

**STRATEGI *BRANDING* LEMBAGA PENDIDIKAN NON-FORMAL
DALAM MENINGKATKAN REPUTASI
DI PONDOK PESANTREN AL FATAH TEMBORO MAGETAN**

SKRIPSI

Oleh:

**SYAIFUDIN
06010321018**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Dosen Pembimbing I

**Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd.
NIP.196404071998031003**

Dosen Pembimbing II

**Muhammad Nuril Huda, M.Pd.
NIP.198006272008011006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : SYAIFUDIN

NIM : 06010321018

JUDUL : STRATEGI BRANDING LEMBAGA PENDIDIKAN
NON-FORMAL DALAM MENINGKATKAN REPUTASI
DI PONDOK PESANTREN AL FATAH TEMBORO

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya pribadi, kecuali pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

Surabaya, 23 Desember 2024

Pembuat pernyataan,


Syaifudin
NIM. 06010321018

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh:

NAMA : SYAIFUDIN

NIM : 06010321018

PRODI : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JUDUL : STRATEGI *BRANDING* LEMBAGA PENDIDIKAN NON-FORMAL
DALAM MENINGKATKAN REPUTASI DI PONDOK PESANTREN
AL FATAH TEMBORO MAGETAN

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 24 Oktober 2024

Pembimbing I



Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd.

NIP.196404071998031003

Pembimbing II



Muhammad Nuril Huda, M.Pd.

NIP.198006272008011006

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Syaifudin ini telah dipertahankan
di depan TIM Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 31 Desember 2024

Mengesahkan,
Dekan



Prof. Dr. H. Muhammad Tohir, M.Pd.I
NIP.196301231993031002

Penguji I

Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I
NIP.198002102011012005

Penguji II

Ni'matus Sholikhah, M.Ag
NIP.197308021009012003

Penguji III

Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd
NIP.196404071998031003

Penguji IV

Muhammad Nuril Huda, M.Pd
NIP.198006272008011006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SYAIFUDIN
NIM : 06010321018
Fakultas/Jurusan : TARBIYAH DAN KEGURUAN/ PENDIDIKAN ISLAM
E-mail address : deensyaif@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**STRATEGI *BRANDING* LEMBAGA PENDIDIKAN NON-FORMAL DALAM
MENINGKATKAN REPUTASI DI PONDOK PESANTREN AL FATAH TEMBORO
MAGETAN**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Januari 2025

Penulis


(Syaifudin)

ABSTRAK

Syaifudin (06010321018), 2024. *Strategi Branding Lembaga Pendidikan Non-Formal Dalam Meningkatkan Reputasi di Pondok Pesantren Al Fatah Temboro Magetan*. Dosen Pembimbing I Prof. Dr. Samsul Maarif, M.Pd., dan Dosen Pembimbing Muhammad Nuril Huda, M.Pd.

Skripsi ini berjudul Strategi Branding Lembaga Pendidikan Non-Formal Dalam Meningkatkan Reputasi di Pondok Pesantren Al Fatah Temboro Magetan. Skripsi ini akan membahas beberapa fokus penelitian yang dirumuskan sebagai tujuan utama dari penelitian ini diantaranya, strategi branding Pondok Pesantren Al Fatah Temboro Magetan dalam upaya meningkatkan reputasi sebagai lembaga pendidikan non-formal, dan implikasi strategi branding oleh Pondok Pesantren Al Fatah Temboro Magetan dalam meningkatkan reputasi lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Sekretaris Yayasan Pondok Al Fatah Temboro, Ketua Pusat Data dan Informasi AL Fatah Temboro, pengurus pondok, perwakilan alumni, perwakilan santri, perwakilan wali santri, dan masyarakat sekitar Pondok Al Fatah Temboro. Peneliti menerapkan metode analisis dan interpretasi data, serta menggunakan triangulasi untuk memastikan keabsahan data penelitian. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa, Pondok Pesantren Al Fatah Temboro berhasil meningkatkan reputasinya melalui strategi branding yang efektif. Kegiatan dakwah oleh jamaah tabligh dan keterlibatan dalam kegiatan sosial-keagamaan memperkuat citra positif pesantren sebagai pendidikan Islam. Kepercayaan masyarakat meningkat melalui hubungan yang erat dengan alumni, promosi melalui multi-platform, serta keunikan program pendidikan seperti pengajaran kitab dan tahfidz Al-Qur'an. Strategi komunikasi multi-saluran melalui media digital meningkatkan visibilitas pesantren, sementara program pendidikan yang berkualitas, integrasi kurikulum komprehensif, dan kegiatan ekstrakurikuler membantu mengembangkan keterampilan santri. Evaluasi berkala terhadap kurikulum juga mendukung peningkatan kualitas dan kuantitas program pendidikan. Selain reputasi yang kian kuat, meningkatnya jumlah dan prestasi santri, keberadaan santri dan jamaah tabligh menciptakan *multiplier effect* pada sektor ekonomi dan sosial.

Kata Kunci : Strategi Branding, Pondok Pesantren, Reputasi

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| LEMBAR JUDUL..... | i |
| PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 10 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| E. Definisi Konseptual..... | 12 |
| F. Keaslian Penelitian | 19 |
| G. Sistematika Pembahasan | 23 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 25 |
| A. Tinjauan tentang Strategi <i>Branding</i> | 25 |
| B. Tinjauan tentang Lembaga Pendidikan Non-Formal | 34 |
| C. Tinjauan tentang Reputasi Lembaga | 43 |
| D. Tinjauan tentang Strategi <i>Branding</i> Lembaga Pendidikan dalam Meningkatkan Reputasi | 52 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 54 |
| A. Jenis Penelitian | 54 |
| B. Kehadiran Peneliti | 55 |
| C. Lokasi Penelitian | 56 |
| D. Sumber Data dan Informan Penelitian | 57 |

| | |
|--|------------|
| E. Metode Pengumpulan Data | 60 |
| F. Prosedur Analisis dan Interpretasi Data | 64 |
| G. Keabsahan Data | 69 |
| H. Pedoman Penelitian | 74 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 80 |
| A. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN..... | 80 |
| 1. Profil Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 80 |
| 2. Sejarah Singkat Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 82 |
| 3. Visi dan Misi Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 85 |
| 4. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 85 |
| 5. Deskripsi Informan..... | 86 |
| B. TEMUAN PENELITIAN | 89 |
| 1. Strategi <i>Branding</i> yang diterapkan di Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 89 |
| 2. Implikasi Strategi <i>Branding</i> oleh Pondok Pesantren Al Fatah Temboro Magetan Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga..... | 112 |
| C. ANALISIS TEMUAN PENELITIAN | 122 |
| 1. Strategi <i>Branding</i> yang diterapkan di Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 122 |
| 2. Implikasi Strategi <i>Branding</i> Terhadap Reputasi Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 130 |
| BAB V PENUTUP..... | 139 |
| A. KESIMPULAN | 139 |
| B. SARAN | 140 |
| DAFTAR PUSTAKA | 142 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 149 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 3. 1 Daftar Informan..... | 59 |
| Tabel 3. 2 Indikator Data Kebutuhan Wawancara..... | 61 |
| Tabel 3. 3 Pengkodean Data Penelitian..... | 67 |
| Tabel 3. 4 Pedoman Observasi..... | 74 |
| Tabel 3. 5 Pedoman Wawancara..... | 75 |
| Tabel 3. 6 Pedoman Dokumentasi..... | 78 |
| Tabel 4. 1 Profil Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 80 |
| Tabel 4. 2 Struktur Kepengurusan Pondok Al Fatah Temboro..... | 85 |
| Tabel 4. 3 Informan Pondok Al Fatah Temboro..... | 87 |
| Tabel 4. 4 Jadwal Kegiatan Penelitian Pondok Pesantren Al Fatah Temboro..... | 88 |
| Tabel 4. 5 Triangulasi Strategi Branding Pondok Pesantren Al Fatah Temboro Magetan dalam Upaya Meningkatkan Reputasi Lembaga..... | 111 |
| Tabel 4. 6 Kenaikan Jumlah Santri Diniyah Tahun 2022-2023..... | 116 |
| Tabel 4. 7 Triangulasi implikasi strategi branding oleh Pondok Pesantren Al Fatah Temboro Magetan dalam meningkatkan reputasi lembaga..... | 121 |

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. *Building Strong Brands*. New York : Free Press, 1996. Accessed August 23, 2024. <http://archive.org/details/buildingstrongbr00aake>.
- Aaker, David A. "The Value of Brand Equity." *Journal of Business Strategy* 13, no. 4 (April 1992): 27–32.
- Admin. "Mengenal Kampung Madinah dan Pondok Pesantren Al Fatah Temboro." *Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Magetan*, June 5, 2021. Accessed August 22, 2024. <https://kominfo.magetan.go.id/mengenal-kampung-madinah-dan-pondok-pesantren-al-fatah-temboro/>.
- Alma, Buchari, and Ratih Hurriyati, eds. *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. Cet. 1. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Amri, Ulil, Hendri Sufyarma Marsidin, and Nurhizrah Gistituati. "Analisis Pengelolaan Dan Pengembangan Lembaga Pendidikan Non Formal Dalam Menciptakan SDM Yang Berkarakter." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 3, no. 5 (June 23, 2021): 1904–1909.
- Andang. *Manajemen & Kepemimpinan Kepala Sekolah : Konsep, Strategi, & Inovasi Menuju Sekolah Efektif*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2014.
- Andri. "Strategi Branding Pondok Pesantren Boarding School Mualimin Muhammadiyah Di Lombok Barat." Pascasarjana Universitas Islam Negeri Mataram, 2023. https://etheses.uinmataram.ac.id/4808/1/Andri%20210405002_opt.pdf.
- Badan Pusat Statistik. *Statistik Pendidikan 2023*. Vol. 12. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2023. <https://web-api.bps.go.id/download>.
- Badriza, Kholili. "Pondok Pesantren Al-Fatah Temboro sebagai Induk Madrasah Asia Selatan Berbasis Jama'ah Tabligh di Indonesia." *FIHROS: Jurnal Sejarah dan Budaya* 6, no. 1 (June 8, 2022): 10–26.
- Bafadhol, Ibrahim. "Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia." *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 11 (October 25, 2017): 59–72.
- Braun, Erik, Jasper Eshuis, and Erik-Hans Klijjn. "The Effectiveness of Place Brand Communication." *Cities* 41 (December 2014): 64–70.
- Budiono, Dadang. *Selayang Pandang Ponpes Al Fatah Temboro 1958-2024*. 1st ed. Magetan: Pusdatin Al Fatah Temboro, 2024.
- Cable, Daniel M., and Daniel B. Turban. "The Value of Organizational Reputation in the Recruitment Context: A Brand-Equity Perspective." *Journal of Applied Social Psychology* 33, no. 11 (November 2003): 2244–2266.

- Chee Hoo, Wong, Chai Yi Xin, and Visal Moosa. "Factors Influencing Brand Equity: Testing Aaker's Brand Equity Framework in Malaysian Toy Industry." *Innovative Marketing* 20, no. 1 (January 4, 2024): 40–50.
- Choiriah, Siti, Yvonne Augustine, Yuzwar Z. Basri, and Khomsiyah Khomsiyah. "The Influence of Corporate Governance and Culture on Corporate Reputation." *Technium Social Sciences Journal* 20 (June 8, 2021): 499–509.
- Coombs, Philip H., and Manzoor Ahmed. *Attacking Rural Poverty: How Nonformal Education Can Help. A Research Report for the World Bank Prepared by the International Council for Educational Development*. Johns Hopkins University Press, Baltimore, Maryland 21218 (ISBN 0-8018-1601-7, \$3, 1974).
- Dewey, John. *Democracy And Education*. Simon and Schuster, 1997.
- Dowling, Grahame R. *Creating Corporate Reputations: Identity, Image, and Performance*. Reprinted. Oxford: Oxford Univ. Press, 2009.
- Fadhool Muhammad Luthfi Alwi. "Peran Pondok Pesantren Terhadap Kegiatan Bisnis Di Kampung Madinah Desa Temboro Kec Karas Kab Magetan Analisis Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pengusaha Lingkungan Pondok Pesantren Temboro)." Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019. <https://digilib.uinsa.ac.id/38817/>.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33–54.
- Feny Rita Fiantika, dkk; *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.Global Eksekutif Teknologi, 2022. Accessed August 29, 2024. http://katalog.umkla.ac.id/index.php?p=show_detail&id=11387&keywords=.
- Fombrun, Charles J. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Nachdr. Boston, Mass: Harvard Business School Press, 2008.
- Fombrun, Charles J., and C. B. M. van Riel. *Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations*. FT Press, 2004.
- Haryono, Haryono, Nina Oktorina, and Awalya Awalya. "Qualitative Study on Private School Branding in Indonesia: Identifying Barriers and Strategies for School Branding." *International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES* 10, no. 12 (December 2023): 100–108.
- Hasyimi, Muhammad Luthvi Al. "Dampak Faham Keagamaan Jama'ah Tablig Terhadap Perubahan Sistem Pendidikan Di Pondok Pesantren Al Fatah Desa Temboro Kecamatan Karas Kabupaten Magetan. Muhammad Luthvi Al Hasyimi." *Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman* 7, no. 1 (May 20, 2017): 99–108.

- Hermawan, Iwan, Carnawi, and Fatimah Az Zahro. "Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam." *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management* 2, no. 1 (August 31, 2024): 12–26.
- Ihwan Ridwan and Nur Ida. *Evaluasi Program Pendidikan Non-Formal*. 3rd ed. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022.
- Irdiyanti, Dwi Titik, Haryono Haryono, Nina Oktorina, and Awalya Awalya. "Qualitative Study on Private School Branding in Indonesia: Identifying Barriers and Strategies for School Branding." *International Journal of Advanced And Applied Sciences* 10, no. 12 (December 2023): 100–108.
- Jallow, Adama Sheriff. "The Role of Islamic Boarding School Education in Character Formation (Perspective of Islamic Psychology)." *Al Misykat : Journal of Islamic Psychology* 1, no. 1 (March 29, 2023): 63–72.
- Jayanti, Indriyani Tri, Aji Nur Cahyo, Endang Setyaningsih, Eko Purnomo, Ambar Winarti, and Mawardi Mawardi. "Penguatan Pendidikan Karakter Religius Di TPA (Taman Pendidikan Al-Qur'an) Nurul Yaqin Desa Jagoan." *Buletin KKN Pendidikan* 4, no. 1 (September 30, 2022): 69–79.
- Johnson, Matt, and Tessa G. Misiaszek PhD. *Branding That Means Business: How to Build Enduring Bonds between Brands, Consumers and Markets*. New York: PublicAffairs, 2022.
- Kay, John. *Foundations of Corporate Success: How Business Strategies Add Value*. Repr. Oxford: Oxford Univ. Press, 2001.
- Keller, Kevin Lane, and Vanitha Swaminathan. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fifth edition, Global edition. Harlow, England London New York: Pearson, 2020.
- Khanifah, Khanifah, Pancawati Hardiningsih, Asri Darmaryantiko, Iryantika Iryantik, And Udin Udin. "The Effect of Corporate Governance Disclosure on Banking Performance: Empirical Evidence from Iran, Saudi Arabia and Malaysia." *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7, no. 3 (March 30, 2020): 41–51.
- Kotler, Philip. *Prinsip pemasaran: Philip Kotler, Gary Armstrong ; penterjemah Norjaya Mohd. Yasin, Ahmad Azmi Mohd. Ariffin ; penyunting Ghaz*. Prentice Hall, 2000.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, and Alexander Chernev. *Marketing Management*. Sixteenth edition; Global edition. Harlow, England: Pearson Education, 2022.
- Kwartawaty, Nana Noviada. "The Role of Institutional Image in Mediating the Relationship Between Digital Marketing and Perceived Value on the

- Decision to Private Higher Education.” *Journal of Economic Education* (2023).
- Learning, authorCorporate:UNESCO Institute for Lifelong. “UNESCO Guidelines for the Recognition, Validation and Accreditation of the Outcomes of Non-Formal and Informal Learning.” UIL, 2012. Last modified 2012. Accessed October 24, 2024. <https://unesdoc.unesco.org/search/N-EXPLORE-6dd27fef-944e-4ffe-bd5e-1d4932993ce7>.
- Lee, Mordecai, Grant Neeley, and Kendra B. Stewart, eds. *The Practice of Government Public Relations*. Second edition. ASPA series in public administration. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group, 2022.
- Leiblein, Michael J., John S. Chen, and Hart E. Posen. “Resource Allocation in Strategic Factor Markets: A Realistic Real Options Approach to Generating Competitive Advantage.” *Journal of Management* 43, no. 8 (November 2017): 2588–2608.
- Liu, Wenlin, Anupreet Sidhu, Amanda M. Beacom, and Thomas W. Valente. “Social Network Theory.” In *The International Encyclopedia of Media Effects*, edited by Patrick Rössler, Cynthia A. Hoffner, and Liesbet Zoonen, 1–12. 1st ed. Wiley, 2017. Accessed December 15, 2024. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118783764.wbieme0092>.
- Madueke, Daniel C., Charity A. Ezenwakwelu, and Emmanuel E. Nwanmuoh. “Image Management and Competitive Advantage of Manufacturing Firms in South-East, Nigeria.” *Journal of Business and Retail Management Research* Volume 14, no. Issue 02 (April 28, 2020). Accessed August 27, 2024. <https://jbrmr.com/details&cid=535>.
- Maliki, Noval. “Pesantren di Era Disrupsi” (2023). https://cendikia.kemenag.go.id/storage/uploads/file_path/file_03-01-2024_6595168202931.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: Gingko Press, 2013.
- Mintzberg, Henry. “The Strategy Concept I: Five Ps for Strategy.” *California Management Review* 30, no. 1 (October 1987): 11–24.
- Moch. Zakki Mubarak and Niswatin. “Efektivitas Branding dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Islam.” *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2024): 25–35.
- Mohammad Thoha and Taufikurrahman. *Madrasah Diniyah Potret Utuh Pendidikan Karakter*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019.
- Muhammad Tuhfatul Ashari, 12207193051. “Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Pondok Pesantren Terpadu Al-

- Kamal Kunir Wonodadi Blitar.” Skripsi. UIN SATU Tulungagung, September 28, 2023. Last modified September 28, 2023. Accessed August 22, 2024. <http://repo.uinsatu.ac.id/40627/>.
- Murdiyanto, Eko. *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN ”Veteran” Yogyakarta Press, 2020. Accessed August 29, 2024. <http://eprints.upnyk.ac.id/24095/>.
- Muslihat, Aat. “Strategi Pemasaran Pondok Pesantren (Nu) Al-Fatah.” *Addabani: Interdisciplinary Journal of Islamic Education* 1, no. 2 (February 29, 2024): 155–165.
- Pahleviannur, Muhammad Rizal, Anita De Grave, Dani Nur Saputra, Dedi Mardianto, Lis Hafrida, Vidriana Oktoviana Bano, Eko Edy Susanto, et al. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka, 2022.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, and Yugi Dwi Atmogo. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (March 16, 2021): 471–484.
- Permatasari, Mayana Ratih. “Branding Image Strategy Pesantren Salaf Walisongo Sragen Di Era Disrupsi; Sebuah Pergeseran Paradigma Lembaga.” *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 7, no. 1 (April 2, 2023): 48.
- Prayudi. *Publik Relations Stratejik*. Komunikasi UPN Press, 2012. [http://eprints.upnyk.ac.id/15298/1/PUBLIC%20RELATIONS%20STRAT EJIK_eprint.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/15298/1/PUBLIC%20RELATIONS%20STRAT%20EJIK_eprint.pdf).
- Rahmawati, Diya Rofika, and Riyan Yuliyanto. “Keterlibatan Masyarakat Dalam Mencapai Tujuan Pendidikan Melalui Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah.” *Jurnal Edukasi Ekonomi* 7, no. 1 (December 5, 2023): 10.
- Roberts, Peter W., and Grahame R. Dowling. “Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance.” *Strategic Management Journal* 23, no. 12 (December 2002): 1077–1093.
- Setiawan, Albi Anggito, Johan. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Sonia Azizah, Inezalda. “Strategi Kepala Madrasah melalui Branding Sekolah dengan Program Riset di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo.” Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022.
- Sonia Azizah, Inezalda, Mukhlisah Am, and Ni’matus Sholihah. “Strategi Kepala Madrasah melalui Branding Sekolah dengan Program Riset di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo.” *Jurnal Kependidikan Islam* 12, no. 1 (February 21, 2022): 91–99.

- Sudiapermana, Elih, and Muslikhah Muslikhah. "The Transformation of Sustainable Community Empowerment Based on Islamic Boarding Schools System." *Journal of Nonformal Education* 6, no. 1 (February 6, 2020): 36–43.
- Sugiyono; *E-Book Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta, 2013. Accessed October 16, 2024. [//elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?Fp%3Dshow_detail%26id%3D1879%26keywords%3D](http://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?Fp%3Dshow_detail%26id%3D1879%26keywords%3D).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* / Perpustakaan Universitas Gresik. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sunarni and Arsal. "Peran Lembaga Sunakis Dalam Meningkatkan Keterampilan Dan Jejaring Mahasiswa Pelamar Kerja Dan Karyawan Di Kabupaten Bekasi." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian masyarakat* 4, no. 2 (2023): 1744–1748.
- Supriyanto, Achmad, Bambang Budi Wiyono, and Burhanuddin Burhanuddin. "Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Loyalty of Bank Customers." Edited by Femi Olan. *Cogent Business & Management* 8, no. 1 (January 1, 2021): 1–17.
- Susilo, Mohamad Joko. "Strategi *Branding* Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat" (n.d.).
- Syahritsa Maulana, Pasha, and Subhan Afifi. "Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik* 1, no. 2 (November 30, 2021). Accessed August 27, 2024. <https://journal.uin.ac.id/cantrik/article/view/20865>.
- Syarifuddin, Ummah Karimah, Mochamad Daffa Akmal, Siti Shofiyah, Azzora Chairunnisa, and Tajaufa Maulitaj Daffa. "Islamic Boarding School and Counseling Teachers: The Challenge of Creating Resilient Santri in the New Paradigm." *Journal of Islamic Communication and Counseling* 2, no. 2 (July 24, 2023): 119–127.
- Thomaidou Pavlidou, Christina, and Andreas Efstathiades. "The Effects of Internal Marketing Strategies on the Organizational Culture of Secondary Public Schools." *Evaluation and Program Planning* 84 (February 2021): 101894.
- Tias Putri Utaminingsih. "Strategi *Branding* Sekolah Menengah Kejuruan SMK IT SMART Informatika dan SMK Muhammadiyah 4 Surakarta dalam Menghadapi Persaingan Penyelenggaraan Pendidikan." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.
- Wheeler, Alina. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Entire Branding Team*. Fifth edition. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2018.

- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Wina, Sanjaya. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. 3rd ed. Jakarta: Kencana, 2015.
- Yanti, Rohma. “Perkembangan Kurikulum Pendidikan Dan Implikasinya Terhadap Capaian Pembelajaran Siswa Di Pondok Pesantren Musthafawiyah Purba Baru Kab. Mandailing Natal.” *Taushiah: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Kemasyarakatan* 13, no. 2 (2023): 35–53.
- Zaini Dahlan. “Peran Dan Kedudukan Majelis Taklim Di Indonesia.” *Al-Fatih: Jurnal Pendidikan dan Keislaman* 2, no. 2 (2020): 252–276.
- Zia, Anas, Sohail Younus, and Farhan Mirza. “Investigating the Impact of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity: The Mediating Role of Brand Awareness.” *International Journal of Innovation* 15, no. 2 (2021).
- Zulfia Hanum Alfi Syahr. “Membentuk Madrasah Diniyah Sebagai Alternatif Lembaga Pendidikan Elite Muslim Bagi Masyarakat.” *MODELING Jurnal Program Studi PGMI* 3, no. 1 (2016): 47–65.
- Zulkarnain, Fakhry Amin, Adi Pandu Cakranegara, and Muhamad Rajab. “The Role of the Social Community through Nonformal Education to Improve Social Welfare” 4, no. 1 (2022): 545–555.
- “111235200003 MIS AL FATAH II.” Accessed December 9, 2024. <https://appmadrasah.kemenag.go.id/web/profile?nsm=111235200003&provinsi=35&kota=3520>.
- “Non-Formal Education: Flexible Schooling or Participatory Education? - Alan Rogers - Google Buku.” Accessed August 26, 2024. https://books.google.co.id/books?id=pQQcOj3Iu1QC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- “Pencarian - KBBI Daring.” Accessed September 16, 2023. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- “Tingginya Angka Putus Sekolah Di Indonesia | CNN Indonesia – Pusat Studi Kependudukan Dan Kebijakan,” n.d. Accessed October 2, 2024. <https://cpps.ugm.ac.id/tingginya-angka-putus-sekolah-di-indonesia-cnn-indonesia/>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*, 2003.