

## Pendampingan Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan di SMK Mambaul Ulum Paiton

Muhammad Ainul Yaqin<sup>1\*</sup>, Muhammad Deni Santoso<sup>2</sup>, Muhammad Fahim<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Nurul Jadid

<sup>1</sup>masainulyaqin@gmail.com, <sup>2</sup>denysantoso040403@gmail.com,

<sup>3</sup>muhammadfahim@gmail.com

### Abstrak

Pengabdian ini memiliki tujuan untuk mendampingi dan memahami tentang branding image yang diterapkan dalam upaya meningkatkan daya saing sekolah. Branding image penting dilakukan untuk menghadapi persaingan global sehingga lembaga pendidikan harus teliti dalam meningkatkan kualitas lembaga dan melihat peluang yang ada di masyarakat dengan cara memiliki brand image positif dimata masyarakat. Pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif jenis studi kasus. Pengabdian ini dilakukan di lembaga SMK Mambaul Ulum paiton Probolinggo dan diharapkan mampu meningkatkan kualitas sekolah di bidang profesional pada khususnya dan nilai di masyarakat pada umumnya. Berdasarkan hasil pendampingan yang dilakukan, SMK Mambaul Ulum Paiton Probolinggo mengenalkan ciri khas dan keunggulannya dengan melakukan branding di media cetak, media online seperti website dan sosial media. Selain itu untuk memperkuat brand image yang dimilikinya, SMK Mambaul Ulum berusaha membuktikannya dari kualitas lulusan yang siap dapat kerja.

**Kata Kunci :** pendampingan, brand image, lembaga pendidikan

### Abstract

*This community service program aims to assist and provide an understanding of branding strategies implemented to enhance the school's competitiveness. Branding is crucial in addressing global competition, as educational institutions must carefully improve their quality and identify opportunities within the community by establishing a positive brand image in the public eye. The program is conducted using a qualitative case study approach. It is carried out at SMK Mambaul Ulum Paiton, Probolinggo, with the goal of improving the school's professional quality specifically and its societal value more broadly. Based on the assistance provided, SMK Mambaul Ulum Paiton, Probolinggo, introduces its distinctive characteristics and strengths through branding efforts in print media, online platforms such as websites, and social media. Additionally, to strengthen its brand image, SMK Mambaul Ulum strives to prove its quality through graduates who are job-ready.*

**Keyword :** assistance, brand image, educational institutions.

## 1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan sebuah proses yang akan berlangsung sepanjang hidup manusia. Pendidikan dapat menumbuhkan potensi-potensi dalam diri manusia serta dapat mengembangkan potensi tersebut sesuai dengan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat. Potensi jasmani maupun potensi rohani (Munif et al., 2021). Pendidikan gejala yang dinamis dan merupakan sebuah usaha yang bercita-cita mulia, yaitu memanusiaikan manusia itu sendiri sesuai dengan kodratnya. Ini berarti pendidikan merupakan sebuah keharusan yang akan membawa manusia menjadi makhluk terbaik yang bermakna bagi dirinya dan menjadi khalifah yang bermakna bagi kehidupan makhluk-makhluk lainnya (Rosalina et al., 2024; Eka Diana et al., 2023).

Tujuan utama pendidikan yakni dengan mencerdaskan bibit-bibit bangsa sehingga mampu berdaya saing di kehidupan mendatang. Dalam sebuah lembaga pendidikan tentunya harus memiliki ciri khas yang dapat memberikan perbedaan dan warna dari lembaga yang lainnya sehingga ciri khas tersebut menjadi brand yang mudah dikenali dan memiliki daya Tarik tersendiri bagi konsumen (Rofiki et al., 2021). Branding merupakan interpretasi, seperangkat pengetahuan dan rekreasi-rekreasi, hal tersebut merupakan simbol karena dalam hal

tersebut bukan merupakan objek itu sendiri tetapi merujuk kepada objek tersebut. Selanjutnya kenyataan fisik produk, brand dan organisasi, citra termasuk makna, kepercayaan, sikap dan perasaan-perasaan terhadap sesuatu (Lee & Yu, 2018).

Branding Image yang dimiliki lembaga pendidikan berbeda-beda. Semakin baik brand imagenya, maka akan mempermudah pihak lembaga pendidikan mendapatkan konsumen dan perhatian dari masyarakat. Oleh karena itu, manajemen pendidikan sangat penting, karena melihat perkembangan dan pertumbuhan pendidikan ditentukan oleh kecakapan pengelolaan lembaga Pendidikan (Rozi et al., 2020; Wafa et al., 2017). Hal ini menjadi tugas bagi Kepala Madrasah serta Public Relation khususnya untuk melakukan pemasaran lembaga pendidikan agar mendapatkan citra yang diharapkan oleh masyarakat (Wardah et al., 2020; Halim & Rofiki, 2022).. Brand Image dapat dibangun melalui berbagai program dan perolehan prestasi yang dapat diunggulkan pada pihak luar dan diproklamirkan secara terbuka. Dengan begitu Madrasah akan memiliki Image yang baik dan mampu bersaing dengan sekolah unggul lainnya (Maresova & Hruska, 2020)

Fakta dilapangan pada saat ini, banyak lembaga pendidikan yang bermunculan dan akhirnya menjadi persaingan yang ketat. Sehingga lembaga-lembaga yang telah lebih dahulu ada harus bisa memperkokoh kualitas serta mampu meningkatkan kualitas lembaga agar tidak tertinggal dari lembaga-lembaga baru yang memiliki inovasi lebih unggul. Persaingan ini dilakukan untuk mendapatkan konsumen atau siswa sebanyak-banyaknya tanpa melupakan mutu pendidikannya (Koowuttayakorn, 2018).

Daya saing yakni kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar yang sudah ditentukan target atau tujuannya. Dalam inovasi daya saing selalu dilakukan evaluasi perbaikan secara continue sehingga dapat meningkatkan kinerja (Akihary et al., 2024). Peningkatan mutu dalam meningkatkan daya saing merupakan kegiatan dimana kepala madrasah, tenaga pendidik, tim peningkatan mutu dan para stakeholder berupaya bersaing keterampilan, kekuatan, pengetahuan dan sebagainya melalui strategi fokus untuk meningkatkan kualitas dengan mencapai suatu ukuran tertentu (Suyitno, 2021).

Dengan adanya problematika ini maka penting bagi lembaga untuk mengimplementasikan branding Image agar mampu meningkatkan daya saing lembaga dengan memunculkan inovasi yang unggul yang mampu memikat para konsumen. Sergeyeva et al., (2021) mengatakan bahwa, citra merek merupakan sekumpulan asosiasi dalam benak suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen. Kemudian Mundry & Dini (2023) mengatakan bahwa, salah satu dampak pembentukan branding dalam meningkatkan daya saing sekolah yakni minat masuk masyarakat yang meningkat dan kepercayaan masyarakat meningkat. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus terus berusaha menjadikan lembaga yang paling unggul untuk meningkatkan daya tarik masyarakat. setiap orang tua sudah seharusnya mencari sekolah yang terbaik bagi anaknya.

Berdasarkan hasil observasi, SMK Mambaul Ulum paiton Probolinggo berusaha mengenalkan ciri khas dan keunggulannya dengan melakukan branding di media cetak, media online seperti website dan sosial media. Selain itu untuk memperkuat brand image yang dimilikinya, SMK Mambaul Ulum berusaha membuktikannya dari kualitas lulusan yang siap dapat kerja. Dari gambaran di lapangan tentang brand image lembaga pendidikan di SMK Mambaul Ulum terutama untuk menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan di era globalisasi ini, maka hal ini menarik untuk dilakukan pendampingan tentang membangun brand image lembaga pendidikan SMK Mambaul Ulum agar mampu bersaing dengan kompetitor. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul PKM pendampingan membangun Brand Image Lembaga Pendidikan di SMK Mambaul Ulum Paiton.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di SMK Mambaul Ulum Paiton. Kegiatan ini disesuaikan dengan tujuan, manfaat dan kebutuhan mitra. Tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah membangun Brand Image Lembaga Pendidikan di SMK Mambaul Ulum Paiton. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pertemuan di ruang meeting SMK Mambaul Ulum Paiton yang dilakukan oleh 15 peserta yang merupakan kepala sekolah dan para guru SMK Mambaul Ulum Paiton. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode pendampingan digital di sekolah.

Pendampingan dilakukan dengan mengarahkan pemahaman tentang pentingnya mengikuti perkembangan digitalisasi untuk beradaptasi dengan lingkungan dan untuk meningkatkan kualitas lembaga dan melihat peluang yang ada di masyarakat dengan cara memiliki brand image yang baik di mata masyarakat. Adapun langkah-langkah yang ditempuh, pertama adalah melakukan pendampingan terhadap guru SMK Mambaul Ulum Paiton

dengan melakukan pendampingan digital guna melihat apa yang dapat ditingkatkan. Kedua, memberikan penerapan pentingnya konsep branding pada para guru.

Untuk mencapai tujuan kegiatan dan luaran perlu dilakukan berbagai kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan. Secara terperinci solusi yang ditawarkan antara lain : Kegiatan pendampingan yaitu memberikan pengetahuan dan pemahaman terhadap SDM guru tentang literasi branding diantaranya melalui sosial media dan membangun semangat bagi para guru untuk membuat platform digital. Kegiatan Pendampingan yang dilakukan yaitu mendampingi para guru dalam pemahaman pemikiran pembelajaran *softskill* serta mendampingi dalam proses langkah langkah branding sekolah seperti pembuatan akun media sosial untuk menarik minat masyarakat dan menampilkan citra positif di lingkungan masyarakat.

Adanya permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian, maka kegiatan pengabdian ini dapat dilakukan dalam bentuk pendampingan sebagai berikut:

a. Audiensi dan survey lokasi

Survey lokasi dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini untuk mengetahui berbagai kebutuhan mitra.

b. Metode diskusi.

Metode ini bertujuan untuk menyampaikan beberapa aspek seperti menambahkan pola pikir tentang literasi branding dan bagaimana langkah langkah komunikasi branding.

c. Metode pendampingan.

Mitra melakukan arahan-arahan yang sudah dilakukan pada saat diskusi dan tugas yang dilaksanakan.

Setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan, maka selanjutnya adalah evaluasi kegiatan. Tujuan dari evaluasi kegiatan yaitu mengetahui perkembangan mitra sebelum dan sesudah dilaksanakan pendampingan, utamanya dalam hal membangun Brand Image. Kegiatan pengabdian diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mitra, dan meningkatkan kepercayaan diri mitra pada Brand Image sehingga mendapatkan respon positif dari masyarakat.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilakukan di SMK Mambaul Ulum, Kecamatan Paiton, Kabupaten Probolinggo. Kegiatan pengabdian dimulai dengan melakukan diskusi oleh tim pengabdian dengan pihak lembaga. Selanjutnya tim pengabdian memberikan pertanyaan dan pengarahan dengan melakukan diskusi mengenai kebutuhan apa saja yang diinginkan lembaga, mengenai kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh pihak mitra. kemudian, kegiatan dilakukan dengan memberikan pendampingan dengan pihak guru tentang materi brand image. Peserta pendampingan diikuti oleh kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang kurikulum dan beberapa guru pengajar dari berbagai jurusan. Jumlah peserta yang mengikuti pendampingan dan pelatihan mencapai 15 orang.

Adapun yang menjadi fokus pada kegiatan pendampingan ini adalah dengan menonjolkan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh SMK Mambaul Ulum Paiton dan prestasi akademik maupun non-akademik yang dimiliki untuk menjadi bahan dari promosi sekolah. Pendampingan dilakukan pada saat sekolah memasuki tahun ajaran baru dan menerima pendaftaran siswa baru, sehingga sekolah membutuhkan kegiatan promosi. Materi yang diberikan kepada para peserta berupa brand image sekolah. Materi pendampingan difokuskan kepada guru yang akan diteruskan pada peserta didik yang tergabung di SMK Mambaul Ulum Paiton. Selain itu, kegiatan ini juga membahas mengenai pemasaran yang dibutuhkan, utamanya dalam mempromosikan sekolah. Dan juga tim pengabdian memberikan pengarahan berupa promosi melalui media sosial atau website.

Pendampingan yang dilakukan didasarkan pada analisis masalah di SMK Mambaul Ulum Paiton, khususnya mengenai brand image. Sebagai suatu lembaga pendidikan yang berlandaskan nilai - nilai keislaman, SMK Mambaul Ulum Paiton memiliki keunggulan dalam pendidikan. Keunggulan yang dimiliki yakni berusaha meningkatkan kompetensi peserta didik sesuai dengan perkembangan kurikulum. Peserta didik memperoleh pengajaran dengan pengembangan kompetensi dari laboratorium terpadu yang telah memiliki prosedur pengujian kompetensi. Karena para siswa memperoleh kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan industri dan dunia kerja maka mereka akan memperoleh peningkatan pengetahuan dan memperoleh kesempatan untuk terjun di dunia kerja sesuai dengan jalur minat yang dipilih.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan berjalan sesuai dengan yang direncanakan serta menunjukkan adanya perubahan lebih baik. Peserta pendampingan memahami bahwa komunikasi yang baik akan

memperkuat branding lembaga dan mempermudah institusi sekolah dalam kegiatan pemasaran. Peserta memahami bahwa dalam memahami informasi yang diberikan, pemilihan bahasa yang menarik, komunikatif, dan sederhana dapat memberikan kemudahan untuk penerima pesan dan bukan berasal dari kalimat yang kompleks yang sulit dipahami oleh penerima pesan. Selain itu media yang digunakan juga semakin bervariasi. Setelah diadakan pendampingan yang tidak hanya mengenai kegiatan promosi, namun juga berupa prestasi baik siswa maupun guru, pihak SMK Mambaul Ulum Paiton mulai menunjukkan konten atau isi sekolah secara aktif dan sangat bersemangat untuk mengembangkannya.

Pelaksanaan pengabdian melalui kegiatan pendampingan ini telah berjalan dengan baik. Secara terperinci kegiatan ini dinilai sangat bermanfaat oleh para peserta dan berharap untuk diadakan kembali dengan materi yang berbeda melalui dengan kegiatan kegiatan yang bersifat pendampingan. Pengetahuan yang ditransfer yaitu bagaimana melakukan branding sekolah yang efektif. Beberapa hal yang dapat diwujudkan adalah khalayak sasaran memiliki peralatan digital yang diperlukan untuk mendukung promosi digital dan juga menonjolkan prestasi baik siswa maupun guru melalui *website* dan sosial media serta guru-guru SMK Mambaul Ulum Paiton telah termotivasi untuk melakukan promosi sekolah serta mengembangkan strategi branding sekolah.

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilaksanakan di SMK Mambaul Ulum Paiton, kegiatan pendampingan dalam membangun brand image lembaga pendidikan telah menunjukkan hasil yang positif. Upaya branding dilakukan melalui pemanfaatan media cetak dan digital, seperti media sosial dan situs web, untuk menonjolkan keunggulan sekolah, baik dari segi prestasi akademik maupun non-akademik. Selain itu, pendampingan ini juga berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan guru dalam strategi branding, yang secara langsung mendukung penguatan citra positif lembaga di masyarakat.

Dukungan terhadap pengembangan digital marketing dan promosi berbasis media sosial menjadi salah satu aspek penting dalam strategi yang diterapkan. Dengan pendekatan ini, SMK Mambaul Ulum tidak hanya menarik perhatian masyarakat tetapi juga meningkatkan daya saing dengan menonjolkan kualitas lulusan yang siap kerja. Keberhasilan kegiatan ini menjadi dasar penting untuk tindak lanjut, seperti perluasan jangkauan promosi digital dan peningkatan inovasi produk siswa yang dapat memperkuat daya tarik lembaga secara berkelanjutan.

Diskusi yang melibatkan semua pihak, mulai dari kepala sekolah hingga guru, menunjukkan bahwa kolaborasi yang baik antara tim pengabdian dan mitra dapat menciptakan solusi konkret untuk tantangan yang dihadapi. Program ini tidak hanya meningkatkan citra sekolah tetapi juga memberikan kepercayaan diri bagi lembaga pendidikan dalam menghadapi persaingan global di era digital. Pada gambar 1 berikut merupakan dokumentasi diskusi bersama pihak kepala sekolah beserta dewan guru.



Gambar 1. Diskusi bersama pihak SMK Mambaul Ulum Paiton

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dengan mitra pengabdian, yaitu SMK Mambaul Ulum Paiton berjalan dengan baik dan lancar. Pihak mitra diberikan pendampingan dan pemahaman mengenai branding image secara baik, khususnya bagi sekolah SMK Mambaul Ulum Paiton. Kegiatan ini berfokus memberikan pemahaman mengenai pentingnya branding image di dalam menyampaikan informasi merek bagi khalayak umum yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas sekolah di bidang professional pada khususnya dan nilai

di masyarakat pada umumnya. Branding image yang dilakukan adalah dengan mengenalkan ciri khas dan keunggulannya dengan melakukan branding di media cetak, media online seperti website dan sosial media. Branding image yang dilakukan dengan baik akan mendukung terciptanya komunikasi pemasaran yang baik. Selain itu, kegiatan pengabdian ini telah memberikan pemahaman mengenai peran media sosial dalam menciptakan strategi branding image dan komunikasi pemasaran dan mampu memberikan peningkatan pengetahuan guru dan siswa terkait strategi branding image. Selain itu untuk memperkuat brand image yang dimilikinya, SMK Mambaul Ulum membuktikannya dengan kualitas lulusan yang siap dapat kerja. Adapun keberlanjutan program ini adalah mengembangkan media sosial secara lebih luas dan penggunaan digital marketing untuk produk-produk yang dihasilkan oleh para siswa di SMK Mambaul Ulum Paiton.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam mensukseskan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini.

- Kepada Pimpinan dan Seluruh Civitas Akademika Universitas Nurul Jadid, yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun material, serta kesempatan untuk melaksanakan program ini sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat.
- Kepada Pimpinan dan Staf SMK Mambaul Ulum Paiton, yang telah memberikan izin, dukungan, serta fasilitas yang sangat membantu kelancaran program ini.
- Kepada Para Guru dan Tenaga Kependidikan, yang dengan penuh antusiasme turut berkolaborasi dalam pelaksanaan program ini.
- Kepada Peserta Didik SMK Mambaul Ulum, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan semangat dalam setiap tahapan kegiatan.
- Kepada Mitra dan Rekan Kerja, baik individu maupun institusi, yang telah memberikan bantuan, masukan, dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- Kepada Rekan Tim Program Pengabdian, yang dengan komitmen tinggi dan kerja keras telah menjalankan tugas dan tanggung jawab dengan baik.

Kami menyadari bahwa keberhasilan program ini tidak terlepas dari peran, kerja sama, dan dukungan dari semua pihak yang terlibat. Semoga upaya kita bersama dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya di SMK Mambaul Ulum Paiton, serta menjadi amal kebaikan yang mendapat berkah.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Akihary, W., Lestuny, C., & Apituley, P. S. (2024). *Schneeball- Wirbelgruppe learning model: improving students ' concept mastery and critical thinking*. 18(4), 1263-1271. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v18i4.21747>
- Eka Diana, Siti Ratnatus Solehah, Siti Nadifah, & Nazilatur Rohmah. (2023). Pengelolaan Digital Public Relation dalam Membangun Citra Positif Madrasah. *Semantik : Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 1(4), 192-202. <https://doi.org/10.61132/semantik.v1i4.158>
- Halim, A., & Rofiki, M. (2022). The Transformative Leadership Strategy: Efforts to Improve The Positive Image of School. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 5785-5793. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3175>
- Koowuttayakorn, S. (2018). *An Investigation of Instagram 's Metonymy : A Multimodal Social Semiotic Approach*. 1(1), 140-149.
- Lee, J. E., & Yu, J. H. C. (2018). Effects of price discount on consumers ' perceptions of savings , quality , and value for apparel products : mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*. <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0128-2>
- Maresova, P., & Hruska, J. (2020). *education sciences Social Media University Branding*. 1-14.
- Mundiri, A., & Dini, A. M. (2023). *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Curriculum Development Model : The Prospect of Schools Cultivating Language Skills of Early Childhood*

*Students*. 7(3), 3181–3190. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4282>

- Munif, M., Rozi, F., & Aminullah, M. (2021). *Inovasi Pengembangan Kurikulum Sekolah Berbasis Pesantren dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. 3, 183–200.
- Rofiki, M., Sholeh, L., & Akbar, A. R. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah Menengah Atas di Era New Normal. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4057–4065. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1327>
- Rosalina, S., Rozi, F., Shaleha, I., Sembiring, L. B., & Ridho, A. R. (2024). *Optimalisasi peran mahasiswa kukerta sebagai tenaga pengajar dalam meningkatkan pendidikan di desa beringin*. 1, 23–34.
- Rozi, F., Bali, M. M. E. I., Firdaus, S., Wijaya, M., Mursyidi, R. A. Al, Haqiki, M. W., & Abidin, Z. (2020). *Learning Management ; Identifying Learning Styles of Language Learners in Madrasah*. 3783–3790.
- Sergeyeva, A. M., Omirzakova, M. Z., Zhakuda, G. N., & Telekeshov, K. A. (2021). *Territorial Image And Branding As Tools For Developing*. 71(3), 311–324.
- Suyitno. (2021). *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan Peningkatan Daya Saing Madrasah Melalui Optimalisasi Program Ekstrakurikuler*. 3(4), 1161–1169.
- Wafa, A., Diana, E., Jadid, N., & Probolinggo, P. (2017). Pengembangan Struktur Organisasi Sekolah Unggul. *Jurnal Pedagogik*, 04(01), 117–125.
- Wardah, S., Das, H., Halik, A., N, B. I. R., Tahir, M., Elihami, E., Jollong, A. F., & Kenre, I. (2020). *Developing a Sociocultural Approach in Learning Management System through Moodle in the Era of the*. 13(7), 941–958.