

Nomor: 001/Adpend-Tesis/PK.03.08/2025

ANALISIS SCHOOL BRANDING DENGAN KERANGKA KERJA MCKINSEY 7S
(Studi Kasus di SMAN Cahaya Madani Banten Boarding School)



TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Magister pada
Program Studi Administrasi Pendidikan

Oleh:

Firyal Fatin Oktaviani

NIM. 2307574

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PENDIDIKAN

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2025

**Analisis *School Branding* dengan Kerangka Kerja *Mckinsey 7s* (Studi Kasus
Di SMAN Cahaya Madani Banten Boarding School)**

Oleh

Firyal Fatin Oktaviani

Sebuah Tesis yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Pendidikan (M.Pd.) pada Fakultas Ilmu Pendidikan

© Firyal Fatin Oktaviani 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Februari 2025

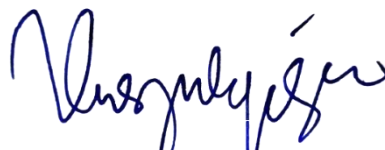
Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Tesis ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

Firyal Fatin Oktaviani

**ANALISIS *SCHOOL BRANDING* DENGAN KERANGKA KERJA
MCKINSEY 7S (Studi Kasus di SMAN Cahaya Madani Banten Boarding
School)**

disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



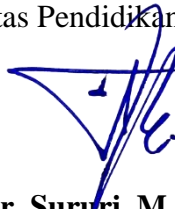
Dr. Eka Prihatin, M.Pd.
NIP. 19660712 200604001

Pembimbing II



Dr. Hj. Cicih Sutarsih, M.Pd.
NIP. 19700929 1998022001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Pendidikan
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Sururi, M.Pd.
NIP. 19701109 1998021001

ABSTRAK

Salah satu sekolah negeri di Provinsi Banten yang sering dijadikan sebagai contoh sekolah unggulan adalah SMAN Cahaya Madani Banten Boarding School. SMAN CMBBS telah melakukan pembentukan *school branding* melalui penguatan *digital marketing*. Namun, sekolah tersebut belum melakukan analisis kondisi organisasi dan sumber daya sekolah secara mendalam yang dapat menjadi acuan untuk pengembangan *school branding* ke depannya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi organisasi sekolah dengan menggunakan kerangka kerja McKinsey 7S. Kerangka kerja *McKinsey 7S* adalah sebuah alat dari manajemen berbasis nilai yang dapat diaplikasikan pada lembaga pendidikan. Penelitian ini dirancang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian ini adalah para wakil kepala sekolah, pendidik dan tenaga kependidikan, wali asuh, siswa, dan alumni SMAN CMBBS. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi ATLAS.ti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dapat menjadi pendukung dalam pengembangan *school branding* di SMAN CMBBS ada pada elemen *strategy, structure, system, staff, skill, style, dan shared value*. Sedangkan faktor yang dapat menjadi penghambat dalam pengembangan *school branding* di SMAN CMBBS ada pada elemen *skill, style, dan shared value*. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa untuk pengembangan *school branding* ke depannya, SMAN CMBBS dapat mengandalkan perencanaan strategi prestasi dan kegiatan sekolah, struktur tim HUMAS, sistem sekolah yang terbuka, pendidik dan tenaga kependidikan yang kolaboratif, pengembangan kompetensi pendidik dari komunitas belajar, gaya kepemimpinan kepala sekolah yang demokratis, serta nilai cerdas dan karakter dalam budaya sekolah.

Kata Kunci: Analisis, Kerangka Kerja McKinsey 7S, School Branding

ABSTRACT

SMAN CMBBS has established a school brand through the implementation of a robust digital marketing strategy. However, the school has not yet conducted a comprehensive analysis of its organizational structure and available resources, which could inform future development of its branding strategy. In light of the above, the objective of this study is to analyse the condition of the school organisation using the McKinsey 7S framework. This research was conducted using a qualitative method with a case study approach. The research subjects are vice principals, educators and education personnel, foster guardians, students, and alumni of SMAN CMBBS. This research employs a variety of data collection methods, including interviews, observations, and document analysis. The data analysis technique employed in this study utilized the ATLAS.ti application. The results demonstrated that the key factors that can facilitate the development of school branding at SMAN CMBBS are found within the elements of strategy, structure, system, staff, skill, style, and shared value. The factors that could impede the development of school branding at SMAN CMBBS are in the elements of skill, style, and shared value. Based on the results of the data analysis, it can be concluded that SMAN CMBBS can rely on the following factors to develop its school branding in the future: strategic planning of school achievements and activities, an open school system, an open school system, a collaborative approach to education and personnel, competency development of educators from the learning community, a democratic leadership style of the principal, and smart values and characters in the school culture.

Keywords: Analysis, McKinsey 7S Framework, School Branding

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Lingkup Penelitian	8
1.6 Pembatasan Masalah	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Konsep Manajemen Mutu Sekolah.....	10
2.1.2 School Branding.....	15
2.1.3 Kerangka Kerja <i>McKinsey 7S</i>	20
2.1.4 Konsep Kerangka Kerja <i>McKinsey 7S</i> dalam <i>School Branding</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Teknik Pengumpulan Data	55

3.3 Partisipan dan Tempat Penelitian	57
3.4 Instrumen Penelitian.....	59
3.5 Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
4.1 Implementasi Kerangka Kerja McKinsey 7S untuk Pengembangan School Branding	65
4.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan School Branding.....	74
4.3 Pola Kerangka Kerja McKinsey 7S untuk Pengembangan School Branding	78
BAB V PEMBAHASAN	82
5.1 Implementasi Kerangka Kerja McKinsey 7S untuk Pengembangan School Branding	82
5.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan School Branding.....	90
5.3 Pola Kerangka Kerja McKinsey 7S untuk Pengembangan School Branding	99
5.4 Kekuatan dan kelemahan Penelitian.....	106
5.5 Rekomendasi Penelitian	107
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	108
6.1 Simpulan.....	108
6.2 Implikasi	109
6.3 Rekomendasi	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Pendidik dan Tenaga Kependidikan di SMAN CMBBS..	48
Tabel 3.2 Data Murid SMAN CMBBS Tahun 2023-2024	50
Tabel 3.3 Kegiatan Pembiasaan Siswa SMAN CMBBS	51
Tabel 3.4 Prestasi Siswa SMAN CMBBS	52
Tabel 3.5 Key Informan Penelitian	58
Tabel 3.6 Instrumen Penelitian	59
Tabel 4.1 Kegiatan Sekolah dalam <i>School Branding</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Kerja <i>McKinsey 7S</i>	20
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	44
Gambar 3.1 Persiapan Data.....	62
Gambar 3.2 Pemberian Kode	63
Gambar 3.3 Pengelompokan Kode	64
Gambar 3.4 Pencarian Pola dan Hubungan.....	64
Gambar 4.1 Hasil Pengolahan Data dengan <i>Software ATLAS.ti</i>	79
Gambar 4.2 Hasil Coding Data dengan <i>Software ATLAS.ti</i>	80
Gambar 5.1 Pola Kerangka Kerja <i>McKinsey 7S</i> di SMAN CMBBS	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pengangkatan Pembimbing

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

Lampiran 3. Pedoman Wawancara, Observasi, dan Studi Dokumentasi

Lampiran 4. Hasil Wawancara

Lampiran 5. Lembar Observasi Sekolah

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian

Lampiran 7. Catatan Bimbingan Tesis

Lampiran 8. Riwayat Hidup

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Aaker, D. (1996). *Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. (1997). *Ekuitas Merek*. Edisi Indonesia. Jakarta: Mitra Utama.
- Ahmad, D. I., & AC, S. (2020). *Manajemen strategis*. Nas Media Pustaka.
- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Andriani, A. D., et al. (2022). *Manajemen sumber daya manusia (Vol. 1)*. Tohar Media.
- Keller, K. L. (2000) *Strategic brand management; building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Erlangga.
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas: Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Jakarta: Penerbit Quadrant.
- Muhaimin, M. A. (2015). *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah)*. Prenada Media.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School branding: Strategi di era disruptif*. Bumi Aksara.
- Musfah, J. (2021). *Analisis kebijakan pendidikan: Pendidikan di era revolusi industri 4.0*. Prenada Media.
- Porter, M. E. & Kramer, M. (2011). *The Big Idea Creating Shared Value*. Harvard Business Review.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., ... & Sinthania, D. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.

- Riyuzen, S. P. (2018). *Buku Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah*.
- Sinanis, T. & Joseph S. (2014). *The Power of Branding: Telling Your School's Story*. United States of America: Corwin A SAGE Company.
- Sudiantini, D., & Hadita, S. P. (2022). *Manajemen Strategi*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsiah. (2019). *Manajemen Brand Image Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta Tahun Pelajaran 2018/2019*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Taufiqurrahman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Temporal, P. (2002). *Advanced Brand Management: From Vision To Valuation*. Singapore: John Wiley and Son, Pte Ltd.
- Yunus, A. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset (Penerbit ANDI).

Sumber Jurnal, Skripsi, dan tesis:

- (2022). 1. Employee-Based Brand Equity and Factors of Employee-Brand Association. doi: 10.4018/978-1-6684-3621-9.ch001
- Aaker, D. & Keller, K. L. (1990). Consumer Evaluations of Brand Extensions. *Journal of Marketing*, 54.
- Abd Rahman, B. P., Munandar, S. A., Fitriani, A., Karlina, Y., & Yumriani, Y. (2022). Pengertian pendidikan, ilmu pendidikan dan unsur-unsur pendidikan. *Al-Urwatul Wutsqa: Kajian Pendidikan Islam*, 2(1), 1-8.
- Aghna, Mar'atul, Fitri., Engga, Kartika, Handayanti., Jofita, Tri, Herdyastuti., Oryza, Sativa, Armeilia., Hafiz, Adrian, Dinata., Ayu, Wulandari. (2023). 3. Implementasi Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah SDN Lakarsantri II 473. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, doi: 10.47134/jtp.v1i2.122

- Ainunnisa, A. U., Raharja, S., & Putera, A. R. (2022). The Mckinsey 7s Framework and School Branding: An Exploratory Study at Private Islamic Elementary School. *ELEMENTARY Islamic Teacher Journal*, 10(2), 203-224.
- Ajepri, F., Vienti, O., & Rusmiyati, R. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru. *Mindset: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 130-149.
- Akmal, Mundiri., Regina, Agustina. (2024). 2. Strategic Management Based on Perceived Brand Innovativeness Multi-Site Study at SDIT Nurul Anshar and SDN 4 Curah Jeru Situbondo District. doi: 10.59525/gej.v2i3.275
- Amalina, Z. (2023). *Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Anharul, Machfudz., Imam, Fu'adi, Imam, Fu'adi., Nur, Efendi. (2023). 5. School Principal Leadership as a Vanguard for Educators and Educational Staff in Enhancing Work Motivation at SMA Assa'adah Gresik, Indonesia. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE AND EDUCATION RESEARCH STUDIES*, doi: 10.55677/ijssers/v03i9y2023-19
- Asham, Bin, Jamaluddin., Siti, Zubaidah., Susriyati, Mahanal., Abdul, Gofur. (2021). 5. Character, creative thinking and learning achievement in higher education: How they are correlated. doi: 10.1063/5.0043184
- Asma, Niah. (2022). 5. Education Administration Perspective Policy Makers and Educational Institutions. *Indonesian Journal of Education (INJOE)*, doi: 10.54443/injoe.v3i2.29
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Ayunisa, L. N., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(01), 59-72.
- Azhara, R. (2022). Peran Kepala Sekolah dalam Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah. *Management of Education: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(1), 15-21.
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Awareness Masyarakat. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 250-257.

- Bungai, J., Setiawan, H., Putra, F. A., Sakti, B. P., & Sukoco, H. (2024). Digital marketing strategy in education management: increasing school visibility and attractiveness. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1), 110. <https://doi.org/10.31958/jaf.v12i1.12318>
- Christopher, Saldaña., Kevin, G., Welner., Susan, Malcolm., Eleanore, Tisch. (2021). Teachers as market influencers: Towards a policy framework for teacher brand ambassador programs in K-12 schools. *Education Policy Analysis Archives*, 29 doi: 10.14507/EPAA.29.5654
- Darim, A. (2020). Manajemen perilaku organisasi dalam mewujudkan sumber daya manusia yang kompeten. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 22-40.
- David, Gurr., Lawrie, Drysdale., Helen, Goode. (2022). 3. An open systems model of successful school leadership. *Journal of Educational Administration*, doi: 10.1108/jea-04-2021-0091
- Davut, Atiş., Engin, Dilbaz. (2022). 5. The Evaluation of Management Skills of School Administrators in the Context of Effective School. *Anadolu journal of educational sciences international*, doi: 10.18039/ajesi.910568
- Deny, Heryanto., Haris, Supratno., Sujarwanto., Erny, Roesminingsih. (2023). 1. Democratic Leadership of the School Principle in Growing Teacher Professionalism. *Journal of Law and Sustainable Development*, doi: 10.55908/sdgs.v1i1i6.929
- Dhuka, M. N. (2022). Perencanaan Strategis Mutu Pendidikan Agama Islam. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(4), 287-298.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11-23.
- Falah, R. Z., Muchlisin, I., Indriyani, D., Ulyahimawati, V., & Haq, M. M. B. (2023). Strategi Membangun Brand Image Sekolah Berbasis Pesantren (Studi di SMA Syubbanol Wathon Secang Magelang). *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 145-164.
- Fauzi, N. R. R. (2021). Implementasi Perencanaan Strategis Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Sekolah Dasar. *Jurnal Magister*, 8(20), 15-25.
- Fintan, McCutcheon., Joanna, Haynes. (2022). 8. Leadership matters in democratic education: Calibrating the role of Principal in one democratic school. *Journal of Philosophy of Education*, doi: 10.1111/1467-9752.12688

- Fitria, R. (2024). Strategi Komunikasi Branding Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Siswa siswi Baru di SMA IT Ash-Shiddiqi Jambi. *Al-fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 91-111.
- Fradito, A., Sutiah, S., & Mulyadi, M. (2020). Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1), 12-22.
- Gunawan, E., Calista, H., & Zulkarnain, A. (2021). ADAPTASI TANPA ISI: PENGARUH DESAIN “UNTITLED-I SHOP THEREFORE I AM” KARYA BARBARA KRUGER TERHADAP DESAIN LOGO BRAND SUPREME. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 18(1), 1-12.
- H, Kateryna., L, Tatyana., L, Tamila., V, Larisa., B, Yaroslav. (2021). 8. Ethics of Communication as an Important Component of Teacher Self-Branding in the Settings of the Digital Environment. *European journal of educational research*, doi: 10.12973/EU-JER.10.1.641
- Hanifah, N., & Istikomah, I. (2022). Branding Sekolah Swasta Dalam Menghadapi Kebijakan Zonasi. *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(2), 274-286.
- Harisatunisa, H., & Muslimah, E. (2024). School Branding Management: Pengelolaan Merek melalui Kurikulum Berbasis Budaya Lokal Batik. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 9(1), 1-13.
- Henry, Suprianto., Dedi, Sumarno., Yunara, Yunara., Hendi, Suhendraya, Muchtar., Sri, Handayani. (2024). 8. Implementasi Kepemimpinan Demokratis dalam Peningkatan Prestasi Olahraga Peserta Didik di SDN Pasirjambu. *Jurnal visionary : penelitian dan pengembangan di bidang administrasi pendidikan*, doi: 10.33394/vis.v12i1.10512
- Ikramullah, I., & Sirojuddin, A. (2020). Optimalisasi Manajemen Sekolah Dalam Menerapkan Pendidikan Inklusi di Sekolah Dasar. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 131-139.
- Ipah, Zahra., M., Khoiruddin. (2023). 1. Membangun Kemandirian Santri: Peran Wali Asuh di Pondok Pesantren Darussa'adah Lirboyo. *Journal of Islamic Education*, doi: 10.61231/jie.v1i2.192
- Ismuratno, I., Hamdani, M. K., & Prahastiwi, E. D. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Lembaga Sekolah Dasar Islam Insan Cendekia Pacitan. *Kreatif: Jurnal Pemikiran Pendidikan Agama Islam*, 19(1), 16-29.
- Istikomah, Istikomah. (2023). Elevating Educational Quality: A Management Strategy to Enhancing Muhammadiyah School Branding. *Al-Tanzim : jurnal*

manajemen pendidikan Islam, 7(3):973-984. doi: 10.33650/al-tanzim.v7i3.5756

Janet, Hetherington., Gillian, Forrester. (2023). 6. Brand advantage, risk mitigation, and the illusion of democracy: Approaches to school governance. doi: 10.1177/17411432231194852

Khadijah, Khadijah., Indah, Suciati., Khaerani, Khaerani., Abdul, Manaf., Sutamrin, Sutamrin. (2021). 4. Schools' character education values and students' mathematics learning achievement: A meta-analysis. doi: 10.21831/CP.V40I3.39924

Lorenzo, Neri., Elisabetta, Pasini., Olmo, Silva. (2022). 4. The Organizational Economics of School Chains. Social Science Research Network, doi: 10.2139/ssrn.4178918

M, D, Usha, Devi., Suyatno, Suyatno., Sukirman, Sukirman. (2022). 3. School Branding Strategy In Facing The Impact Of Zoning System. International Journal of Educational Management and Innovation, doi: 10.12928/ijemi.v3i3.6089

Marcus, Pietsch., Colin, Cramer., Chris, Brown., Burak, Aydin., Jasmin, Witthöft. (2023). 9. Open Innovation in Schools: A New Imperative for Organising Innovation in Education?. Technology, Knowledge, and Learning, doi: 10.1007/s10758-023-09705-2

Mario, Nugroho, Willyarto., Rizka, Yona, Paramitha. (2023). 2. Branding Vocational School with The Internet of Things (IoT) Production Competency of Students in Indonesia. doi: 10.37535/105002220242

Muh, Wahyunto., Dian, Hidayati., Enung, Hasanah. (2024). 1. Strategi branding Sekolah di era digital dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing. Academy of Education Journal: Jurnal Ilmu-ilmu Kependidikan, doi: 10.47200/aoej.v15i2.2419

Muhammad, A. K., & Pd, M. M. (2021). *MANAJEMEN STRATEGIK BUDAYA MUTU PENDIDIKAN (Studi pada SMA Al Ma'soem Sumedang dan SMA Darul Hikam Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Mustika, M. (2020). STRATEGI MEMBANGUN SCHOOL BRANDING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING SEKOLAH DI SMK DR. SOETOMO SURABAYA. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 4(1), 11-19.

- Nan, Rahminawati. (2023). 3. Public relations management strategy to create school branding in pasundan 1 and 2 middle school in bandung city. Ta'dib (Bandung), doi: 10.29313/tjpi.v11i1.9638
- Niluh, Ari, Kusumawati. (2022). 7. Revitalisasi school branding di era revolusi industri 4.0. Sang Acharya, doi: 10.25078/sa.v3i1.2156
- Paweł, Cieśła. (2022). 3. Creating the Image of Educational Institutions – Theoretical and Practical Perspective. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*, doi: 10.17951/j.2022.35.2.165-176
- Peter, Ike. (2022). Leadership Style as Correlate of Management Decision Making in School Administration. *JOURNAL OF POLITICAL SCIENCE AND LEADERSHIP RESEARCH*, 8(1):14-20. doi: 10.56201/jpslr.v8.no1.2022.pg14.20
- Purwaningsih, I., Oktariani, O., Hernawati, L., Wardarita, R., & Utami, P. I. (2022). Pendidikan sebagai suatu sistem. *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan*, 10(1), 21-26.
- Purwanto, R. (2021). Kepemimpinan Visioner Kepala Sekolah Terhadap Mutu dan Kualitas Sekolah di SD Negeri Soko. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 1(4), 151-160.
- Qonita, Diah, Hidayati., Sa'diyah, El, Adawiyah. (2024). 10. Strategi Public Relations dalam Pengembangan Brand Image di SD NAIS Bekasi. *MUKASI Jurnal Ilmu Komunikasi*, doi: 10.54259/mukasi.v3i1.2400
- Rafhita, Ika, Saputri. (2024). 2. Strategi Branding dalam Peningkatan Kepercayaan Masyarakat pada Sekolah Dasar Islam Terpadu. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, doi: 10.30863/ajmpi.v14i1.5050
- Rahmi, F., Sari, L., & Rejeki, S. S. (2021). Identifikasi kesiapan memasuki dunia kerja melalui profil soft skill siswa SMK. *Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 51-55.
- Riesta, Ayu, Oktarina., Ratna, Puspita, Sari., Suprihatin, Suprihatin., E., Rizky, Wulandari., Aulia, Rachmawati. (2023). 2. Pendampingan Branding School dengan Keterampilan Video Content Creator Ibu – Ibu Guru TK Se-Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Indonesian Society Empowerment*, doi: 10.61105/jise.v1i2.34
- S., Sularno., Renita, Astri., Zulfahmi, Zulfahmi., Dio, Prima, Mulya., Faradika, Faradika., P., Anggraini. (2023). 4. Pelatihan Digital Marketing Dalam Membentuk Branding Sekolah. *Jurnal pemberdayaan*, doi: 10.47233/jpmitc.v2i1.527

- Saputri, S. A. S., Kusumaningrum, H., & Munawwaroh, Z. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding. *Educational Journal of Bhayangkara*, 3(1).
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57-66.
- Sholikhah, V. (2021). Manajemen strategi ekonomi agribisnis dalam konteks ilmu ekonomi mikro. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 113-129.
- Sofyan, Rofi., Dahani, Kusumawati. (2020). 1. The Effect of School Branding on the Reputation of Islamic Schools. doi: 10.2991/ASSEHR.K.201017.142
- Stefanie, A., Hillen. (2020). 2. School Staff-centered School Development by Communicative Action: Working Methods for Creating Collective Responsibility - From the Idea to Action. doi: 10.7160/ERIESJ.2020.130403
- Sumandiyar, A., & Nur, H. (2020). Membangun hubungan sosial masyarakat di tengah pandemi covid-19 di Kota Makassar. *Prosiding Nasional Covid-19*, 74-81.
- Sumarni, A., Lestiana, W., Gusvita, M., Rahmadani, N., & A'ini, N. (2022). Mengenal Gaya Kepemimpinan Dalam Dunia Pendidikan. *MUNTAZAM: JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM*, 3(01).
- Suprayogi, S., Permatasari, B., Puspita, D., Prasetyo, L., & Ahmad, S. (2022). Every word matters: membangun school branding melalui pelatihan digital marketing. *Al-Mu'awanah: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 1-8.
- Surianto, M. A., Kirono, I., & Saepulloh, A. (2023). Pelatihan Peningkatan Branding Sekolah Di Amal Usaha Muhammadiyah Cerme Kabupaten Gresik. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 3(1), 1-6.
- Sutanjar, T., & Saryono, O. (2019). Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan dan Disiplin Pegawai terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Management Review*, 3(2), 321-325.
- Sutarman, Sutarman., Ragil, Kurniawan., Kun, Hidayat. (2022). 1. Education Character Model of Intrinsic Religiosity as Students' Character Values Recovery in Post Covid-19 Pandemic Era. *Konseling religi: Majalah Bimbingan Konseling Islam*, doi: 10.21043/kr.v13i2.16970
- Titanilla, Virág, Tevely. (2022). 10. Leading collaborative innovation in schools. doi: 10.33540/437

Wahyuni, Indriyani., Fathorrahman., Theresia, Pradiani. (2023). 1. Pengaruh Kompetensi Guru, Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anak Pada SMAK Seminari Agats, Asmat, Papua Selatan. *Ekonomi dan Bisnis*, doi: 10.59086/jeb.v2i1.235

Wati, D. A., Pranawa, S., & Rahman, A. (2020). Upaya pengembangan soft skill siswa SMA melalui pramuka. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 34(2), 117-124.

Wenjie, Duan., Ke, Huang., Hui, Zhou. (2024). 5. Character Strength-Based Interventions in Educational Settings. doi: 10.4324/9781003352471-45

Peraturan dan kebijakan:

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional