

Strategi Branding dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SD Negeri 158 Palembang

Salsabila Khoirunisa¹, Ade Akhmad Saputra², Arwan³
Universitas Islam Negeri Raden FataH Palembang¹
Corresponding email: slshsyaaa@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission : 28-05-2026

Received : 05-06-2026

Revised : 05-06-2026

Accepted : 06-06-2026

Keywords

Branding Sekolah

7P

Minat Peserta Didik Baru

ABSTRACT

This study aims to describe the school branding strategy in increasing prospective students' interest at SD Negeri 158 Palembang through the educational marketing mix (7P) approach, consisting of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process. This research employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving the principal, teachers, and educational staff. The findings indicate that the school branding strategy has been implemented by strengthening all 7P elements, including educational quality, affordable costs, strategic location, promotional activities, active educational personnel, adequate facilities, and well-structured educational services. These strategies contribute to building a positive school image and increasing public trust and interest in enrolling their children at SD Negeri 158 Palembang.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi branding sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang melalui pendekatan bauran pemasaran pendidikan (7P), yaitu product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi branding sekolah telah diterapkan melalui penguatan seluruh unsur 7P, yang mencakup kualitas pembelajaran, biaya pendidikan yang terjangkau, lokasi strategis, promosi sekolah, peran aktif tenaga pendidik, sarana dan prasarana yang memadai, serta layanan pendidikan yang terstruktur. Penerapan strategi tersebut membentuk citra positif sekolah dan meningkatkan kepercayaan serta minat masyarakat untuk menyekolahkan anak di SD Negeri 158 Palembang.

Pendahuluan

Branding sekolah merupakan suatu strategi penting yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam membangun identitas, citra, serta reputasi positif di mata masyarakat. Dalam konteks pendidikan modern, *branding* tidak hanya dipahami sebagai kegiatan

promosi semata, tetapi juga sebagai upaya menyeluruh dalam menciptakan kepercayaan publik terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Melalui *branding* yang kuat, sekolah diharapkan mampu meningkatkan daya tarik sehingga minat masyarakat, khususnya calon peserta didik baru, dapat terus meningkat dari waktu ke waktu (Indrawati, 2024).

Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, setiap sekolah dituntut untuk memiliki keunggulan yang dapat membedakannya dengan sekolah lain. Keunggulan tersebut tidak hanya berasal dari aspek akademik, tetapi juga mencakup pelayanan pendidikan, fasilitas, lingkungan sekolah, serta kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Oleh karena itu, *branding* sekolah menjadi salah satu faktor strategis dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan, sehingga sekolah mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat (Mulyani et al., 2025).

Dalam upaya meningkatkan minat peserta didik baru, sekolah perlu menerapkan strategi pemasaran pendidikan yang terencana dan sistematis. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan adalah bauran pemasaran pendidikan (marketing mix) 7P menurut Philip Kotler yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*. Dalam konteks pendidikan, ketujuh unsur tersebut saling berkaitan dalam membentuk kualitas layanan pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah kepada masyarakat (Khasanah et al., 2025).

Unsur *product* dalam pendidikan mencerminkan layanan utama yang diberikan sekolah, seperti proses pembelajaran, pengembangan karakter, serta prestasi peserta didik. Sementara itu, *price* berkaitan dengan biaya pendidikan yang ditetapkan dan tingkat keterjangkauannya bagi masyarakat. *Place* berhubungan dengan lokasi sekolah serta kemudahan akses bagi peserta didik, sedangkan *promotion* mencakup berbagai kegiatan publikasi dan sosialisasi sekolah kepada masyarakat luas (Kurniawan et al., 2022).

Selain itu, unsur *people* dalam bauran pemasaran pendidikan mencakup seluruh sumber daya manusia di sekolah seperti kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan yang berperan dalam memberikan pelayanan pendidikan. *Physical evidence*

menggambarkan sarana dan prasarana yang dimiliki sekolah sebagai bukti fisik kualitas layanan pendidikan, sedangkan *process* mencerminkan seluruh rangkaian kegiatan pembelajaran dan pelayanan yang diberikan kepada peserta didik secara berkelanjutan (Monica et al., 2024).

Penerapan bauran pemasaran 7P tersebut menjadi sangat penting karena setiap unsur memiliki kontribusi dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kualitas sekolah. Kualitas layanan pendidikan yang baik harus didukung oleh proses pembelajaran yang efektif, tenaga pendidik yang kompeten, serta fasilitas yang memadai. Dengan demikian, sekolah dapat membangun citra positif yang berpengaruh terhadap meningkatnya minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut (Eriani et al., 2025).

Keberhasilan *branding* sekolah tidak hanya ditentukan oleh strategi yang dirancang, tetapi juga oleh implementasi nyata di lapangan. Pengalaman peserta didik dan orang tua terhadap pelayanan sekolah menjadi faktor utama dalam membentuk citra sekolah. Oleh karena itu, konsistensi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas menjadi hal yang sangat penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sekolah (Hanifah and Istikomah 2022).

Meskipun berbagai upaya *branding* telah dilakukan oleh pihak sekolah, pada kenyataannya masih terdapat berbagai permasalahan dalam peningkatan minat peserta didik baru. Beberapa sekolah masih menghadapi kendala seperti kurang optimalnya strategi promosi (Padliyan et al., 2024). pendidikan, keterbatasan pengelolaan program *branding*, serta belum maksimalnya pemanfaatan seluruh unsur bauran pemasaran 7P secara terpadu. Selain itu, masih terdapat perbedaan persepsi masyarakat terhadap kualitas sekolah yang dipengaruhi oleh kondisi sarana prasarana, pelayanan, serta informasi yang diterima masyarakat mengenai sekolah tersebut (Fitria, 2024).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *branding* sekolah memiliki peran penting dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Penelitian yang dilakukan oleh Susilo (2022), menunjukkan bahwa citra sekolah yang positif melalui strategi promosi yang efektif mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Selanjutnya, Wahyunto, Hidayati, and Sukirman (2024), mengungkapkan bahwa penerapan bauran pemasaran pendidikan (7P) berkontribusi besar dalam membangun daya tarik sekolah di mata calon peserta didik baru, terutama pada aspek *product* dan *promotion*. Penelitian lain oleh Pratama (2025), menyatakan bahwa kualitas sarana dan prasarana sekolah menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap mutu pendidikan, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Selain itu, Budiarti et al (2023), menemukan bahwa

Peran kepala sekolah sangat berpengaruh dalam mengelola strategi *branding* melalui penguatan kerja sama seluruh warga sekolah serta peningkatan kualitas layanan pendidikan. Azizah and Halwati (2023), menegaskan bahwa keberhasilan *branding* sekolah tidak hanya ditentukan oleh promosi, tetapi juga konsistensi dalam memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas. Selain itu, penelitian Anggraini & Saputra (2025), Malik (2024), serta Sari and Saputra (2026) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis *marketing mix 7P* berperan dalam meningkatkan daya tarik sekolah melalui program unggulan, promosi, pelayanan, dan fasilitas pendidikan. Namun demikian, penelitian sebelumnya masih membahas strategi *branding* sekolah secara umum dan belum secara khusus mengkaji penerapan *branding* berbasis *marketing mix 7P* pada tingkat sekolah dasar secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P menurut Philip Kotler. Penelitian sebelumnya umumnya membahas *branding* sekolah dan strategi pemasaran pendidikan secara umum, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada penerapan setiap unsur *marketing mix 7P* pada tingkat sekolah dasar, khususnya dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *branding* yang diterapkan sekolah, menganalisis implementasi setiap unsur 7P, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu

manajemen pendidikan, khususnya terkait strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru.

Landasan Teori

Branding sekolah merupakan suatu upaya strategis yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk membentuk identitas, citra, serta reputasi yang positif di mata masyarakat. Dalam dunia pendidikan, *branding* tidak hanya dipahami sebagai kegiatan promosi, tetapi juga sebagai proses membangun kepercayaan publik terhadap kualitas layanan pendidikan yang dimiliki sekolah. Melalui *branding* yang baik, sekolah diharapkan mampu meningkatkan daya tarik sehingga minat masyarakat, khususnya calon peserta didik baru, semakin meningkat.

Dalam upaya meningkatkan minat peserta didik baru, sekolah perlu menerapkan strategi pemasaran pendidikan yang terencana dan sistematis. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P menurut Philip Kotler yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*. Dalam konteks pendidikan, *product* menggambarkan layanan pendidikan yang ditawarkan sekolah, *price* berkaitan dengan biaya pendidikan yang ditetapkan, *place* mencakup lokasi serta kemudahan akses sekolah, *promotion* meliputi berbagai kegiatan publikasi dan sosialisasi sekolah kepada masyarakat, *people* mencakup seluruh sumber daya manusia di sekolah seperti kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan, *physical evidence* mencerminkan sarana dan prasarana yang dimiliki sekolah, sedangkan *process* menggambarkan seluruh rangkaian kegiatan pembelajaran dan pelayanan pendidikan yang diberikan kepada peserta didik.

Penerapan bauran pemasaran 7P tersebut menjadi penting karena masing-masing komponen saling berkaitan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap sekolah. Kualitas produk pendidikan yang baik harus didukung oleh proses pembelajaran yang efektif, tenaga pendidik yang kompeten, serta fasilitas yang memadai. Selain itu, promosi yang dilakukan secara tepat akan membantu sekolah dalam menyampaikan keunggulan yang dimiliki kepada masyarakat luas sehingga meningkatkan ketertarikan calon peserta didik baru untuk mendaftar.

Dalam penelitian ini, teori bauran pemasaran 7P Philip Kotler D. Agung K, M.Y Anshori (2025), digunakan sebagai landasan utama untuk menganalisis strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang. Melalui teori ini, dapat dipahami bagaimana sekolah merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran pendidikan yang tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga pada peningkatan kualitas layanan pendidikan secara keseluruhan.

Selain itu, keberhasilan *branding* sekolah juga sangat dipengaruhi oleh konsistensi seluruh warga sekolah dalam memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas. Citra positif sekolah tidak hanya dibangun melalui kegiatan promosi, tetapi juga melalui pengalaman nyata yang dirasakan oleh peserta didik dan orang tua dalam proses pembelajaran dan pelayanan sekolah. Oleh karena itu, sinergi antara kualitas layanan, komunikasi yang baik, serta pengelolaan seluruh komponen 7P secara optimal menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggalian makna, proses, serta fenomena yang terjadi secara alami di lingkungan sekolah, khususnya terkait penerapan strategi *branding* yang dilakukan oleh pihak sekolah.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan rinci mengenai strategi *branding* sekolah berdasarkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P menurut Philip Kotler. Fokus penelitian ini diarahkan pada penerapan unsur 7P, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process* dalam upaya meningkatkan minat peserta didik baru di sekolah.

Lokasi penelitian dilaksanakan di SD Negeri 158 Palembang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut relevan dengan fokus penelitian, yaitu terkait strategi *branding* dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari tiga narasumber utama, yaitu kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan (tata usaha). Ketiga narasumber ini dipilih karena

dianggap paling mengetahui serta terlibat langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan kegiatan yang berkaitan dengan strategi *branding* sekolah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan untuk memperoleh informasi mengenai strategi *branding* yang diterapkan sekolah, mulai dari kegiatan promosi, kualitas layanan pendidikan, hingga pengelolaan citra sekolah di masyarakat. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi sekolah, proses pembelajaran, serta aktivitas yang mendukung strategi *branding* sekolah. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa profil sekolah, foto kegiatan, data peserta didik baru, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilah data yang sesuai dengan fokus penelitian berdasarkan konsep 7P Philip Kotler. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dengan menyusun hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis agar mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan (tata usaha). Sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar data yang diperoleh lebih valid serta menggambarkan kondisi nyata di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Strategi *Product* (Produk Pendidikan) dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SD Negeri 158 Palembang

Strategi *product* (produk pendidikan) dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang mengacu pada seluruh layanan pendidikan yang diberikan

sekolah kepada peserta didik, baik berupa proses pembelajaran, kegiatan pengembangan diri, maupun pencapaian prestasi siswa. Produk pendidikan ini menjadi salah satu unsur penting dalam membentuk citra sekolah di mata masyarakat, karena kualitas produk pendidikan akan memengaruhi tingkat kepercayaan dan minat calon peserta didik baru terhadap sekolah.

Selain itu, berdasarkan data penerimaan peserta didik baru selama tiga tahun terakhir, jumlah peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang mengalami peningkatan setiap tahun ajaran. Pada tahun ajaran 2022/2023 jumlah peserta didik baru sebanyak 52 siswa, meningkat menjadi 55 siswa pada tahun ajaran 2023/2024, dan kembali meningkat menjadi 58 siswa pada tahun ajaran 2024/2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa strategi *product* (produk pendidikan) yang diterapkan sekolah mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap SD Negeri 158 Palembang melalui kualitas pembelajaran, prestasi siswa, dan pelayanan pendidikan yang semakin baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SD Negeri 158 Palembang, Bapak Febriansyah, diperoleh informasi bahwa produk pendidikan di sekolah ini difokuskan pada peningkatan kualitas pembelajaran serta pembentukan karakter peserta didik. Beliau menegaskan bahwa sekolah tidak hanya berorientasi pada aspek akademik, tetapi juga pada pembinaan sikap dan karakter siswa. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Produk utama di sekolah ini adalah layanan pendidikan yang kami berikan kepada siswa, baik dari proses pembelajaran maupun pembentukan karakter. Kami berusaha agar siswa tidak hanya unggul dalam akademik, tetapi juga memiliki sikap yang baik dan berakhlak” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru SD Negeri 158 Palembang, Ibu Enny, yang menjelaskan bahwa produk pendidikan dapat dilihat dari proses pembelajaran di kelas serta kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung pengembangan minat dan bakat siswa. Menurut beliau, sekolah memberikan ruang bagi siswa untuk mengembangkan potensi secara optimal. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Produk pendidikan di sekolah ini terlihat dari kegiatan pembelajaran yang aktif di kelas serta adanya kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka dan

kegiatan olahraga yang mendukung kemampuan siswa” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga kependidikan (tata usaha), Ibu Mardiana, diperoleh informasi bahwa produk pendidikan juga dapat dilihat dari prestasi siswa serta jumlah peserta didik yang terus meningkat setiap tahun. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat terhadap kualitas sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut :

“Dari data yang ada, jumlah siswa di sekolah ini terus meningkat dan prestasi siswa juga semakin baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pendidikan di sekolah ini cukup baik dan dipercaya oleh masyarakat” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

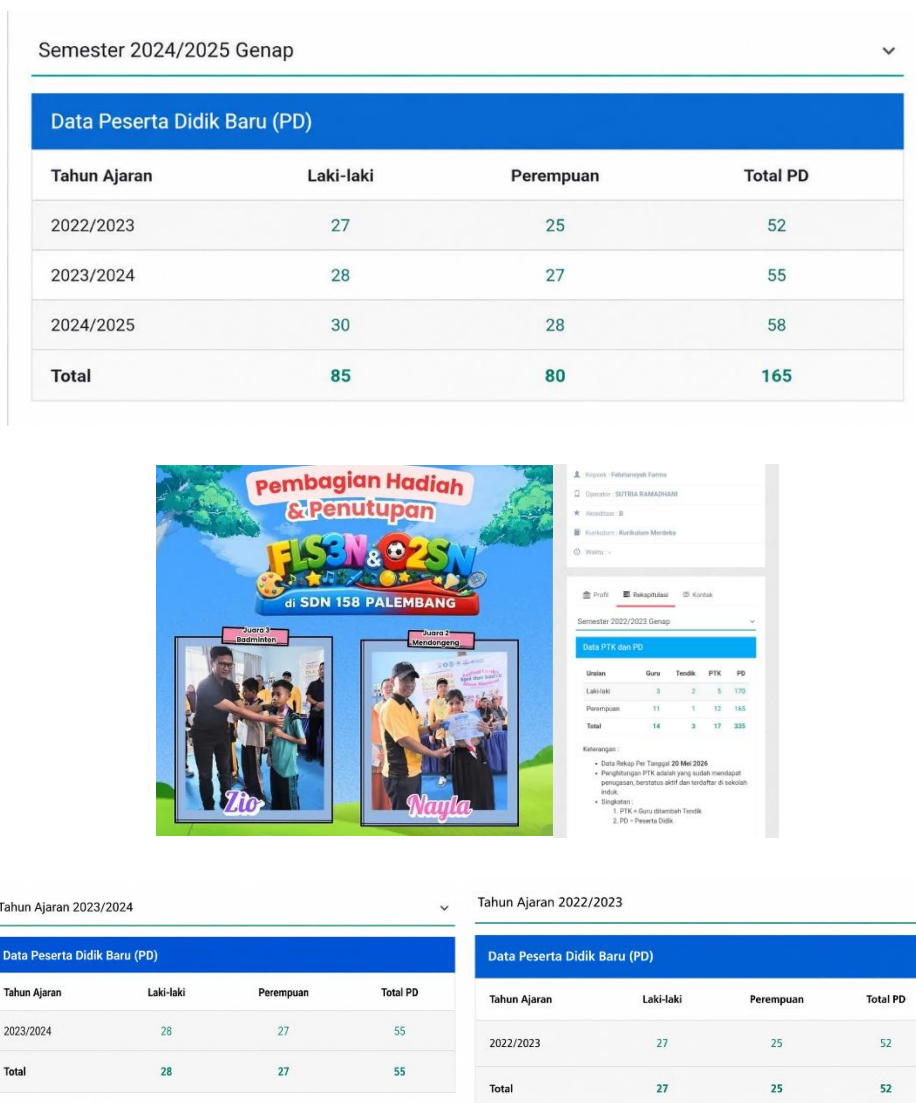
Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa strategi product di SD Negeri 158 Palembang tidak hanya berfokus pada kegiatan pembelajaran di kelas, tetapi juga pada pengembangan karakter, prestasi, dan kegiatan ekstrakurikuler siswa sebagai bagian dari kualitas layanan pendidikan sekolah.

Berdasarkan hasil observasi di SD Negeri 158 Palembang, terlihat bahwa proses pembelajaran berlangsung dengan aktif dan kondusif. Guru melibatkan siswa dalam kegiatan belajar, serta terdapat kegiatan ekstrakurikuler yang berjalan secara rutin. Lingkungan sekolah juga mendukung pembentukan karakter siswa melalui pembiasaan disiplin dan kegiatan positif di sekolah.

Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa hambatan. Sekolah telah memiliki berbagai kegiatan ekstrakurikuler seperti tari, tahfidz, futsal, hadroh, karate, dan pramuka sebagai bagian dari pengembangan minat dan bakat siswa. Akan tetapi, pengembangan program tersebut masih menghadapi keterbatasan fasilitas pendukung serta sarana tertentu yang belum sepenuhnya memadai. Selain itu, persaingan dengan sekolah lain yang memiliki fasilitas dan media promosi yang lebih lengkap menjadi tantangan tersendiri dalam mempertahankan daya tarik sekolah di tengah masyarakat.

Hasil dokumentasi menunjukkan bahwa SD Negeri 158 Palembang memiliki berbagai kegiatan pendidikan yang mendukung branding sekolah, seperti kegiatan

pembelajaran di kelas, kegiatan ekstrakurikuler, dokumentasi prestasi siswa, serta data peningkatan peserta didik baru dalam tiga tahun terakhir. Dokumentasi tersebut menjadi bukti bahwa produk pendidikan di sekolah ini terus dikembangkan secara berkelanjutan.



Gambar 1. Kegiatan Pembelajaran dan Pengembangan Produk Pendidikan di SD Negeri 158 Palembang, data keseluruhan peserta didik baru dan Data Peserta Didik Baru 3 Tahun Terakhir

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 1 dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 158 Palembang secara aktif melaksanakan berbagai kegiatan pendidikan sebagai bagian dari strategi *branding* sekolah. Dokumentasi tersebut memperlihatkan adanya upaya sekolah

dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan dan pengembangan potensi siswa secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi produk dalam meningkatkan *branding* di SD Negeri 158 Palembang dilakukan melalui peningkatan kualitas pembelajaran, penguatan karakter siswa, pengembangan kegiatan ekstrakurikuler, pencapaian prestasi siswa, serta peningkatan jumlah peserta didik baru setiap tahun. Seluruh aspek tersebut menjadi faktor penting dalam membentuk citra positif sekolah serta meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Negeri 158 Palembang.

1. Strategi *Price* (Biaya Pendidikan) dalam Menunjang Daya Tarik SD Negeri 158 Palembang

Strategi *price* (biaya pendidikan) dalam SD Negeri 158 Palembang tidak hanya berkaitan dengan besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh orang tua, tetapi juga mencakup keterjangkauan, kebijakan pembiayaan, serta kemudahan akses pendidikan bagi seluruh peserta didik. Dalam konteks sekolah dasar negeri, aspek *price* lebih menekankan pada upaya sekolah dalam memberikan layanan pendidikan yang tidak membebani orang tua siswa sehingga dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SD Negeri 158 Palembang, Bapak Febriansyah, diperoleh informasi bahwa pihak sekolah berupaya memberikan layanan pendidikan yang terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat. Selain tidak adanya biaya SPP bulanan, sekolah juga berupaya meminimalisir biaya tambahan yang dapat membebani orang tua siswa. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Sekolah ini berupaya agar pendidikan bisa diakses semua masyarakat tanpa membebani orang tua. Kami tidak memungut biaya SPP, dan walaupun ada kebutuhan sekolah, biasanya disesuaikan dengan kondisi dan tidak memberatkan” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru SD Negeri 158 Palembang, Ibu Enny, yang menjelaskan bahwa kebijakan biaya yang ringan membuat orang tua merasa lebih

tenang dalam menyekolahkan anaknya. Menurut beliau, hal ini menjadi salah satu faktor meningkatnya minat masyarakat terhadap sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Orang tua siswa merasa terbantu karena tidak ada biaya SPP dan tidak ada pungutan yang memberatkan. Jadi mereka lebih tertarik untuk menyekolahkan anaknya di sekolah ini” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga kependidikan (tata usaha), Ibu Mardiana, diperoleh informasi bahwa selain biaya yang terjangkau, sekolah juga memberikan kemudahan dalam hal administrasi tanpa adanya pungutan yang tidak resmi. Hal ini menunjukkan adanya keteraturan dalam sistem pembiayaan sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Di sekolah ini tidak ada pungutan liar, semua sudah diatur sesuai ketentuan. Kalau ada kebutuhan sekolah juga selalu disampaikan secara terbuka kepada orang tua siswa” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Strategi *price* di SD Negeri 158 Palembang tidak hanya berkaitan dengan ketiadaan biaya SPP, tetapi juga transparansi dan keterbukaan sekolah dalam pengelolaan kebutuhan pendidikan sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.

Berdasarkan hasil observasi di SD Negeri 158 Palembang, terlihat bahwa tidak terdapat pungutan biaya rutin kepada siswa. Kegiatan belajar mengajar berjalan dengan baik tanpa adanya hambatan biaya, serta partisipasi siswa tetap tinggi karena tidak ada beban biaya pendidikan yang berat bagi orang tua.

Meskipun demikian, keterbatasan anggaran masih menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengembangan *branding* sekolah. Sebagai sekolah negeri, pelaksanaan beberapa program sekolah serta pemenuhan fasilitas masih menyesuaikan dengan anggaran yang tersedia. Kondisi tersebut menyebabkan pengembangan sarana pendukung dan kegiatan promosi sekolah belum sepenuhnya dapat dilakukan secara maksimal.

Hasil dokumentasi menunjukkan adanya informasi tertulis mengenai kebijakan sekolah yang tidak memungut SPP serta pengumuman terkait kegiatan sekolah yang tidak

berbayar. Dokumentasi tersebut memperkuat bahwa SD Negeri 158 Palembang menerapkan sistem pembiayaan yang ramah masyarakat.



Gambar 2. Kebijakan Pembiayaan Pendidikan dan Transparansi Biaya di SD Negeri 158 Palembang

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 158 Palembang menerapkan kebijakan pembiayaan pendidikan yang terbuka dan tidak memberatkan orang tua siswa. Kondisi tersebut mendukung terbentuknya kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi *price* dalam menunjang daya tarik SD Negeri 158 Palembang dilakukan melalui kebijakan biaya pendidikan yang terjangkau, tidak adanya pungutan SPP, serta pengelolaan keuangan yang transparan dan akuntabel. Kebijakan tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses pendidikan tanpa terbebani biaya yang tinggi, sehingga menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Negeri 158 Palembang.

2. Strategi *Place* (Lokasi dan Aksesibilitas) dalam Penguatan Branding SD Negeri 158 Palembang

Strategi *place* (lokasi dan aksesibilitas) dalam penguatan branding SD Negeri 158 Palembang tidak hanya berkaitan dengan letak geografis sekolah, tetapi juga mencakup kemudahan akses, keamanan lingkungan, serta kenyamanan jalur menuju sekolah bagi peserta didik dan masyarakat sekitar. Dalam konteks *branding* sekolah, aspek ini menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kualitas

dan kelayakan sebuah lembaga pendidikan. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan memberikan nilai tambah bagi sekolah karena dapat meningkatkan minat orang tua dalam memilih sekolah tersebut sebagai tempat pendidikan anaknya, serta mendukung keberlangsungan proses pembelajaran yang lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SD Negeri 158 Palembang, Bapak Febriansyah, diperoleh informasi bahwa lokasi sekolah berada pada wilayah yang cukup mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar, baik menggunakan kendaraan pribadi maupun jalan kaki. Hal ini menjadi salah satu keunggulan sekolah karena memudahkan peserta didik dalam berangkat dan pulang sekolah. Beliau menyampaikan sebagai berikut:

“Lokasi sekolah ini cukup strategis karena berada di lingkungan masyarakat dan mudah dijangkau oleh siswa. Banyak siswa yang datang dari sekitar lingkungan sekolah sehingga aksesnya tidak sulit” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru SD Negeri 158 Palembang, Ibu Enny, yang menjelaskan bahwa akses menuju sekolah tergolong mudah sehingga tidak menyulitkan siswa maupun orang tua. Menurut beliau, kondisi ini juga mendukung kehadiran siswa yang lebih stabil setiap harinya. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Akses menuju sekolah ini cukup mudah, banyak siswa yang tinggal tidak jauh dari sekolah sehingga mereka bisa datang tepat waktu tanpa kendala transportasi yang berarti” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga kependidikan (tata usaha), Ibu Mardiana, diperoleh informasi bahwa lingkungan sekitar sekolah juga cukup mendukung karena berada di kawasan pemukiman yang relatif aman dan nyaman untuk kegiatan belajar mengajar. Hal ini turut memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Lingkungan sekolah cukup aman dan berada di tengah pemukiman warga, jadi cukup mudah dijangkau dan juga kondusif untuk kegiatan belajar siswa” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Strategi *place* di SD Negeri 158 Palembang memberikan kontribusi positif dalam penguatan *branding* sekolah karena lokasi yang mudah dijangkau dan lingkungan yang kondusif menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam memilih sekolah bagi anaknya.

Berdasarkan hasil observasi di SD Negeri 158 Palembang, terlihat bahwa lokasi sekolah berada di area pemukiman warga dengan akses jalan yang cukup baik. Siswa dapat menjangkau sekolah dengan berjalan kaki, sepeda, maupun kendaraan bermotor. Lingkungan sekolah juga terlihat cukup aman dan mendukung proses pembelajaran yang nyaman.

Akan tetapi, strategi *place* juga memiliki beberapa hambatan. Lokasi sekolah yang berada di lingkungan permukiman menyebabkan ruang pengembangan fisik sekolah menjadi relatif terbatas. Selain itu, kondisi akses jalan menuju sekolah di beberapa bagian belum terlalu luas sehingga pada waktu tertentu dapat memengaruhi kelancaran mobilitas warga sekolah. Meskipun demikian, lokasi sekolah yang mudah dijangkau masyarakat tetap menjadi salah satu keunggulan SD Negeri 158 Palembang dalam menarik minat peserta didik baru.

Hasil dokumentasi menunjukkan kondisi lingkungan sekolah yang berada di area yang mudah diakses serta dekat dengan permukiman masyarakat. Dokumentasi juga memperlihatkan kondisi jalan menuju sekolah yang dapat dilalui dengan baik oleh kendaraan maupun pejalan kaki.



Gambar 3. Lokasi dan Aksesibilitas SD Negeri 158 Palembang

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 3 dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 158 Palembang memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Akses menuju sekolah yang baik serta lingkungan yang berada di kawasan pemukiman menjadi salah satu faktor pendukung dalam penguatan *branding* sekolah dan meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Negeri 158 Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi *place* dalam penguatan *branding* SD Negeri 158 Palembang dilakukan melalui lokasi sekolah yang strategis, mudah dijangkau oleh masyarakat, serta didukung oleh lingkungan yang aman dan kondusif. Kondisi aksesibilitas yang baik tersebut memberikan kemudahan bagi peserta didik dalam menjangkau sekolah serta mendukung kelancaran proses pembelajaran, sehingga menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat citra positif sekolah dan meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Negeri 158 Palembang.

3. Strategi *Promotion* (Promosi Sekolah) dalam Meningkatkan Citra SD Negeri 158 Palembang

Strategi *promotion* (promosi sekolah) dalam meningkatkan citra SD Negeri 158 Palembang merupakan salah satu upaya penting yang dilakukan sekolah untuk memperkenalkan berbagai keunggulan, program, serta aktivitas pendidikan kepada masyarakat luas. Dalam konteks *branding* sekolah, promosi tidak hanya dipahami sebagai kegiatan penyebaran informasi, tetapi juga sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk membangun persepsi positif masyarakat terhadap sekolah. Melalui strategi promosi yang baik, sekolah dapat meningkatkan kepercayaan publik serta menarik minat calon peserta didik baru.

Selain itu, strategi promosi di lingkungan pendidikan juga dapat dilakukan melalui berbagai bentuk kegiatan yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Promosi langsung dapat berupa sosialisasi kepada masyarakat dan orang tua siswa, sedangkan promosi tidak langsung dapat dilakukan melalui kegiatan sekolah seperti pembelajaran aktif, kegiatan ekstrakurikuler, serta prestasi siswa yang ditampilkan kepada publik. Kedua

bentuk promosi ini saling mendukung dalam membentuk citra sekolah yang positif dan kompetitif di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SD Negeri 158 Palembang, Bapak Febriansyah, diperoleh informasi bahwa promosi sekolah dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti sosialisasi kepada masyarakat sekitar, penyampaian informasi melalui wali murid, serta memanfaatkan kegiatan sekolah sebagai bentuk publikasi tidak langsung. Beliau menyampaikan sebagai berikut:

“Promosi sekolah biasanya kami lakukan melalui sosialisasi kepada masyarakat dan juga melalui komunikasi dengan orang tua siswa. Selain itu, kegiatan sekolah juga kami tampilkan agar masyarakat bisa melihat langsung aktivitas di sekolah” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru SD Negeri 158 Palembang, Ibu Enny, yang menjelaskan bahwa promosi sekolah juga dilakukan melalui kegiatan sehari-hari di sekolah, seperti kegiatan pembelajaran, ekstrakurikuler, dan lomba siswa yang dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat. Menurut beliau, kegiatan siswa yang aktif menjadi salah satu bentuk promosi yang efektif. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Secara tidak langsung, promosi sekolah juga terlihat dari kegiatan siswa seperti ekstrakurikuler dan lomba. Biasanya orang tua atau masyarakat melihat aktivitas tersebut sehingga tertarik dengan sekolah ini” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga kependidikan (tata usaha), Ibu Mardiana, diperoleh informasi bahwa sekolah juga memanfaatkan media informasi sederhana seperti papan pengumuman dan komunikasi langsung dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan sekolah. Hal ini membantu masyarakat mengetahui perkembangan sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Informasi kegiatan sekolah biasanya disampaikan melalui papan pengumuman dan juga komunikasi langsung dengan orang tua siswa. Jadi masyarakat bisa mengetahui kegiatan yang ada di sekolah” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Strategi *promotion* di SD Negeri 158 Palembang menunjukkan adanya upaya sekolah dalam membangun citra positif melalui publikasi kegiatan sekolah, komunikasi dengan masyarakat, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi sekolah.

Berdasarkan hasil observasi di SD Negeri 158 Palembang, terlihat bahwa kegiatan sekolah seperti pembelajaran aktif, kegiatan ekstrakurikuler, serta berbagai perlombaan siswa menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Selain itu, komunikasi antara pihak sekolah dengan orang tua siswa juga berjalan dengan baik sehingga informasi sekolah tersampaikan secara efektif.

Namun demikian, strategi promosi sekolah masih menghadapi beberapa kendala. SD Negeri 158 Palembang telah memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, sebagai sarana publikasi kegiatan sekolah dan informasi penerimaan peserta didik baru. Akan tetapi, pelaksanaan promosi digital tersebut masih perlu dikembangkan agar jangkauan informasi dapat lebih luas dan konsisten. Selain itu, sekolah juga masih memanfaatkan komunikasi langsung dengan masyarakat dan orang tua siswa sebagai bentuk promosi utama. Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi sekolah telah berjalan dengan baik, namun penguatan *branding* digital masih perlu ditingkatkan agar mampu bersaing dengan sekolah lain yang lebih aktif dalam pengelolaan media promosi berbasis digital.

Hasil dokumentasi menunjukkan adanya kegiatan sosialisasi sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, serta partisipasi siswa dalam berbagai lomba yang didokumentasikan dan dipublikasikan oleh pihak sekolah. Dokumentasi tersebut menjadi bukti bahwa SD Negeri 158 Palembang aktif dalam melakukan promosi melalui kegiatan nyata di lingkungan sekolah.



Gambar 4. Kegiatan Promosi dan Publikasi Sekolah di SD Negeri 158 Palembang

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 4 dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 158 Palembang melakukan strategi promosi melalui berbagai kegiatan sekolah, seperti sosialisasi, komunikasi dengan orang tua, serta kegiatan siswa yang aktif dan berprestasi. Kegiatan tersebut menjadi sarana promosi tidak langsung yang efektif dalam meningkatkan citra positif sekolah di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi *promotion* dalam meningkatkan citra SD Negeri 158 Palembang dilakukan melalui sosialisasi kepada masyarakat, komunikasi dengan orang tua siswa, pemanfaatan kegiatan sekolah, serta publikasi kegiatan siswa. Upaya tersebut mampu memperkuat citra positif sekolah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Negeri 158 Palembang.

4. Strategi *People* (Peran SDM) dalam Pengembangan Branding SD Negeri 158 Palembang

Strategi *people* (peran sumber daya manusia) dalam pengembangan branding SD Negeri 158 Palembang merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran pendidikan yang berfokus pada peran seluruh warga sekolah dalam membentuk citra positif sekolah. Sumber daya manusia dalam hal ini meliputi kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, serta seluruh pihak yang terlibat dalam proses pendidikan. Kualitas, sikap,

dan kinerja SDM sekolah sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat, karena interaksi langsung antara pihak sekolah dengan siswa maupun orang tua menjadi salah satu bentuk nyata dari pelayanan pendidikan.

Selain itu, keberhasilan *branding* sekolah tidak hanya ditentukan oleh program atau fasilitas yang dimiliki, tetapi juga oleh bagaimana seluruh SDM mampu memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan konsisten. Sikap disiplin, tanggung jawab, serta komunikasi yang baik antara guru, tenaga kependidikan, dan peserta didik menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, SDM sekolah memiliki peran strategis dalam menciptakan pengalaman positif yang dirasakan langsung oleh siswa dan orang tua.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SD Negeri 158 Palembang, Bapak Febriansyah, diperoleh informasi bahwa seluruh guru dan tenaga kependidikan memiliki peran penting dalam membangun citra sekolah melalui pelayanan yang baik kepada siswa. Beliau menekankan bahwa kerja sama seluruh warga sekolah sangat dibutuhkan dalam mendukung keberhasilan *branding* sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Semua warga sekolah memiliki peran penting dalam membangun citra sekolah. Guru harus memberikan pembelajaran yang baik, dan tenaga kependidikan juga harus memberikan pelayanan yang ramah kepada orang tua maupun siswa” ((Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru SD Negeri 158 Palembang, Ibu Enny, yang menjelaskan bahwa guru berperan langsung dalam membentuk citra sekolah melalui proses pembelajaran di kelas serta sikap dalam mendidik siswa. Menurut beliau, guru tidak hanya mengajar tetapi juga menjadi contoh bagi siswa. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Guru itu bukan hanya mengajar, tetapi juga menjadi teladan bagi siswa. Cara kami mengajar, bersikap, dan berkomunikasi juga memengaruhi bagaimana orang tua menilai sekolah ini” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga kependidikan (tata usaha), Ibu Mardiana, diperoleh informasi bahwa pelayanan administrasi yang cepat, ramah, dan tertib juga menjadi bagian penting dalam mendukung citra sekolah. Menurut beliau, pelayanan yang baik kepada orang tua siswa akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kami di bagian tata usaha berusaha memberikan pelayanan yang cepat dan ramah kepada orang tua maupun siswa. Hal ini penting agar masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan di sekolah” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Strategi *people* di SD Negeri 158 Palembang sangat berperan dalam membangun *branding* sekolah melalui kualitas pelayanan, sikap profesional, serta kerja sama seluruh warga sekolah dalam memberikan pengalaman pendidikan yang positif kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi di SD Negeri 158 Palembang, terlihat bahwa interaksi antara guru dan siswa berlangsung dengan baik, guru bersikap ramah dan aktif dalam membimbing siswa. Selain itu, tenaga kependidikan juga memberikan pelayanan administrasi yang cukup tertib dan responsif terhadap kebutuhan orang tua siswa. Hal ini menunjukkan bahwa SDM sekolah berperan aktif dalam mendukung citra positif sekolah.

Meskipun demikian, masih terdapat hambatan dalam aspek *people*, terutama dalam pembagian tugas dan pelaksanaan kegiatan sekolah yang cukup beragam. Kondisi tersebut menyebabkan beberapa kegiatan pengembangan *branding* sekolah belum dapat dilakukan secara maksimal karena guru dan tenaga kependidikan lebih memprioritaskan pelaksanaan tugas utama dalam proses pembelajaran dan pelayanan pendidikan.

Hasil dokumentasi menunjukkan adanya kegiatan interaksi pembelajaran di kelas, pelayanan administrasi di kantor sekolah, serta kegiatan sekolah yang melibatkan guru dan tenaga kependidikan secara langsung. Dokumentasi tersebut memperlihatkan bahwa seluruh SDM di SD Negeri 158 Palembang terlibat dalam mendukung proses pendidikan dan branding sekolah.



Gambar 5. Peran SDM dalam Kegiatan Pembelajaran dan Pelayanan di SD Negeri 158 Palembang

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 5 dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 158 Palembang melibatkan seluruh sumber daya manusia, baik kepala sekolah, guru, maupun tenaga kependidikan dalam mendukung kegiatan pembelajaran dan pelayanan sekolah. Keterlibatan tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam membangun citra positif sekolah di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi *people* dalam pengembangan *branding* SD Negeri 158 Palembang dilakukan melalui peran aktif kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan dalam memberikan pelayanan yang profesional, ramah, dan berkualitas. Hal tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat citra positif sekolah.

5. Strategi *Physical Evidence* (Bukti Fisik) dalam Membentuk Kepercayaan Publik terhadap SD Negeri 158 Palembang

Strategi *physical evidence* (bukti fisik) dalam membentuk kepercayaan publik terhadap SD Negeri 158 Palembang merupakan salah satu aspek penting dalam bauran pemasaran pendidikan yang berkaitan dengan segala bentuk fasilitas fisik yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Bukti fisik ini meliputi kondisi gedung sekolah, ruang kelas, sarana pembelajaran, kebersihan lingkungan, serta ketersediaan fasilitas penunjang lainnya. Dalam konteks *branding* sekolah, kondisi fisik yang baik dan terawat dapat memberikan kesan positif serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas sekolah.

Selain itu, bukti fisik sekolah juga menjadi indikator nyata yang digunakan masyarakat dalam menilai mutu pendidikan. Lingkungan sekolah yang bersih, rapi, dan nyaman akan menciptakan suasana belajar yang kondusif bagi siswa. Begitu pula dengan ketersediaan sarana pembelajaran seperti meja, kursi, papan tulis, perpustakaan, serta fasilitas pendukung lainnya yang berfungsi untuk menunjang proses pembelajaran. Oleh karena itu, pengelolaan *physical evidence* yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat citra dan daya tarik sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SD Negeri 158 Palembang, Bapak Febriansyah, diperoleh informasi bahwa pihak sekolah terus berupaya menjaga dan meningkatkan kondisi sarana serta prasarana agar tetap layak digunakan dalam proses pembelajaran. Beliau menyampaikan bahwa fasilitas sekolah secara berkala diperiksa dan dirawat untuk memastikan kenyamanan siswa. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Sekolah selalu berupaya menjaga fasilitas yang ada agar tetap dalam kondisi baik. Kami rutin melakukan pengecekan dan perawatan ruang kelas, peralatan belajar, serta lingkungan sekolah agar tetap nyaman digunakan” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru SD Negeri 158 Palembang, Ibu Enny, yang menjelaskan bahwa kondisi fasilitas sekolah yang cukup baik sangat mendukung proses pembelajaran di kelas. Menurut beliau, lingkungan yang bersih dan fasilitas yang memadai membuat siswa lebih nyaman dalam belajar. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Fasilitas di sekolah ini cukup mendukung pembelajaran. Ruang kelas bersih, meja dan kursi cukup layak, sehingga siswa lebih nyaman saat belajar” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga kependidikan (tata usaha), Ibu Mardiana, diperoleh informasi bahwa pihak sekolah juga memperhatikan kerapian administrasi serta kebersihan lingkungan sekolah sebagai bagian dari pelayanan

pendidikan. Hal ini turut mendukung citra positif sekolah di mata masyarakat. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kami juga memperhatikan kebersihan lingkungan dan kerapian administrasi sekolah. Hal ini penting agar sekolah terlihat tertib dan memberikan kesan yang baik kepada masyarakat” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Strategi *physical evidence* di SD Negeri 158 Palembang berperan penting dalam membentuk kepercayaan publik melalui kondisi fasilitas yang terawat, lingkungan yang bersih, serta sarana prasarana yang mendukung proses pembelajaran.

Berdasarkan hasil observasi di SD Negeri 158 Palembang, terlihat bahwa kondisi ruang kelas dalam keadaan bersih dan tertata, halaman sekolah cukup rapi, serta fasilitas pembelajaran seperti meja, kursi, dan papan tulis masih dapat digunakan dengan baik. Lingkungan sekolah juga terlihat nyaman dan mendukung kegiatan belajar mengajar.

Namun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan fasilitas dalam mendukung penguatan branding sekolah. Beberapa sarana pendukung pembelajaran masih memerlukan pengembangan dan perbaikan secara bertahap sesuai kebutuhan sekolah. Selain itu, pengembangan fasilitas juga menyesuaikan dengan anggaran dan bantuan yang tersedia. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan sarana dan prasarana dilakukan secara bertahap agar tetap dapat mendukung kenyamanan dan kelancaran proses pembelajaran.

Hasil dokumentasi menunjukkan kondisi fisik sekolah seperti bangunan sekolah, ruang kelas, fasilitas belajar, serta lingkungan sekolah yang terawat dengan baik. Dokumentasi tersebut menjadi bukti nyata bahwa SD Negeri 158 Palembang memiliki fasilitas yang mendukung proses pembelajaran dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.



Gambar 6. Kondisi Sarana dan Prasarana Sekolah di SD Negeri 158 Palembang

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 6 dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 158 Palembang memiliki sarana dan prasarana yang cukup baik dan terawat, seperti ruang kelas yang bersih, fasilitas belajar yang memadai, serta lingkungan sekolah yang nyaman. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepercayaan publik dan memperkuat branding sekolah di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi *physical evidence* dalam membentuk kepercayaan publik terhadap SD Negeri 158 Palembang dilakukan melalui pemeliharaan sarana dan prasarana sekolah, kebersihan lingkungan, serta ketersediaan fasilitas yang mendukung proses pembelajaran. Hal tersebut berkontribusi dalam meningkatkan citra positif sekolah di mata masyarakat.

6. Strategi *Process* (Proses Layanan Pendidikan) dalam Meningkatkan Kualitas Branding SD Negeri 158 Palembang

Strategi *process* (proses layanan pendidikan) dalam meningkatkan kualitas *branding* SD Negeri 158 Palembang merupakan aspek yang berkaitan dengan seluruh rangkaian kegiatan pendidikan yang berlangsung di sekolah, mulai dari proses pembelajaran, pelayanan administrasi, hingga tata kelola kegiatan sekolah secara keseluruhan. Dalam konteks *branding* sekolah, proses layanan yang baik, tertib, dan terstruktur akan memberikan pengalaman positif bagi peserta didik maupun orang tua, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas sekolah.

Selain itu, proses pendidikan yang efektif tidak hanya dilihat dari kegiatan belajar mengajar di dalam kelas, tetapi juga mencakup bagaimana sekolah memberikan pelayanan

yang cepat, tepat, dan responsif terhadap kebutuhan siswa maupun orang tua. Kedisiplinan dalam proses pembelajaran, keteraturan jadwal kegiatan sekolah, serta komunikasi yang baik antara pihak sekolah dengan orang tua menjadi bagian penting dalam membangun citra positif sekolah. Oleh karena itu, kualitas proses layanan pendidikan memiliki peran strategis dalam memperkuat *branding* SD Negeri 158 Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SD Negeri 158 Palembang, Bapak Febriansyah, diperoleh informasi bahwa sekolah selalu berupaya menciptakan proses pembelajaran yang teratur dan efektif melalui penerapan jadwal yang jelas serta pengawasan terhadap kegiatan belajar mengajar. Beliau menyampaikan bahwa proses yang baik akan berdampak pada peningkatan kualitas layanan pendidikan di sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Proses pembelajaran di sekolah ini kami upayakan berjalan dengan teratur sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Guru juga selalu kami arahkan agar melaksanakan pembelajaran dengan baik dan disiplin” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Hal tersebut juga disampaikan oleh guru SD Negeri 158 Palembang, Ibu Enny, yang menjelaskan bahwa proses pembelajaran di kelas dilakukan secara aktif dengan melibatkan siswa agar lebih mudah memahami materi. Menurut beliau, proses pembelajaran yang interaktif dapat meningkatkan kualitas hasil belajar siswa. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Dalam proses pembelajaran, kami berusaha melibatkan siswa secara aktif agar mereka lebih mudah memahami materi. Pembelajaran tidak hanya satu arah, tetapi juga ada diskusi dan tanya jawab” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga kependidikan (tata usaha), Ibu Mardiana, diperoleh informasi bahwa proses pelayanan administrasi di sekolah dilakukan secara tertib dan berusaha memberikan pelayanan yang cepat kepada orang tua siswa maupun peserta didik. Hal ini menjadi bagian dari upaya meningkatkan kualitas layanan sekolah. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Kami berusaha memberikan pelayanan administrasi dengan cepat dan tertib. Jika ada orang tua atau siswa yang membutuhkan pelayanan, kami langsung bantu sesuai prosedur yang ada” (Salsabila Khoirunisa, 2026). Wawancara pada Selasa, 05 Mei 2026. Pukul 10.00 WIB.

Strategi *process* di SD Negeri 158 Palembang berperan penting dalam meningkatkan kualitas *branding* sekolah melalui proses pembelajaran yang teratur, pelayanan yang responsif, serta sistem kerja sekolah yang tertib dan terstruktur yang menjadi salah satu faktor yang mendukung terbentuknya citra positif sekolah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan di SD Negeri 158 Palembang.

Berdasarkan hasil observasi di SD Negeri 158 Palembang, terlihat bahwa proses pembelajaran berlangsung sesuai jadwal yang telah ditentukan. Guru melaksanakan kegiatan belajar dengan baik dan melibatkan siswa secara aktif. Selain itu, pelayanan administrasi di sekolah juga berjalan cukup tertib dan responsif terhadap kebutuhan warga sekolah.

Meskipun demikian, masih terdapat hambatan dalam pelaksanaan proses layanan pendidikan, seperti keterbatasan waktu dalam pelaksanaan berbagai program sekolah dan penyesuaian dalam pengelolaan layanan administrasi. Kondisi tersebut menyebabkan beberapa kegiatan dan pelayanan sekolah dilakukan secara bertahap agar seluruh proses pendidikan tetap berjalan dengan baik dan teratur.

Hasil dokumentasi menunjukkan adanya kegiatan pembelajaran di kelas, kegiatan pelayanan administrasi, serta jadwal kegiatan sekolah yang tersusun dengan baik. Dokumentasi tersebut menjadi bukti bahwa proses layanan pendidikan di SD Negeri 158 Palembang berjalan secara terstruktur dan mendukung peningkatan kualitas sekolah.



Gambar 7. Proses Layanan Pendidikan di SD Negeri 158 Palembang

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 7 dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 158 Palembang melaksanakan proses layanan pendidikan secara teratur melalui kegiatan pembelajaran yang aktif, pelayanan administrasi yang tertib, serta pengelolaan kegiatan sekolah yang sistematis. Hal tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas *branding* sekolah di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa strategi *process* dalam meningkatkan kualitas branding SD Negeri 158 Palembang dilakukan melalui proses pembelajaran yang terstruktur, pelayanan administrasi yang cepat dan tertib, serta sistem kerja sekolah yang efektif. Hal tersebut berkontribusi dalam membentuk citra positif sekolah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap SD Negeri 158 Palembang.

Pembahasan

Branding sekolah merupakan upaya strategis yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk membangun identitas, citra, serta reputasi yang positif di mata masyarakat (Amalya, 2025). Dalam dunia pendidikan, branding tidak hanya dipahami sebagai kegiatan promosi, tetapi juga mencerminkan keseluruhan kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah. Konsep ini dapat dijelaskan melalui bauran pemasaran pendidikan atau marketing mix 7P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*, yang saling berkaitan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap mutu sekolah (Karsono et al., 2021).

Dalam hal *product*, layanan pendidikan mencakup seluruh kegiatan yang diberikan sekolah, baik akademik maupun nonakademik, seperti proses pembelajaran, kegiatan ekstrakurikuler, serta prestasi peserta didik. Layanan pendidikan yang berkualitas akan memberikan dampak positif terhadap citra sekolah. Temuan di SD Negeri 158 Palembang menunjukkan bahwa sekolah terus berupaya meningkatkan kualitas pembelajaran serta pengembangan karakter siswa sebagai bentuk layanan utama yang ditawarkan kepada masyarakat. Semakin baik mutu layanan pendidikan, semakin tinggi pula minat masyarakat terhadap sekolah tersebut (Susanti et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya mempertimbangkan kemampuan akademik siswa, tetapi juga melihat bagaimana sekolah mampu membentuk karakter, kedisiplinan, dan potensi peserta didik. Kegiatan ekstrakurikuler yang dimiliki sekolah juga menjadi nilai tambah dalam membangun daya tarik sekolah di tengah persaingan antar lembaga pendidikan.

Selanjutnya, *price* atau biaya pendidikan dalam sekolah negeri lebih menitikberatkan pada keterjangkauan serta keterbukaan dalam pengelolaan keuangan. SD Negeri 158 Palembang menunjukkan bahwa tidak adanya pungutan SPP serta pengelolaan dana yang transparan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa biaya pendidikan yang ringan memberikan kesempatan yang lebih luas bagi masyarakat untuk mengakses layanan pendidikan. Selain itu, keterjangkauan biaya juga memberikan rasa aman bagi orang tua karena mereka tidak merasa terbebani dengan biaya pendidikan yang tinggi. Dalam konteks branding sekolah, transparansi pengelolaan biaya menjadi bagian penting dalam membangun citra sekolah yang jujur dan terbuka kepada masyarakat.

Pada bagian *place*, lokasi sekolah memiliki peran penting dalam mendukung daya tarik lembaga pendidikan. SD Negeri 158 Palembang berada di lingkungan pemukiman yang relatif mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar. Keadaan ini memudahkan siswa dalam mengakses sekolah sekaligus mendukung kelancaran kegiatan pembelajaran sehari-hari. Lokasi yang strategis juga sering menjadi pertimbangan utama orang tua dalam memilih sekolah. Kemudahan akses menuju sekolah memberikan kenyamanan bagi siswa maupun orang tua sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap

sekolah. Lingkungan sekolah yang aman dan kondusif juga membantu menciptakan suasana belajar yang nyaman bagi peserta didik.

Pada bagian *promotion*, kegiatan promosi dilakukan melalui berbagai bentuk komunikasi, baik langsung maupun tidak langsung. SD Negeri 158 Palembang melaksanakan promosi melalui sosialisasi kepada masyarakat, komunikasi dengan orang tua siswa, serta pemanfaatan kegiatan sekolah seperti ekstrakurikuler dan prestasi siswa. Kegiatan tersebut menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan kualitas sekolah kepada masyarakat secara lebih nyata. Selain itu, promosi yang dilakukan melalui media sosial dan publikasi kegiatan sekolah juga membantu memperluas penyebaran informasi kepada masyarakat. Dalam penelitian ini terlihat bahwa promosi sekolah tidak hanya dilakukan untuk memperkenalkan sekolah, tetapi juga untuk membangun hubungan dan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan yang dimiliki sekolah.

Pada bagian *people*, seluruh sumber daya manusia di sekolah, mulai dari kepala sekolah, guru, hingga tenaga kependidikan, memiliki peran penting dalam membentuk citra sekolah. Pelayanan yang ramah, profesional, serta komunikasi yang baik menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan masyarakat. Interaksi yang terjadi antara warga sekolah dengan siswa maupun orang tua turut membentuk pengalaman langsung yang memengaruhi penilaian terhadap sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia tidak hanya berpengaruh terhadap proses pembelajaran, tetapi juga terhadap kepuasan masyarakat terhadap pelayanan sekolah. Sikap guru yang aktif dan responsif dapat menciptakan pengalaman positif yang membantu memperkuat citra sekolah di lingkungan masyarakat.

Pada bagian *physical evidence*, kondisi sarana dan prasarana menjadi bukti nyata yang dapat dilihat langsung oleh masyarakat. SD Negeri 158 Palembang memiliki lingkungan sekolah yang bersih, fasilitas pembelajaran yang cukup memadai, serta suasana yang nyaman untuk kegiatan belajar mengajar. Kondisi tersebut memberikan kesan positif dan memperkuat citra sekolah di mata masyarakat. Dalam konteks branding pendidikan, tampilan fisik sekolah sering kali menjadi penilaian awal masyarakat terhadap kualitas sekolah. Oleh karena itu, kebersihan lingkungan, kenyamanan ruang belajar, serta fasilitas

sekolah menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.

Sementara itu, *process* berkaitan dengan keseluruhan alur pelaksanaan layanan pendidikan di sekolah. SD Negeri 158 Palembang melaksanakan proses pembelajaran secara teratur, disiplin, serta melibatkan partisipasi aktif siswa. Selain itu, pelayanan administrasi juga berlangsung dengan tertib dan responsif terhadap kebutuhan warga sekolah. Proses yang berjalan dengan baik ini memberikan pengalaman positif bagi siswa maupun orang tua. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas proses layanan pendidikan memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan citra sekolah. Semakin baik proses pembelajaran dan pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.

Lebih lanjut, keberhasilan penerapan strategi *branding* sekolah di SD Negeri 158 Palembang tidak terlepas dari konsistensi seluruh warga sekolah dalam menjaga kualitas layanan pendidikan. Setiap komponen dalam 7P tidak berdiri sendiri, melainkan saling mendukung satu sama lain. Keterpaduan tersebut menjadi faktor utama dalam membangun citra sekolah yang kuat dan berkelanjutan di tengah masyarakat. Selain itu, *branding* sekolah tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah peserta didik baru, tetapi juga membentuk kepercayaan jangka panjang serta loyalitas masyarakat. Ketika kualitas layanan dapat dipertahankan secara konsisten, maka akan muncul rekomendasi positif secara alami dari masyarakat berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat dipahami bahwa strategi *branding* sekolah di SD Negeri 158 Palembang melalui pendekatan 7P telah diterapkan dengan cukup baik dan saling terintegrasi. Seluruh komponen mulai dari produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik, hingga proses layanan pendidikan memiliki kontribusi dalam membentuk citra positif sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa *branding* sekolah merupakan hasil dari pengelolaan seluruh unsur pendidikan secara terpadu dan berkesinambungan dalam rangka meningkatkan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SD Negeri 158 Palembang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi *branding* sekolah dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SD Negeri 158 Palembang melalui pendekatan bauran pemasaran pendidikan (7P), dapat disimpulkan bahwa *branding* sekolah tidak hanya berfokus pada kegiatan promosi, tetapi merupakan upaya menyeluruh yang mencakup kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah kepada masyarakat.

Pelaksanaan strategi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* di SD Negeri 158 Palembang menunjukkan bahwa seluruh unsur tersebut saling berkaitan dalam membentuk citra positif sekolah. Kualitas pembelajaran dan prestasi siswa menjadi gambaran utama produk pendidikan, kebijakan biaya yang terjangkau meningkatkan akses masyarakat, lokasi sekolah yang strategis mendukung kemudahan layanan, serta kegiatan promosi yang dilakukan melalui berbagai aktivitas sekolah mampu memperkuat daya tarik sekolah. Selain itu, peran tenaga pendidik dan kependidikan yang profesional, kondisi sarana prasarana yang memadai, serta proses layanan pendidikan yang terstruktur turut memberikan kontribusi dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Secara keseluruhan, strategi *branding* sekolah di SD Negeri 158 Palembang melalui pendekatan 7P telah berjalan cukup baik dan saling terintegrasi. Implementasi setiap unsur dalam 7P tidak hanya berfungsi secara terpisah, tetapi juga saling mendukung dalam menciptakan pengalaman pendidikan yang positif bagi peserta didik dan orang tua. Kondisi ini berdampak pada terbentuknya citra sekolah yang semakin baik di mata masyarakat, sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan serta minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya di SD Negeri 158 Palembang. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan *branding* sekolah yang konsisten dan berkelanjutan sangat berperan dalam memperkuat posisi sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan saat ini.

Referensi

Amalya, M. N. A. L. (2025). Strategi *branding* sekolah PAUD dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(6), 1360–1370.

- Anggraini, D. G., & Saputra, A. A. (2025). Marketing Management Strategies in Increasing New Student Enrollment. *Al-Insan: Islamic and Humanities Perspectives Journal*, 1(1), 97–108.
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 250–257.
- 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.
- D. AGUNG K, M.Y ANSHORI, R. N. (2025). *Prinsip dan Strategi Pemasaran*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Eriani, Y., Khamidi, A., Amalia, K., & Nursalim, M. (2025). Social Media Branding Strategies that Strengthen School Image Among Stakeholders: Strategi Branding Media Sosial yang Membangun Citra Positif Sekolah. *Academia Open*, 10(1), 10–21070.
- Fitria, R. (2024). Strategi Komunikasi Branding Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru di SMA IT Ash-Shiddiiqi Jambi. *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 91–111.
- Hanifah, N., & Istikomah, I. (2022). Branding sekolah swasta dalam menghadapi kebijakan zonasi. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(2), 274–286.
- Indrawati, S. (2024). Manajemen Humas Berbasis Cyber dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru. *IHTIROM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 431–447.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi branding dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah tsanawiyah negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880.
- Khasanah, S., Wulandari, A., Salim, N., Amalia, K., & Khamidi, A. (2025). Pengelolaan Ekstrakurikuler Kewirausahaan Tingkatkan Prestasi Non-Akademik Siswa dan Branding Sekolah. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 2226–2231.
- Kurniawan, A., Nuratillah, D. A., & Munawaroh, M. (2022). Manajemen Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Islamic Center Cirebon Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik. *Holistik: Journal For Islamic Social Sciences*, 6(1), 12–23.
- Malik, A. R., & Saputra, A. A. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SD Negeri 1 Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(3), 164–172.

- Monica, M. V., Ananta, A., & Mulawarman, W. G. (2024). Optimalisasi Branding dan Rebranding dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan. *Pendas Mahakam: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Sekolah Dasar*, 9(2), 185–189.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School branding: Strategi di era disruptif*. Bumi Aksara.
- Mulyani, S., Idi, A., Pratama, I. P., & Yuniar, Y. (2025). Transformasi branding sekolah melalui digital marketing: Studi di SMA Negeri 3 Prabumulih. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 2079–2093.
- Padliyan, R., Pratiwi, N., Fitri, V., & Rifki, A. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Pendaftaran Siswa (Studi Kasus di SMA Negeri 6 Kota Jambi. *Journal of Economic Education*, 3(2), 37–42.
- Prabowo, S. L. (2010). *Perencanaan pembelajaran pada bidang studi, bidang studi tematik, muatan lokal, kecakapan hidup, bimbingan dan konseling*. UIN-Maliki Press.
- Pratama, F. N., Nugroho, P., Zakaria, A. R., Rohmatulloh, N. D., & Muna, L. R. (2025). Strategi Manajemen Branding Sekolah Berbasis Pesantren: Pendekatan Inovatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pendidikan. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 8(1), 263–276.
- Salsabila Khoirunisa. (2026). *Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Peserta*. Wawancara.
- Sari, R. M., & Saputra, A. A. (2026). Strategi Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 5 Talang Kelapa. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(5).
- Susanti, F., Mustar, S., & Sumarto, S. (2024). *Brand Image dan Strategi Promosi Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Pada Madrasah Aliyah Negeri 1 Kepahiang*. Pascasarjana IAIN Curup.
- Susilo, M. J. (2022). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 12(01), 1–6.
- Wahyunto, M., Hidayati, D., & Sukirman, S. (2024). Strategi branding Sekolah di era digital dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing. *Academy of Education Journal*, 15(2), 1260–1271.