

Pengembangan *Branding* dan Promosi MIM PK Tegalampel

Muhamad Taufik Hidayat^{1*}, Choirun Nisa², Hammam Rafi Abidin³, Agita Asri Kusumawardani⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia

*Corresponding email: mt.hidayat@ums.ac.id

Histori Artikel:

Submit: 20 Agustus 2025; Revisi: 3 September 2025; Diterima: 8 September 2025

Publikasi: 15 September 2025; Periode Terbit: September 2025

Doi: xxxx

Abstrak

Workshop Pengembangan *Branding* dan Promosi di MIM PK Tegalampel diselenggarakan sebagai respons terhadap kebutuhan peningkatan daya saing dan citra sekolah di tengah persaingan dunia pendidikan. Berdasarkan analisis situasi, MIM PK Tegalampel menghadapi tantangan dalam optimalisasi strategi *branding*, promosi digital, serta pembinaan bakat siswa. Workshop ini bertujuan untuk membekali tenaga pendidik dan staf dengan keterampilan dalam pengembangan *branding* berbasis nilai keislaman, strategi promosi efektif, serta program pembinaan prestasi siswa. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu koordinasi pra-acara, sesi pleno, pembentukan tim komisi, diskusi kelompok, penyusunan rencana tindak lanjut, dan presentasi hasil. Peserta dibagi ke dalam empat bidang utama: Sensus, *Branding*, Promosi, dan Lomba. Metode yang digunakan meliputi pemberian materi interaktif, latihan praktik, serta diskusi terfokus. Hasil kegiatan menunjukkan tersusunnya Rencana Tindak Lanjut (RTL) pada masing-masing bidang yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan sekolah. Workshop ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesiapan peserta dalam menerapkan strategi *branding* dan promosi yang sistematis, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftar dan reputasi MIM PK Tegalampel di masa depan.

Kata Kunci: *Branding* sekolah, promosi pendidikan, pengembangan bakat siswa, MIM PK Tegalampel.

Pendahuluan

Strategi *branding* yang tepat dapat meningkatkan daya saing sekolah dan memberikan manfaat jangka panjang dalam meningkatkan jumlah peserta didik. *Branding* yang kuat akan membuat sekolah lebih dikenal luas, lebih dipercaya, dan menarik minat lebih banyak siswa baru (Fachri et al., 2022; Husamah, Rahardjanto et al., 2024; Budiarti et al., 2023; Karsono et al., 2021; Mustika, 2020; Rusmini et al., 2023; Sakinah, & Nurmila, 2024; Fakhroh, 2024). Namun, banyak sekolah, termasuk MIM PK Tegalampel, masih menghadapi berbagai tantangan dalam membangun identitas yang kuat dan efektif.

Saat ini, MIM PK Tegalampel memiliki beberapa tenaga pendidik dengan berbagai latar belakang dan tingkat pengalaman. Sekitar 30% dari tenaga pendidik termasuk dalam kategori guru senior yang mendekati masa pensiun dan masih mengalami kesulitan dalam memahami dan menerapkan strategi *branding* dan promosi berbasis digital. Hal ini menyebabkan sekolah belum mampu memaksimalkan potensi dalam menarik calon siswa baru.

Sementara itu, dalam lingkungan pendidikan yang semakin kompetitif, sekolah perlu mengembangkan strategi promosi yang sistematis dan berbasis data. Saat ini, strategi promosi yang dilakukan oleh MIM PK Tegalampel masih terbatas pada komunikasi lisan dan distribusi brosur, sementara pemanfaatan media sosial masih belum maksimal. Selain itu, *branding* keislaman dan program unggulan seperti anti- *bullying* dan pencapaian prestasi siswa belum dikemas secara menarik untuk memperkuat daya tarik sekolah di mata calon peserta didik dan orang tua mereka.

Selain *branding* dan promosi, identifikasi serta pembinaan bakat siswa juga menjadi faktor penting dalam membangun reputasi sekolah. Namun, saat ini, belum ada sistem yang efektif dalam menjaring dan membimbing siswa berbakat agar dapat bersaing dalam berbagai kompetisi akademik maupun non-akademik. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih sistematis dalam mengidentifikasi, melatih, dan membimbing siswa berbakat.

Kondisi demikian menunjukkan bahwa sekolah membutuhkan pendampingan dalam menyusun strategi *branding* dan promosi yang lebih efektif. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai teknik *branding* dan media komunikasi yang tepat, sekolah diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya, menarik lebih banyak siswa baru, dan membangun identitas yang lebih kuat di masyarakat. Oleh karena itu, program pengabdian ini bertujuan untuk membekali tenaga pendidik di MIM PK Tegalampel dengan keterampilan *branding* dan promosi yang dapat meningkatkan citra sekolah serta daya tarik bagi calon peserta didik.

Strategi *branding* dan promosi dalam dunia pendidikan memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing sekolah. Namun, masih banyak sekolah, termasuk MIM PK Tegalampel, yang menghadapi kendala dalam membangun identitas yang kuat dan efektif. Evaluasi pemahaman guru dan pengelola sekolah terhadap strategi *branding* dan promosi sering kali bervariasi, sehingga implementasi program promosi tidak optimal dan kurang sistematis.

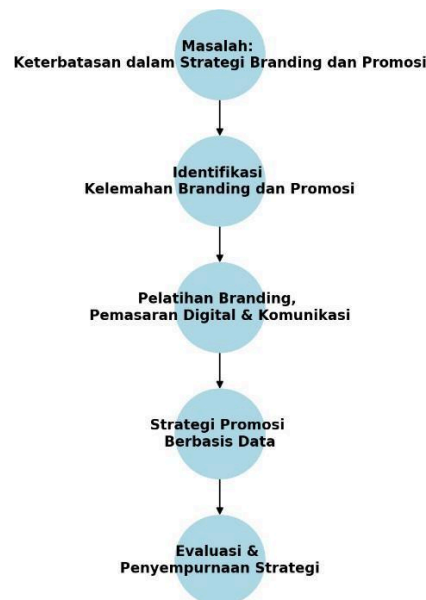
Saat ini, sekolah belum memiliki strategi *branding* yang terarah dan berbasis data, serta masih mengandalkan metode promosi konvensional yang kurang menjangkau calon peserta didik secara luas. Kurangnya pemanfaatan media digital juga menjadi tantangan dalam meningkatkan visibilitas sekolah. Selain itu, *branding* keislaman dan program unggulan sekolah seperti anti-*bullying* serta pencapaian prestasi siswa belum dikemas dengan baik untuk menarik perhatian masyarakat.

Identifikasi bakat dan prestasi siswa juga belum dilakukan secara sistematis, sehingga banyak potensi siswa yang tidak tergalikan dan tidak diarahkan ke kompetisi yang sesuai dengan keunggulan mereka. Dengan demikian, perlu adanya strategi promosi dan *branding* yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan jumlah pendaftar sekolah.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk workshop yang terdiri atas beberapa tahapan, yaitu penyampaian informasi, sesi tanya jawab, dan diskusi. Tahapan ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman peserta mengenai konsep *branding*, strategi pemasaran digital, serta efektivitas komunikasi dalam promosi sekolah. Dalam pelaksanaannya, narasumber yang berasal dari kalangan dosen dan praktisi *branding* akan menyampaikan materi secara interaktif agar peserta dapat terlibat aktif dalam proses pembelajaran.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan sesi latihan dan praktik yang bertujuan untuk merealisasikan teori yang telah diperoleh selama diskusi dan tanya jawab. Pada tahap ini, peserta akan mempraktikkan secara langsung penyusunan strategi *branding* dan promosi, termasuk pembuatan konten promosi berbasis digital seperti brosur, unggahan media sosial, serta video pendek sebagai sarana promosi sekolah.



Gambar 1. Grafik *Magnetization*

Hasil dan Pembahasan

Persiapan kegiatan Workshop Pengembangan *Branding* dan Promosi di MIM PK Tegalampel telah dilakukan jauh sebelum pelaksanaan hari-H. Tahapan persiapan ini mencakup koordinasi internal maupun eksternal untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Koordinasi pertama dilakukan pada tanggal 5 September 2024, di mana ketua tim pengabdian, melakukan kunjungan langsung ke MIM PK Tegalampel. Dalam kesempatan ini, beliau berbincang intensif dengan pihak sekolah untuk menggali permasalahan, tantangan, dan kebutuhan aktual yang dihadapi oleh sekolah. Proses ini menjadi bagian penting dari analisis situasi, yang kemudian menjadi dasar dalam

penyusunan materi workshop dan rencana pengembangan program *branding* dan promosi sekolah.

Koordinasi kedua dilaksanakan secara daring pada 12 April 2025 melalui platform Google Meet, yang diikuti oleh keempat pelaksana kegiatan. Dalam pertemuan ini, dibahas secara rinci mengenai pembagian tugas, persiapan materi, alur acara, serta teknis pelaksanaan workshop di lapangan. Koordinasi ini memastikan bahwa semua pihak memahami peran masing-masing dan bahwa kegiatan berjalan dengan koordinasi yang baik serta waktu yang efektif



Gambar 2. Koordinasi Tim Pra-Acara

Setelah serangkaian persiapan tersebut, kegiatan workshop resmi dibuka pada Sabtu, 26 April 2025, pukul 08.30 WIB bertempat di aula MIM PK Tegalampel. Pembukaan diawali dengan pembawa acara yang mengundang seluruh peserta untuk mengikuti rangkaian kegiatan dengan tertib. Seluruh peserta yang terdiri dari guru, staf sekolah, dan panitia pelaksana mengikuti kegiatan dengan penuh semangat dan antusias.

Sambutan pertama disampaikan oleh Ketua Komite Sekolah. Dalam sambutannya, Ketua Komite menggarisbawahi pentingnya inovasi dan peningkatan citra sekolah dalam menghadapi kompetisi global di dunia pendidikan. Ia mengajak seluruh guru dan staf untuk memandangi *branding* dan promosi sebagai bagian strategis dari pengembangan sekolah, bukan sekadar aktivitas pelengkap. Ketua Komite berharap melalui workshop ini, lahir gagasan-gagasan kreatif dan program nyata untuk memperkuat eksistensi MIM PK Tegalampel di tengah masyarakat.

Sambutan berikutnya disampaikan oleh Kepala Sekolah MIM PK Tegalampel. Kepala Sekolah menyampaikan rasa terima kasih dan apresiasi kepada tim pelaksana atas inisiatif program ini. Ia menekankan bahwa membangun citra positif sekolah merupakan tanggung jawab bersama, dan bahwa keberhasilan MIM PK Tegalampel ke depan akan sangat bergantung pada kemampuan semua pihak dalam membina prestasi, membangun karakter siswa, serta melakukan promosi yang efektif. Kepala Sekolah mengajak semua peserta untuk berkomitmen dalam mengikuti seluruh sesi workshop hingga selesai dan mengaplikasikan hasilnya dalam program kerja nyata.



Gambar 3. Grafik Magnetization

Sesi pleno dimulai setelah pembukaan, dengan narasumber utama yang memaparkan gambaran umum program kerja yang harus dikembangkan. Materi ini menguraikan empat fokus utama yang menjadi pondasi pengembangan sekolah.

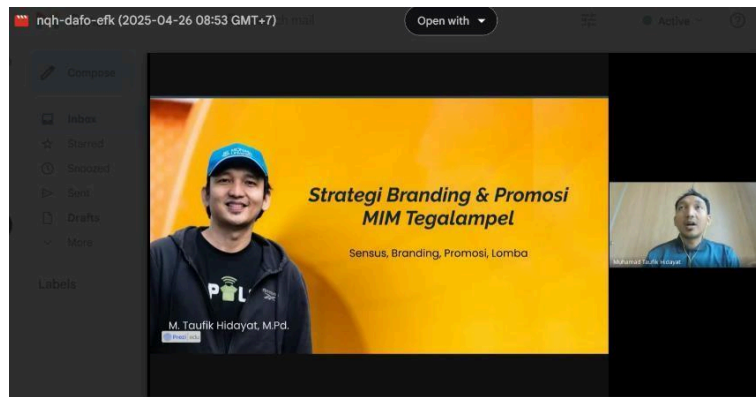
Dalam bidang Sensus, dijelaskan pentingnya melakukan pengumpulan data yang sistematis dari wali siswa kelas 1–6 untuk mengetahui alasan memilih MIM PK Tegalampel. Selain itu, survei juga harus dilakukan kepada wali siswa TK di wilayah sekitar Karangdowo untuk mengetahui kriteria utama mereka dalam memilih SD. Data sensus ini akan menjadi dasar dalam penyusunan strategi *branding* dan promosi sekolah.

Di bidang *branding*, narasumber menekankan tiga pilar utama yaitu keislaman, anti *bullying*, dan prestasi. Penguatan *branding* keislaman dilakukan dengan mendorong program tahfidz Juz Amma dan sholat berjamaah sebagai rutinitas. *Branding* anti *bullying* dibangun melalui sistem pencegahan dan penanganan nyata kasus perundungan di sekolah. Sementara itu, *branding* prestasi diwujudkan melalui program "Satu Siswa Satu Prestasi" yang mendorong semua siswa untuk berpartisipasi dalam lomba akademik maupun non-akademik, terutama di tingkat kabupaten.

Untuk bidang Promosi, ditekankan pentingnya pendekatan promosi yang aktif dan sistematis. Selain promosi langsung ke TK/BA melalui kunjungan dan penyebaran brosur, sekolah juga harus aktif membangun citra di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Salah satu strategi menarik adalah mengadakan lomba anak TK sebagai bentuk promosi langsung kepada masyarakat.

Pada bidang Lomba, narasumber menyampaikan rencana implementasi program tes IQ bagi seluruh siswa untuk mengidentifikasi potensi mengikuti lomba tingkat OSN. Setelah itu, dilakukan pemetaan bakat dan minat siswa, memilih kompetisi yang sesuai, serta membangun sistem pembinaan lomba yang kuat dengan melibatkan guru internal maupun mitra eksternal. Penting pula untuk memberikan penghargaan kepada siswa berprestasi secara terbuka melalui upacara, spanduk, dan publikasi agar membangun budaya apresiasi di sekolah.

Materi ini disampaikan dengan pendekatan interaktif yang melibatkan diskusi singkat di antara peserta untuk memperdalam pemahaman.



Gambar 4. Materi Umum

Usai sesi pleno, seluruh peserta dibagi menjadi empat komisi, yaitu: Komisi Sensus, Komisi *Branding*, Komisi Promosi, dan Komisi Lomba. Masing-masing komisi dibentuk berdasarkan minat dan bidang keahlian peserta untuk mendalami materi lebih lanjut dan menyusun rencana tindak lanjut konkret. Proses pembentukan komisi ini bertujuan agar diskusi lebih fokus dan mendalam. Setiap komisi mendapatkan arahan dari narasumber pendamping yang ahli di bidangnya masing-masing. Tim-tim ini kemudian memulai diskusi kelompok untuk menganalisis materi yang telah diterima dan menyesuakannya dengan kondisi riil di MIM PK Tegalampel.

Dalam sesi komisi, masing-masing bidang mendapatkan pendampingan narasumber untuk memperdalam materi sekaligus menyusun rencana kerja. Komisi Sensus didampingi oleh narasumber kedua. Materi difokuskan pada metode pelaksanaan sensus kepada wali siswa dan teknik analisis data. Choirun Nisa menjelaskan pentingnya penyusunan pertanyaan kuesioner yang tepat dan penggunaan kombinasi metode sensus langsung maupun daring (Google Form) untuk menjangkau seluruh wali siswa.

Komisi *Branding* dipandu oleh narasumber ketiga. Ia menguraikan secara rinci mengenai program-program yang dapat memperkuat citra sekolah berbasis keislaman, pencegahan bullying, dan prestasi siswa. Hammam juga menekankan pentingnya dokumentasi visual *branding*, seperti publikasi foto kegiatan dan sertifikasi program-program tahfidz.

Komisi Promosi mendapatkan materi dari narasumber keempat, yang memaparkan langkah-langkah konkret promosi melalui media sosial, event-event TK, serta penyebaran media cetak seperti brosur dan banner. Agita menekankan pentingnya konsistensi dan kualitas konten dalam membangun image positif sekolah. Komisi Lomba kembali didampingi oleh narasumber utama, yang menjelaskan pentingnya sistem pembinaan lomba berbasis potensi siswa. Ia juga menguraikan teknis seleksi siswa melalui tes IQ, pemetaan bakat, pemilihan lomba prioritas, dan strategi apresiasi prestasi. Masing-masing komisi kemudian melakukan diskusi internal untuk menyusun rencana kegiatan tahunan yang sistematis dan terukur. Setelah proses diskusi mendalam, setiap komisi menyusun dokumen Rencana Tindak Lanjut (RTL). RTL ini memuat daftar program, jadwal pelaksanaan, indikator keberhasilan, serta tim pelaksana untuk masing-masing bidang.

Komisi Sensus menyusun rencana pelaksanaan survei dua kali dalam setahun kepada wali siswa, baik TK maupun SD, untuk mengumpulkan data minat dan kepuasan. Komisi *Branding* merancang kalender kegiatan keislaman, pembentukan satgas anti bullying, dan dokumentasi prestasi siswa secara berkala. Komisi Promosi menetapkan program produksi flyer, video, kunjungan ke TK, serta pengelolaan media sosial sekolah secara rutin. Sedangkan Komisi Lomba membuat kalender lomba tahunan, sistem pembinaan lomba, dan program penghargaan bagi siswa. Setiap komisi mempresentasikan RTL mereka di depan seluruh peserta. Presentasi ini diikuti dengan sesi tanya jawab, kritik membangun, dan penyempurnaan rencana program. Dengan presentasi ini, diharapkan semua peserta memahami program kerja lintas bidang dan dapat bersinergi dalam pelaksanaannya.



Gambar 5. Materi Umum

Workshop diakhiri dengan sesi refleksi yang dipandu oleh panitia. Peserta diajak untuk menyadari pentingnya konsistensi dan komitmen dalam mengimplementasikan seluruh program yang telah dirancang. Panitia menggarisbawahi bahwa *branding* sekolah bukan dibentuk melalui slogan, tetapi melalui kerja nyata, budaya sekolah yang positif, dan prestasi-prestasi siswa yang autentik. Dengan berakhirnya workshop ini, seluruh peserta bertekad untuk segera menindaklanjuti RTL masing-masing bidang, memperkuat koordinasi, dan berinovasi dalam memajukan MIM PK Tegalampel menjadi sekolah Islam unggulan yang berkarakter, aman, dan berprestasi.

Simpulan

Simpulan menunjukkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan ilmiah yang diperoleh. Bagian ini bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan atau hipotesis. Bila perlu, di bagian akhir simpulan dapat juga dituliskan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut.

Kesimpulan

Kegiatan Workshop Pengembangan *Branding* dan Promosi di MIM PK Tegalampel telah dilaksanakan dengan baik dan memenuhi tujuan yang telah direncanakan. Berdasarkan analisis situasi, MIM PK Tegalampel memerlukan strategi *branding* dan promosi yang lebih terstruktur untuk meningkatkan daya saing,

memperkuat identitas berbasis nilai keislaman, mendorong budaya anti bullying, serta membina prestasi siswa.

Workshop ini dirancang untuk menjawab tantangan tersebut melalui pendekatan sistematis berbasis kebutuhan riil sekolah. Proses pelaksanaan kegiatan dimulai dengan tahap persiapan yang melibatkan koordinasi lapangan untuk menganalisis situasi secara langsung dan rapat daring guna memantapkan strategi pelaksanaan. Kegiatan inti workshop berjalan efektif dengan pembukaan resmi, penyampaian materi pleno, pembentukan tim per bidang, sesi diskusi komisi, penyusunan rencana tindak lanjut, hingga presentasi hasil program kerja.

Seluruh peserta, yang terdiri dari guru dan staf sekolah, mengikuti rangkaian workshop dengan antusias dan berkontribusi aktif dalam setiap sesi. Materi yang disampaikan berhasil memperkaya pemahaman peserta tentang pentingnya *branding* berbasis nilai, promosi berbasis data, serta strategi pengembangan potensi siswa.

Melalui workshop ini, telah tersusun Rencana Tindak Lanjut (RTL) di empat bidang strategis, yaitu Sensus, *Branding*, Promosi, dan Lomba. Setiap bidang menghasilkan program-program konkret yang siap diimplementasikan untuk mendukung peningkatan citra, prestasi, dan jumlah pendaftar baru di MIM PK Tegalampel.

Dengan demikian, kegiatan ini telah mencapai tujuan utamanya, yaitu membekali tenaga pendidik dan staf MIM PK Tegalampel dengan keterampilan dan strategi *branding* serta promosi sekolah yang efektif dan aplikatif. Diharapkan ke depan, seluruh program yang telah disusun dapat diimplementasikan secara konsisten, sehingga membawa MIM PK Tegalampel menjadi sekolah Islam unggulan yang lebih dikenal, dipercaya, dan berprestasi di masyarakat.

Daftar Pustaka

- Budiarti, E., Anggreini, D., Susanti, D. A. P., Damayanti, Y., & Yunita, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3568-3576.
- Fachri, M., Rozi, F., & Tamimullah, T. (2022). Branding Image melalui Penerapan Pendidikan Inklusif dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah. *Palapa*, 10(2), 316-334.
- Husamah, H., Rahardjanto, A., Lestari, N., & Hadi, S. (2024). Penguatan *Scientific Branding* SMP MBS Jombang untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah Muhammadiyah. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 90-102.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880.
- Mustika, M. (2020). Strategi Membangun School Branding Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah di SMK Dr. Soetomo Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 4(1), 11-19.
- Rusmini, R., Chaniago, F., & Piola, H. (2023). Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Tsanawiyah. *ISLAMIC PEDAGOGY: Journal of Islamic Education*, 1(1), 18-28.



-
- Sakinah, S. S., & Nurmila, N. (2024). Pengaruh Strategi *Branding Image* dalam Pemasaran Pendidikan terhadap Peningkatan Daya Saing Madrasah. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 66-76.
- Fakhiroh, E. Z. (2024). *Strategi School Branding dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Sekolah di SMAN 1 Pamekasan dan MAN 2 Pamekasan* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Madura).