaga pendidikan lainnya, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar pendidikan yang semakin terbuka.

Menggunakan Media Sosial untuk Mempromosikan Identitas Budaya

Menggunakan media sosial untuk mempromosikan identitas budaya di SMK NU Bantaran berarti memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya, tradisi, dan kegiatan berbasis budaya yang menjadi ciri khas sekolah. Sekolah ini memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun internasional, dan menunjukkan identitas budaya yang mereka anut. Melalui media sosial, sekolah tidak hanya mempromosikan kegiatan keagamaan dan budaya tetapi juga memperkuat citra mereka sebagai lembaga pendidikan yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dan budaya lokal dalam proses pendidikan.

Dari wawancara dengan kepala sekolah, diketahui bahwa SMK NU Bantaran secara aktif memposting kegiatan keagamaan dan budaya di platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Kepala sekolah menjelaskan, "Kami aktif memposting kegiatan keagamaan dan budaya di Instagram dan Facebook, seperti pengajian dan upacara adat." Ini menunjukkan bahwa sekolah menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan kegiatan-kegiatan yang mencerminkan identitas budaya mereka. Selain itu, guru-guru juga mengakui bahwa media sosial sangat efektif dalam memperkenalkan kegiatan budaya kepada masyarakat luas. Salah satu guru menambahkan, "Media sosial sangat membantu kami untuk memperkenalkan kegiatan budaya sekolah ke masyarakat luas."

Pernyataan dari orang tua siswa juga mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih tertarik setelah melihat postingan mengenai kegiatan budaya dan keagamaan yang dilakukan oleh sekolah. "Kami melihat peningkatan minat orang tua dan siswa setelah melihat postingan tentang kegiatan budaya dan keagamaan," kata seorang orang tua siswa. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki dampak langsung terhadap minat calon siswa dan orang tua, yang semakin memahami nilai-nilai yang diajarkan di sekolah. Sementara itu, staf administrasi juga menekankan pentingnya mendokumentasikan dan membagikan setiap kegiatan budaya di media sosial, yang menjadi bagian integral dari strategi pemasaran sekolah.

Selama observasi yang dilakukan, peneliti melihat bahwa sekolah tidak hanya memposting informasi tentang kegiatan, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap pelestarian budaya melalui media sosial. Setiap kegiatan budaya dan keagamaan, seperti pengajian, perayaan hari besar Islam, dan upacara adat, selalu diposting di berbagai platform. Hal ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran memanfaatkan media sosial secara konsisten sebagai alat untuk memperkenalkan dan memperkuat identitas budaya mereka. Peneliti mencatat bahwa media sosial digunakan sebagai sarana yang efektif untuk mengomunikasikan nilai-nilai agama dan budaya kepada audiens yang lebih luas, baik itu masyarakat lokal maupun calon siswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran menggunakan media sosial dengan efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan identitas budaya mereka. Sekolah memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk menginformasikan kegiatan tetapi juga untuk menonjolkan nilai-nilai budaya yang mereka anut, yang semakin memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan berbasis agama dan budaya. Dengan cara ini, sekolah berhasil menarik perhatian calon siswa dan orang tua yang mencari pendidikan yang holistik, yang mengintegrasikan pembelajaran akademik dengan pengajaran nilai-nilai moral dan agama.

Pola yang terlihat dari data ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran memanfaatkan media sosial secara konsisten untuk menampilkan identitas budaya dan keagamaan mereka. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk menginformasikan kegiatan tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif, yang mampu membedakan sekolah ini dari lembaga pendidikan lainnya. Melalui pemanfaatan media sosial, SMK NU Bantaran berhasil memperkenalkan nilai-nilai budaya dan agama mereka kepada audiens yang lebih luas, meningkatkan daya saing dan citra positif sekolah.

Kolaborasi dengan Komunitas Lokal dan Alumni

Kolaborasi dengan komunitas lokal dan alumni di SMK NU Bantaran dapat diartikan sebagai upaya untuk melibatkan masyarakat sekitar dan lulusan sekolah dalam berbagai kegiatan yang mendukung pendidikan, baik dalam pengembangan kurikulum, pelaksanaan kegiatan sosial, maupun pemberian peluang bagi siswa dalam bentuk magang atau pekerjaan. Tujuan dari kolaborasi ini adalah untuk memperkuat hubungan sekolah dengan lingkungannya, memanfaatkan jaringan yang ada, dan memberikan pengalaman yang lebih beragam bagi siswa, sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan.

Dari wawancara dengan kepala sekolah, ditemukan bahwa SMK NU Bantaran secara aktif berkolaborasi dengan alumni dan komunitas lokal dalam berbagai kegiatan yang melibatkan siswa. Kepala sekolah menjelaskan, "Kami sering mengundang alumni untuk berbagi pengalaman dan memberikan pelatihan kepada siswa. Kami juga bekerja sama dengan komunitas lokal untuk mengadakan kegiatan sosial yang melibatkan siswa." Ini menunjukkan bahwa kepala sekolah memanfaatkan sumber daya yang ada, baik alumni maupun masyarakat, untuk memberikan pengalaman praktis kepada siswa, yang sangat penting dalam pengembangan keterampilan mereka.

Beberapa alumni juga mengungkapkan rasa bangga dan tanggung jawab mereka terhadap sekolah. Salah seorang alumni mengatakan, "Saya merasa bangga bisa kembali ke sekolah dan berbagi pengetahuan serta pengalaman dengan adik-adik kelas saya. Kolaborasi dengan sekolah ini adalah bentuk kontribusi saya untuk kemajuan pendidikan." Hal ini menggambarkan bahwa kolaborasi dengan alumni memberikan manfaat timbal balik, di mana alumni merasa terhubung dengan sekolah mereka dan berkontribusi untuk kemajuan pendidikan generasi selanjutnya.

Selama observasi, peneliti mencatat bahwa kegiatan kolaborasi di SMK NU Bantaran berjalan dengan lancar. Sekolah sering mengadakan acara yang melibatkan alumni, seperti seminar karir, lokakarya, dan program mentoring. Selain itu, sekolah juga bekerja sama dengan masyarakat sekitar dalam kegiatan

sosial seperti bakti sosial dan pengabdian masyarakat. Kegiatan-kegiatan ini memberikan pengalaman praktis bagi siswa, serta mempererat hubungan antara sekolah dan komunitas. Ini menunjukkan bahwa kolaborasi semacam ini memberikan manfaat tidak hanya bagi siswa, tetapi juga bagi citra dan hubungan sekolah dengan masyarakat sekitar.

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran berhasil mengoptimalkan kolaborasi dengan alumni dan komunitas lokal untuk mendukung pengembangan sekolah. Melibatkan alumni dalam berbagai kegiatan seperti seminar dan mentoring memberi siswa kesempatan untuk belajar dari pengalaman nyata dan memperluas jaringan mereka untuk peluang karir. Kolaborasi dengan komunitas lokal, selain memperkaya pengalaman siswa, juga memperkuat hubungan sosial dan memberikan dampak positif pada citra sekolah. Dengan demikian, kolaborasi ini terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas pendidikan dan pengembangan sekolah secara keseluruhan.

Pola yang muncul dari data ini menunjukkan bahwa kolaborasi yang baik antara sekolah, alumni, dan komunitas lokal memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Kegiatan seperti seminar, lokakarya, dan program mentoring yang melibatkan alumni memberikan wawasan praktis bagi siswa tentang dunia kerja. Di sisi lain, kerjasama dengan komunitas lokal membantu mempererat hubungan sosial dan memperkaya pengalaman siswa, sekaligus memperkuat peran sekolah dalam memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar.

Mengadaptasi Kurikulum Berbasis Budaya Lokal dan Islam

Mengadaptasi kurikulum berbasis budaya lokal dan Islam di SMK NU Bantaran berarti mengintegrasikan nilai-nilai budaya setempat dan ajaran Islam dalam setiap aspek pengajaran dan kurikulum. Hal ini mencakup penyesuaian materi ajar yang tidak hanya fokus pada keahlian teknis, tetapi juga memperkenalkan dan menanamkan nilai-nilai agama dan budaya yang menjadi bagian dari identitas sekolah. Dengan pendekatan ini, sekolah bertujuan untuk menciptakan kurikulum yang relevan dengan kehidupan siswa, sehingga mereka dapat memahami dan menghargai budaya serta agama mereka dalam konteks yang lebih luas.

Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah, ditemukan bahwa SMK NU Bantaran secara konsisten berupaya untuk mengadaptasi kurikulum yang mencakup nilai-nilai Islam dan budaya lokal. Kepala sekolah menyatakan, "Kami ingin agar siswa tidak hanya terampil dalam bidang keahlian mereka, tetapi juga memahami dan menghargai warisan budaya serta nilai-nilai agama yang menjadi dasar dari kehidupan mereka." Pernyataan ini menunjukkan bahwa

sekolah tidak hanya fokus pada penguasaan keterampilan teknis, tetapi juga berusaha memperkenalkan siswa pada nilai-nilai yang penting dalam kehidupan sosial dan keagamaan mereka.

Guru-guru di sekolah ini juga merasa bahwa pendekatan kurikulum berbasis budaya dan Islam memberikan dampak positif bagi siswa. Salah seorang guru mengungkapkan, "Kurikulum yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya dan agama tidak hanya membuat siswa siap menghadapi dunia kerja, tetapi juga memberi mereka pemahaman yang lebih dalam tentang identitas mereka." Hal ini menunjukkan bahwa guru-guru melihat manfaat besar dalam menggabungkan pengajaran praktis dengan pendidikan moral dan agama, yang membantu siswa berkembang menjadi individu yang lebih baik secara pribadi dan profesional.

Selama observasi di SMK NU Bantaran, peneliti mencatat bahwa sekolah aktif mengintegrasikan budaya lokal dan ajaran Islam dalam berbagai kegiatan pembelajaran. Misalnya, dalam mata pelajaran tertentu, siswa diajarkan tentang sejarah Islam dan budaya lokal, termasuk seni dan adat-istiadat tradisional. Kegiatan ekstrakurikuler, seperti pramuka dan pengajian, juga diorganisir untuk menanamkan nilai-nilai budaya dan agama dalam kehidupan siswa. Ini menunjukkan bahwa sekolah tidak hanya menekankan pada pengajaran keterampilan teknis, tetapi juga memberikan pengalaman langsung yang membantu siswa memahami dan menghargai budaya mereka sendiri.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa SMK NU Bantaran berhasil mengadaptasi kurikulum mereka dengan mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dan ajaran Islam dalam pendidikan sehari-hari. Pendekatan ini tidak hanya memberikan siswa keterampilan teknis yang dibutuhkan untuk dunia kerja, tetapi juga memperkenalkan mereka pada identitas budaya dan agama yang kuat. Hal ini memberi siswa pemahaman yang lebih luas tentang diri mereka sendiri, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dunia global sambil tetap menjaga akar budaya dan agama mereka.

Pola yang muncul dari data ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran berhasil menciptakan keseimbangan antara keterampilan teknis dan pembentukan karakter berbasis budaya lokal serta ajaran Islam. Dengan mengadaptasi kurikulum yang menggabungkan kedua aspek tersebut, sekolah mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya terampil di bidang keahlian mereka, tetapi juga memiliki pemahaman yang kuat tentang nilai-nilai moral dan agama. Pendekatan ini memperkuat identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan yang memberikan pendidikan yang holistik, memadukan pengetahuan akademis dengan pembentukan karakter yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan budaya lokal.

Pemasaran Pendidikan Islam: Memanfaatkan Identitas Budaya untuk Keunggulan Kompetitif

Penelitian ini menunjukkan bahwa SMK NU Bantaran Probolinggo telah berhasil memanfaatkan nilai-nilai Islam dalam strategi pemasarannya untuk membedakan diri dari lembaga pendidikan lainnya. Hal ini sesuai dengan pandangan (Amelia, 2023; Marhamah et al., 2025), yang menyatakan bahwa identitas budaya dan agama dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi lembaga pendidikan. Meskipun demikian, hasil penelitian ini juga menyoroti bahwa banyak lembaga pendidikan Islam di daerah masih belum sepenuhnya menggali potensi identitas budaya mereka dalam pemasaran, yang berbeda dengan sekolah-sekolah besar di perkotaan yang lebih terbuka terhadap globalisasi dan modernisasi.

Di SMK NU Bantaran, nilai-nilai Islam tidak hanya diterapkan dalam kurikulum akademik, tetapi juga diintegrasikan dalam kegiatan sehari-hari sekolah, seperti salat berjamaah, kajian Islam, dan pembelajaran akhlak. Kegiatan ini berfungsi sebagai daya tarik dalam pemasaran sekolah, karena menonjolkan bahwa pendidikan di sini tidak hanya berfokus pada ilmu pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan karakter siswa sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Penerapan strategi ini didukung dengan penggunaan media sosial yang efektif untuk mempromosikan kegiatan keagamaan dan identitas budaya sekolah, yang semakin memperlihatkan komitmen sekolah terhadap nilai-nilai agama di mata calon siswa dan orang tua (L. Hakim, 2023; Mushoffi & Supardi, 2024; Yanto et al., 2023).

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andespa et al., 2024; Hasanah et al., 2023; Safa'atillah et al., 2024; Shofiyyah et al., 2023) mengungkapkan adanya tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam pemasaran pendidikan, terutama di sekolah-sekolah yang memiliki sumber daya terbatas. Meskipun SMK NU Bantaran berhasil menunjukkan identitas budaya mereka, banyak sekolah lain yang masih lebih fokus pada aspek teknis pendidikan, seperti kualitas akademik, tanpa memperhatikan potensi nilai-nilai agama dan budaya. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan implikasi praktis yang penting bagi lembaga pendidikan Islam, khususnya yang berada di daerah, untuk menggali dan memanfaatkan kekuatan budaya lokal dan agama dalam strategi pemasaran mereka, yang dapat menarik lebih banyak calon siswa yang menginginkan pendidikan yang seimbang antara akademik dan nilai moral.

Secara teoritis, temuan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut mengenai penerapan identitas budaya dan agama dalam pemasaran pendidikan Islam, terutama di sekolah-sekolah dengan sumber daya terbatas. Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara sekolah, komunitas lokal, dan

alumni untuk memperkuat penerapan nilai-nilai budaya dalam pendidikan. Kolaborasi ini dapat meningkatkan keberhasilan pemasaran dengan memperluas jaringan promosi dan menciptakan citra yang lebih kuat di mata masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana lembaga pendidikan Islam dapat memanfaatkan identitas budaya dan agama dalam strategi pemasaran mereka untuk memperkuat daya saing di pasar pendidikan. Meskipun terdapat tantangan dalam implementasinya, temuan ini menunjukkan bahwa identitas budaya dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam membedakan sekolah-sekolah Islam dari lembaga pendidikan lainnya. Oleh karena itu, SMK NU Bantaran dapat dijadikan contoh bagi sekolah-sekolah Islam lainnya dalam mengintegrasikan nilai-nilai agama dan budaya dalam pemasaran untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar di masa depan.

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan beberapa temuan penting yang dapat menjadi pelajaran berharga dalam pengembangan pemasaran pendidikan Islam, khususnya dalam memanfaatkan identitas budaya sebagai daya tarik kompetitif. Salah satu hikmah utama dari penelitian ini adalah pentingnya mempromosikan nilai-nilai Islam dalam strategi pemasaran lembaga pendidikan, yang tidak hanya mencakup aspek akademik tetapi juga karakter dan moral siswa. Kekuatan tulisan ini terletak pada kontribusinya dalam memperbarui perspektif terkait pemasaran pendidikan Islam, dengan mengusulkan pendekatan berbasis budaya lokal dan agama yang belum banyak dijelajahi, serta menyoroti pentingnya pemanfaatan media sosial dalam memperkenalkan identitas budaya tersebut. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini juga memberikan pemahaman yang mendalam tentang penerapan strategi pemasaran di sekolah-sekolah dengan sumber daya terbatas. Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan, terutama dalam hal lokasi yang terbatas pada SMK NU Bantaran Probolinggo, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili kondisi lembaga pendidikan Islam lainnya di daerah atau kota besar. Selain itu, penelitian ini belum mengakomodasi variabel seperti gender, usia, dan variasi sosial lainnya yang bisa memperkaya temuan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang mengakomodasi faktor-faktor tersebut dan menggunakan metode survei yang lebih luas untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, yang dapat dijadikan dasar kebijakan yang lebih tepat guna dan sasaran, serta dapat diterapkan di berbagai konteks pendidikan Islam.

Daftar Pustaka

- Amelia, U. (2023). Tantangan pembelajaran era society 5.0 dalam perspektif manajemen pendidikan. *Al-Marsus: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 68-82.
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2024). Sustainable Development of Islamic Banks by Creating Islamic Branding: Challenges, Importance, and Strategies of Islamic Branding. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(2).
- 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.
- Fatimah, S. (2025). MODEL BRANDING SPIRITUAL DALAM POSITIONING LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL. *As-Sulthan Journal of Education*, 1(4), 1076-1085.
- 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.
- Hakim, L. (2023). Analisis SWOT dan Pemetaan Strategi Lembaga Pendidikan Islam:(Studi di SMAN 1 Bungo Provinsi Jambi). *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 1(2), 39-58.
- Hakim, M. N., & Rozi, F. (2024). Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Terhadap Pendidikan Madrasah. *Joiem (Journal Of Islamic Education Management)*, 5(1), 28-45.
- Hasanah, I., Hefniy, H., & Zaini, A. W. (2023). Strengthening brand identity: Embracing local wisdom through character education management. *Indonesian Journal of Education and Social Studies*, 2(2), 83-94.
- Marhamah, M., Alwi, A., Aman, Y., & Rusmiati, I. (2025). Urgensi Penguasaan Budaya dan Teknologi Digital Bagi Guru Pendidikan Agama Islam. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 9(3), 447-454.
- Mushoffi, M. F., & Supardi, S. (2024). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMA Muhammadiyah 4 Porong: Sebuah Studi Kualitatif dengan Pendekatan Marketing Mix (7P). *Journal of Education Research*, 5(3), 3983-3994.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.
- Riyanto, R., & Kharisma, M. (2024). STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA SEKOLAH: STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA

- LEMBAGA SEKOLAH. *JIPSKi: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 2(1), 30–41.
- 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.
- Safa'atillah, N., Sulaeman, M. M., & Cahyono, P. (2024). Product Development Strategy Based on Local Wisdom to Strengthen the Identity of SMEs during Ramadan. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1), 394–401.
- Shofiyyah, N. A., Komarudin, T. S., & Hasan, M. S. (2023). Innovations in Islamic Education Management within the University Context: addressing challenges and exploring future prospects. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(2), 193–209.
- Yanto, A., Wanto, D., & Murniyanto, M. (2023). Marketing Dalam Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Peningkatan Minat Masyarakat Terhadap Madrasah diMA Darussalam Kepahiang. *El-Idare: Journal of Islamic Education Management*, 9(1), 122–133.
- Yusuf, M. (2023). STRATEGI BRANDING IMAGE DALAM MEWUJUDKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM. *At-Tahsin: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 72–89.