



IMPLEMENTASI MANAJEMEN BERBASIS SEKOLAH UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI SMAN 1 BESUKI

Rifqoni Maulanal Qodri¹, Abdurrahman²

^{1,2} Universitas Nurul Jadid, Indonesia

Email: muhammadeliqbal2004@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i4.2825>

Sections Info

Article history:

Submitted: 30 June 2026

Final Revised: 15 July 2026

Accepted: 10 August 2026

Published: 30 August 2026

Keywords:

School-Based Management

Brand Image

Flagship Programs

School Publications



ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of School-Based Management (MBS) to enhance the brand image at Besuki State Senior High School 1. The study employs a qualitative approach using a case study design. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving the principal, teachers, the school committee, and relevant stakeholders. The results indicate that the implementation of MBS to enhance the brand image was carried out through three main stages. First, MBS planning is carried out in a participatory manner by involving stakeholders in the development of the school's vision, flagship programs, performance targets, and communication strategies. Second, MBS implementation is realized through the execution of flagship programs and school communications to strengthen the institution's identity and reputation. Third, MBS evaluation has a positive impact on increasing public trust, strengthening the school's reputation, and boosting student interest. This success is supported by the principal's leadership, teachers' commitment, stakeholder support, and consistent flagship programs, although there are still some obstacles such as limited resources and competition among institutions. This study confirms that effective MBS implementation can be a key strategy for building and strengthening a school's brand image.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) untuk meningkatkan brand image di SMA Negeri 1 Besuki. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan kepala sekolah, guru, komite sekolah, serta stakeholder terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi MBS untuk meningkatkan brand image dilakukan melalui tiga tahapan utama. Pertama, perencanaan MBS dilakukan secara partisipatif melalui pelibatan stakeholder dalam penyusunan visi, program unggulan, target prestasi, dan strategi publikasi sekolah. Kedua, implementasi MBS diwujudkan melalui pelaksanaan program unggulan dan publikasi sekolah untuk memperkuat identitas serta reputasi lembaga. Ketiga, evaluasi MBS berdampak positif pada peningkatan kepercayaan masyarakat, penguatan reputasi sekolah, dan meningkatnya minat peserta didik. Keberhasilan tersebut didukung oleh kepemimpinan kepala sekolah, komitmen guru, dukungan stakeholder, dan program unggulan yang konsisten, meskipun masih terdapat beberapa hambatan seperti keterbatasan sumber daya dan persaingan antar lembaga. Penelitian ini menegaskan bahwa implementasi MBS yang efektif dapat menjadi strategi penting untuk membangun dan memperkuat brand image sekolah.

Kata kunci: manajemen berbasis sekolah, brand image, program unggulan, publikasi sekolah

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan pada era persaingan global menuntut setiap lembaga pendidikan tidak hanya berfokus pada peningkatan mutu akademik, tetapi juga pada kemampuan membangun citra positif di mata masyarakat (Sazali & Sukriah, 2021). Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan menyebabkan sekolah dituntut untuk mampu menunjukkan keunggulan yang dimiliki sebagai bentuk akuntabilitas publik. Dalam kondisi tersebut, *brand image* sekolah menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat, minat peserta didik baru, serta dukungan berbagai pemangku kepentingan terhadap penyelenggaraan pendidikan (Qomar & Restu Damara, 2023). Sekolah yang memiliki *brand image* positif cenderung memperoleh kepercayaan yang lebih tinggi dari masyarakat dibandingkan sekolah yang belum mampu menunjukkan identitas dan keunggulan institusinya secara optimal.

Di sisi lain, penguatan *brand image* sekolah tidak dapat dilepaskan dari tata kelola lembaga yang efektif. Salah satu pendekatan manajemen yang diyakini mampu meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan adalah Manajemen Berbasis Sekolah (MBS). Melalui MBS, sekolah diberikan kewenangan yang lebih luas untuk mengelola sumber daya, mengembangkan program unggulan, serta melibatkan berbagai unsur *stakeholder* dalam proses pengambilan keputusan (Purnomo, 2022). Implementasi MBS yang efektif menjadikan sekolah untuk lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat, meningkatkan kualitas layanan pendidikan, serta membangun reputasi yang berkelanjutan (Sazali & Sukriah, 2021). Oleh karena itu, keberhasilan suatu sekolah untuk membangun *brand image* tidak hanya ditentukan oleh prestasi akademik semata, tetapi juga oleh efektivitas manajemen yang diterapkan untuk mengelola seluruh aspek kelembagaan.

SMA Negeri 1 Besuki merupakan salah satu lembaga pendidikan yang menunjukkan perkembangan positif untuk membangun citra sekolah di tengah persaingan antarlembaga pendidikan. Berdasarkan pengamatan awal, sekolah ini dikenal masyarakat melalui berbagai prestasi akademik maupun nonakademik, program pengembangan karakter peserta didik, serta partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan tingkat daerah maupun provinsi (Musthofa et al., 2026). Selain itu, keterlibatan kepala sekolah, guru, komite sekolah, dan orang tua untuk mendukung program sekolah menunjukkan adanya praktik pengelolaan yang mengarah pada prinsip-prinsip MBS (Erlin et al., 2024). Berbagai upaya tersebut menjadi bagian penting untuk membangun persepsi positif masyarakat terhadap SMA Negeri 1 Besuki sehingga sekolah bisa mempertahankan eksistensi dan daya saingnya di tengah dinamika pendidikan yang terus berkembang.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa MBS memiliki kontribusi terhadap peningkatan mutu pendidikan. Beberapa peneliti menemukan bahwa implementasi MBS mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan sekolah, kualitas pembelajaran, partisipasi masyarakat, dan kinerja tenaga pendidik (Vida Kurniawati & Fauzi, 2023). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa keberhasilan MBS berpengaruh terhadap peningkatan kualitas layanan pendidikan dan kepuasan *stakeholder* (Citraningsih, 2023). Sementara itu, kajian mengenai *brand image* sekolah lebih banyak difokuskan pada strategi pemasaran pendidikan, kualitas layanan, budaya sekolah, serta pemanfaatan media promosi untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan (Sofiyani & Kristiyono, 2020).

Kajian yang secara spesifik menghubungkan implementasi MBS dengan pembentukan dan peningkatan *brand image* sekolah masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung menempatkan MBS sebagai instrumen peningkatan mutu pendidikan, sedangkan *brand image* dikaji melalui perspektif pemasaran pendidikan atau

kualitas layanan (Abdurrahman, Anwar, et al., 2021). Akibatnya, belum banyak peneliti yang menjelaskan bagaimana praktik-praktik MBS dapat berkontribusi secara langsung untuk membangun citra positif lembaga pendidikan di mata masyarakat. Kesenjangan kajian ini menunjukkan perlunya penelitian yang mengintegrasikan perspektif manajemen pendidikan dan *brand image* sekolah dalam satu kerangka analisis yang lebih komprehensif.

Kebaruan (*novelty*) pada penelitian ini terletak pada analisis implementasi MBS sebagai strategi institusional untuk meningkatkan *brand image* sekolah. Penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek pelaksanaan MBS, tetapi juga menjelaskan hubungan antara praktik pengelolaan sekolah, keterlibatan *stakeholder*, pengembangan program unggulan, dan pembentukan citra positif lembaga pendidikan. Karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi Manajemen Berbasis Sekolah untuk meningkatkan *brand image* di SMA Negeri 1 Besuki serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (Febrianto & Yaqin, 2025). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam implementasi Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) untuk meningkatkan *brand image* sekolah melalui berbagai aktivitas, kebijakan, dan strategi (Rofik et al., 2026). Lokasi penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 1 Besuki. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut menunjukkan perkembangan citra positif di masyarakat yang tercermin melalui prestasi akademik dan nonakademik, pengelolaan program sekolah yang inovatif, serta tingginya partisipasi *stakeholder* untuk mendukung berbagai kegiatan sekolah (Nurleni & Anggreani, 2022). Kondisi tersebut menjadikan SMA Negeri 1 Besuki relevan sebagai *locus* penelitian (Sazali & Sukriah, 2021). Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder (Wirachman & Kurniawati, 2023). Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, staf administrasi, komite sekolah, serta orang tua peserta didik dan data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen sekolah, seperti profil sekolah, program kerja, laporan kegiatan, data prestasi, media publikasi sekolah, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian (Qomar & Restu Damara, 2023). Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Wang et al., 2026). Analisis data menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Fauzi et al., 2025). Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik (Kadek et al., 2023). Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan ulang data kepada informan (*member checking*) untuk memastikan kesesuaian antara data yang diperoleh dengan kondisi yang sebenarnya (Sofiyani & Kristiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Perencanaan MBS untuk membangun *Brand Image*

Perencanaan merupakan fungsi fundamental dalam MBS yang menjadi landasan bagi pelaksanaan seluruh program pendidikan. Dalam perspektif MBS, perencanaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian tujuan akademik, tetapi juga pada pengembangan kualitas layanan pendidikan yang mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah (Salman 2026). Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan di SMA

Negeri 1 Besuki dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan berbagai *stakeholder*, seperti kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, komite sekolah, dan perwakilan orang tua untuk memastikan bahwa program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan sekolah serta harapan masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan (Mayya et al., 2021). Pembangunan *brand image* sekolah telah menjadi bagian integral dalam proses perencanaan MBS, di mana sekolah tidak menyusun program pencitraan secara terpisah, melainkan mengintegrasikannya ke dalam berbagai program strategis yang berorientasi pada peningkatan mutu, prestasi, pelayanan, dan penguatan identitas sekolah. Perencanaan tersebut dilakukan melalui rapat kerja sekolah yang menghasilkan berbagai program prioritas sebagai instrumen untuk meningkatkan reputasi dan daya saing sekolah (Kossek & Kelliher, 2023). Dengan demikian, *brand image* dipahami sebagai hasil dari pengelolaan sekolah yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan.

Tabel 1. Komponen Perencanaan MBS untuk membangun *Brand Image* di SMA Negeri 1 Besuki

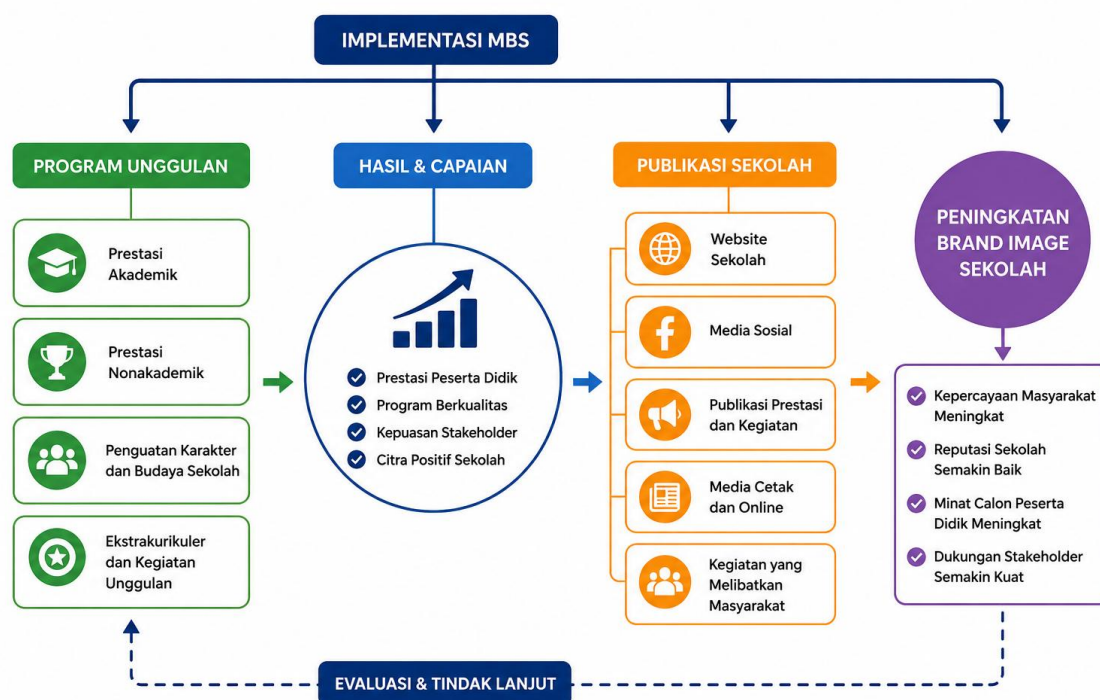
No	Komponen Perencanaan	Bentuk Perencanaan	Kontribusi terhadap <i>Brand Image</i>
1	Perumusan visi dan misi sekolah	Penyelarasan visi sekolah dengan mutu, prestasi, dan karakter peserta didik	Membentuk identitas dan arah pengembangan sekolah
2	Penyusunan program unggulan	Penetapan program akademik dan nonakademik sebagai ciri khas sekolah	Menciptakan diferensiasi sekolah dibanding lembaga lain
3	Pelibatan <i>stakeholder</i>	Rapat kerja dan musyawarah bersama guru, komite, dan orang tua	Meningkatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat
4	Perencanaan peningkatan prestasi	Penyusunan target prestasi akademik maupun nonakademik	Memperkuat reputasi sekolah melalui capaian peserta didik
5	Perencanaan publikasi sekolah	Penyusunan strategi publikasi kegiatan dan prestasi sekolah	Memperluas pengenalan sekolah kepada masyarakat
6	Evaluasi program sebagai dasar perencanaan	Analisis capaian dan kendala program sebelumnya	Menjaga kualitas dan konsistensi citra sekolah

Tabel 1 menunjukkan bahwa perencanaan MBS di SMA Negeri 1 Besuki tidak hanya berorientasi pada aspek administratif, tetapi juga diarahkan sebagai strategi membangun *brand image* sekolah. Hal ini terlihat dari keterkaitan setiap komponen perencanaan dengan upaya peningkatan mutu pendidikan, pengembangan program unggulan, penguatan prestasi, serta peningkatan hubungan dengan masyarakat (Aziz 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa sekolah memandang reputasi sebagai aset strategis yang dibangun sejak tahap perencanaan melalui penyusunan program yang partisipatif dan sesuai dengan kebutuhan lingkungan. Otonomi yang dimiliki sekolah melalui MBS menjadikan pengembangan berbagai program yang tidak hanya meningkatkan kualitas

internal, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan persepsi positif masyarakat terhadap sekolah (Afifah 2026). Dengan demikian, pembentukan *brand image* tidak semata-mata ditentukan oleh aktivitas promosi, melainkan oleh kualitas perencanaan yang mampu menghasilkan layanan pendidikan, program unggulan, dan prestasi yang memenuhi harapan masyarakat. Karena itu, perencanaan yang terarah dan partisipatif menjadi fondasi penting untuk memperkuat reputasi dan daya saing SMA Negeri 1 Besuki.

2. Implementasi MBS melalui Program Unggulan dan Publikasi Sekolah

Implementasi MBS di SMA Negeri 1 Besuki untuk meningkatkan *brand image* dilakukan melalui pengembangan program unggulan dan publikasi sekolah yang berkelanjutan (Suratin & Munawarsyah, 2026). Program unggulan, baik di bidang akademik maupun nonakademik, dikembangkan sebagai identitas sekolah sekaligus sarana peningkatan kualitas layanan pendidikan dan pengembangan potensi peserta didik (Abdurrahman, Ayu Lestari, et al., 2021). Pelaksanaannya melibatkan seluruh unsur sekolah sesuai dengan prinsip MBS yang menekankan partisipasi, kemandirian, dan tanggung jawab bersama. Di samping itu, sekolah secara aktif mempublikasikan berbagai kegiatan, prestasi, dan program melalui media sosial, website resmi, dokumentasi kegiatan, serta keterlibatan langsung dengan masyarakat. Strategi tersebut tidak hanya meningkatkan visibilitas sekolah, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan (Indriansyah et al., 2025). Dengan demikian, implementasi MBS berkontribusi pada peningkatan mutu sekolah sekaligus penguatan citra dan reputasi lembaga di mata publik.



Gambar 1. Implementasi MBS melalui Program Unggulan dan Publikasi Sekolah

Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi MBS untuk meningkatkan *brand image* di SMA Negeri 1 Besuki dilakukan melalui sinergi antara program unggulan dan publikasi sekolah. Program unggulan berperan menghasilkan prestasi serta keunggulan kompetitif sekolah, sedangkan publikasi berfungsi menyebarluaskan berbagai capaian

tersebut kepada masyarakat. Dengan demikian, pembentukan *brand image* tidak hanya ditentukan oleh kualitas program yang dimiliki sekolah, tetapi juga oleh efektivitas sekolah untuk mengomunikasikan keunggulan dan prestasinya kepada publik.

3. **Evaluasi MBS: Dampak, Faktor Pendukung, dan Penghambat terhadap *Brand Image***

Evaluasi merupakan bagian penting dalam implementasi MBS untuk menilai efektivitas program sekaligus mengukur dampaknya terhadap peningkatan *brand image* sekolah (Aliyyah et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian, evaluasi dilakukan secara berkala melalui rapat koordinasi, supervisi, monitoring kegiatan, dan penilaian capaian program. Melalui proses tersebut, sekolah dapat mengidentifikasi berbagai faktor pendukung dan penghambat sebagai dasar perbaikan program pada periode berikutnya (Surya et al., 2021). Implementasi MBS memberikan dampak positif terhadap *brand image* SMA Negeri 1 Besuki, yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat, bertambahnya minat peserta didik, serta semakin luasnya pengakuan masyarakat terhadap prestasi dan program unggulan sekolah (Purwiyastuti et al., 2024). Namun demikian, keberhasilan tersebut tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung dan penghambat yang menjadi tantangan pada pengembangan sekolah secara berkelanjutan.

Tabel 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi MBS terhadap *Brand Image* di SMA Negeri 1 Besuki

No	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
1	Kepemimpinan kepala sekolah yang visioner dan inovatif	Keterbatasan anggaran pada beberapa program pengembangan
2	Komitmen guru dan tenaga kependidikan untuk menjalankan program sekolah	Belum meratanya partisipasi seluruh <i>stakeholder</i> dalam kegiatan sekolah
3	Dukungan komite sekolah dan orang tua peserta didik	Persaingan dengan lembaga pendidikan lain yang semakin kompetitif
4	Program unggulan yang menjadi identitas sekolah	Keterbatasan sarana pada beberapa bidang pengembangan prestasi
5	Prestasi akademik dan nonakademik yang konsisten	Tantangan adaptasi terhadap perubahan kebutuhan dan ekspektasi masyarakat
6	Pemanfaatan media publikasi sekolah yang aktif	Belum optimalnya jangkauan publikasi kepada seluruh lapisan masyarakat

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi MBS untuk meningkatkan *brand image* sekolah dipengaruhi oleh kemampuan sekolah untuk mengoptimalkan faktor pendukung dan mengatasi berbagai hambatan yang muncul selama pelaksanaan program (Salman 2026). Kepemimpinan yang visioner, partisipasi *stakeholder*, dan program unggulan yang konsisten terbukti berkontribusi terhadap penguatan citra sekolah di mata masyarakat. Namun, keterbatasan sumber daya, persaingan antar lembaga pendidikan, dan tantangan publikasi masih memerlukan perhatian melalui upaya perbaikan dan pengembangan berkelanjutan agar *brand image* sekolah dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara konsisten (Aziz 2026).

Pembahasan

1. **Perencanaan Manajemen Berbasis Sekolah untuk membangun *Brand Image***

Pada praktiknya, perencanaan MBS di SMA Negeri 1 Besuki dilakukan secara partisipatif melalui melibatkan berbagai *stakeholder*, seperti kepala sekolah, guru, komite sekolah, dan orang tua peserta didik (Siregar & Rasyid, 2023). Keterlibatan berbagai pihak dalam proses perencanaan menunjukkan bahwa pengembangan sekolah tidak hanya menjadi tanggung jawab manajemen sekolah, tetapi merupakan hasil kolaborasi yang mempertimbangkan kebutuhan internal dan harapan masyarakat (Uspayanti et al., 2022). Dalam konteks penelitian ini, perencanaan tidak hanya berorientasi pada penyusunan program pendidikan, tetapi juga diarahkan untuk membangun identitas dan citra positif sekolah melalui berbagai program strategis (Afifah 2026).

Temuan tersebut sejalan dengan konsep MBS yang menempatkan partisipasi *stakeholder* sebagai prinsip utama dalam pengelolaan pendidikan (Amelia et al., 2021). MBS memberi kewenangan kepada sekolah untuk merencanakan dan mengembangkan program sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik lingkungan sekolah (Widiyanti et al., 2024). Kewenangan tersebut menjadikan sekolah menyusun strategi yang lebih adaptif dan responsif terhadap tuntutan masyarakat (Sazali & Sukriah, 2021). Karena itu, keberhasilan perencanaan tidak hanya diukur dari tersusunnya program kerja sekolah, tetapi juga dari kemampuan program tersebut untuk menjawab kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan.

Dalam perspektif *brand image*, citra sekolah dibangun melalui perencanaan yang sistematis, partisipatif, dan berorientasi pada mutu layanan pendidikan (Putri Garini & Zaki Rahman, 2024). *Brand image* tidak hanya terbentuk melalui aktivitas promosi, tetapi juga melalui kemampuan sekolah merancang program yang relevan, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Citraningsih, 2023). Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa perencanaan partisipatif dalam MBS berkontribusi terhadap peningkatan mutu dan kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menemukan bahwa perencanaan MBS juga berfungsi sebagai instrumen strategis untuk membangun *brand image* sekolah (Asrulla et al., 2024). Dengan demikian, perencanaan menjadi fondasi penting untuk membentuk reputasi sekolah yang positif, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkuat daya saing lembaga pendidikan secara berkelanjutan.

2. Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah melalui Program Unggulan dan Publikasi Sekolah

Implementasi MBS di SMA Negeri 1 Besuki dilakukan melalui pengembangan program unggulan dan publikasi sekolah yang terintegrasi (Wiidodo et al., 2022). Program unggulan berfungsi sebagai sarana peningkatan mutu pendidikan sekaligus menjadi identitas yang membedakan sekolah dari lembaga pendidikan lainnya (Kartika et al., 2021). Implementasi tersebut mencerminkan prinsip MBS yang memberikan otonomi kepada sekolah untuk mengembangkan program sesuai dengan potensi dan kebutuhan lingkungan (Prayuda, 2025). Melalui kewenangan tersebut, sekolah dapat menciptakan berbagai program unggulan yang mendukung peningkatan prestasi akademik maupun nonakademik peserta didik serta memperkuat daya saing lembaga.

Dalam perspektif *brand image*, program unggulan dan publikasi sekolah merupakan dua aspek yang saling melengkapi (Rosari et al., 2022). Program unggulan menghasilkan prestasi dan keunggulan sekolah, sedangkan publikasi berperan menyebarkan informasi tersebut kepada masyarakat (Sholichah & Mardikaningsing, 2024). Dengan demikian, *brand image* tidak hanya dibangun melalui kualitas layanan dan prestasi sekolah, tetapi juga melalui kemampuan sekolah mengomunikasikan berbagai capaian tersebut secara efektif kepada publik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian pemasaran pendidikan yang menyatakan bahwa reputasi sekolah terbentuk melalui kombinasi antara kualitas layanan dan komunikasi publik yang efektif (Mubayyin & Abdullah, 2021). Namun, penelitian ini menemukan bahwa publikasi sekolah tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai bagian dari implementasi MBS yang mendukung transparansi, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi (Selviyanti et al., 2023). Dengan demikian, peningkatan *brand image* di SMA Negeri 1 Besuki adalah hasil sinergi antara program unggulan yang berkualitas dan publikasi sekolah yang dilakukan secara konsisten.

3. Evaluasi Manajemen Berbasis Sekolah: Dampak, Faktor Pendukung, dan Penghambat terhadap *Brand Image*

Evaluasi MBS di SMA Negeri 1 Besuki dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program dan dampaknya terhadap *brand image* sekolah (Gandariyah Afkari et al., 2022). Melalui evaluasi, sekolah bisa mengidentifikasi tingkat keberhasilan program, berbagai kendala yang dihadapi, serta langkah perbaikan yang perlu dilakukan agar program tetap sesuai dengan kebutuhan peserta didik dan harapan masyarakat (Uddin et al., 2024). Implementasi MBS memberikan dampak positif terhadap *brand image* sekolah, yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat, bertambahnya minat calon peserta didik, serta semakin luasnya pengakuan terhadap prestasi dan program unggulan sekolah. Karena itu, pengelolaan sekolah yang efektif berkontribusi terhadap terbentuknya reputasi positif di mata masyarakat.

Keberhasilan tersebut didukung oleh kepemimpinan kepala sekolah yang visioner, komitmen guru dan tenaga kependidikan, dukungan komite sekolah dan orang tua, serta program unggulan yang mampu menghasilkan berbagai prestasi (Gerson et al., 2025). Sebaliknya, keterbatasan sumber daya, persaingan antar lembaga pendidikan, belum optimalnya partisipasi *stakeholder*, dan keterbatasan jangkauan publikasi masih menjadi hambatan dalam penguatan *brand image* sekolah.

Temuan ini menegaskan bahwa evaluasi dalam MBS tidak hanya berfungsi sebagai alat pengawasan program, tetapi juga sebagai sarana pengendalian mutu dan pengembangan sekolah. Melalui evaluasi berkelanjutan, sekolah dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sebagai dasar penyusunan strategi yang lebih efektif (Prianto & Santoso, 2025). Dengan demikian, keberhasilan peningkatan *brand image* tidak hanya ditentukan oleh kualitas perencanaan dan pelaksanaan program, tetapi juga oleh konsistensi evaluasi dan tindak lanjut yang dilakukan sekolah.

KESIMPULAN

Temuan Mendasar: Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi MBS berdampak positif terhadap meningkatnya kepercayaan masyarakat, penguatan reputasi sekolah, dan bertambahnya minat peserta didik. Keberhasilan tersebut didukung oleh kepemimpinan kepala sekolah yang visioner, komitmen guru dan tenaga kependidikan, dukungan *stakeholder*, serta konsistensi program unggulan. Implementasi MBS di SMA Negeri 1 Besuki berkontribusi untuk meningkatkan *brand image* sekolah melalui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan secara sistematis. Perencanaan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan berbagai *stakeholder* dalam penyusunan program strategis, program unggulan, target prestasi, dan strategi publikasi sekolah. **Implikasi:** Implikasi dari implementasi MBS diwujudkan melalui pelaksanaan program unggulan dan publikasi sekolah yang berkelanjutan sehingga mampu memperkuat identitas, reputasi, dan daya saing sekolah. Sementara itu, evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program sekaligus

mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam penguatan *brand image*. **Batasan:** Penelitian ini dibatasi pada kajian mengenai Manajemen Berbasis Sekolah yang dilaksanakan di SMA Negeri 1 Besuki. **Penemuan masa depan:** sekolah masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya, persaingan antar lembaga, dan belum optimalnya jangkauan publikasi. Karena itu, penguatan kolaborasi *stakeholder*, pengembangan program unggulan, dan optimalisasi publikasi perlu terus dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan *brand image* sekolah secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Abdurrahman, A., Anwar, I. F., Mauliza, S., & Afkarina, N. (2021). Integrasi Kurikulum Madrasah Diniyah dengan Lembaga Formal dalam Meningkatkan Mutu Lulusan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 2(2). <https://doi.org/10.33650/trilogi.v2i2.2291>
- Abdurrahman, A., Ayu Lestari, I. P., Mutmainnah, L., Sailah, H., Anwar, I. F., Mauliza, S., & Afkarina, N. (2021). PKM Pendampingan Menghafal Al-Quran dengan Metode An-Nur pada Siswa Kelas X IPA Tahfidz Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 2(2). <https://doi.org/10.33650/guyub.v2i2.2534>
- Aliyyah, R. R., Amini, A., Subasman, I., Sri, E., Herawati, B., Guru, P., Dasar, S., Djuanda, U., Guru, P., Ibtidaiyah, M., Keislaman, F. I., Al-ihya, U. I., Guru, P., Dasar, S., Nahdlatul, U., Perkantoran, A., Ekonomi, F., Jakarta, U. N., & Muka, J. R. (2021). UPAYA MENINGKATKAN HASIL BELAJAR IPA MELALUI PENGGUNAAN MEDIA VIDEO PEMBELAJARAN EFFORTS TOIMPROVE THE SCIENCE LEARNING RESULTS. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(April), 54-72.
- Amelia, A., Manurung, K. A., & Purnomo, M. D. B. (2021). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 20(1), 13-23. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.935>
- Asrulla, Samsu, Indriyani, T., & Jeka, F. (2024). TANTANGAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENDIDIKAN DI ERA SOCIETY 5.0. *Jurnal Genta Mulia*, 11(1), 150-158.
- Citransih, D. (2023). Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan Pendahuluan Pendidikan secara umum dapat didefinisikan sebagai usaha secara sadar untuk mengembangkan diri dalam aspek kognitif , afektif , maupun psikomotor . Secara lebih khusus , hak. *Saliha: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 6(1), 1-17.
- Erlin, E., Andriani, L., Andriani, D., Nurmaya, N., Wahyuningsih, A., Febrianti, I., & Rahmatul Burhan, M. (2024). Peran Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Di Lembaga Pendidikan. *Journal of Governance and Public Administration*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.70248/jogapa.v2i1.1504>
- Fauzi, A., Hidayah, N., & Maulana, R. (2025). Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada Layanan Transportasi Onlin. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 145-156. <https://doi.org/10.38073/pelita.v2i2.2189>
- Febrianto, F., & Yaqin, M. A. (2025). FIVE DAYS IN MA ' HAD PROGRAM AS INCREASING SOCIAL. *Ar-Rosikhun*, 04(02), 145-161.
- Gandariyah Afkari, S., Subekti, H. I., Suaduon, J., Parida, P., Aziwantoro, J., Maisah, M., & Jamrizal, J. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmu Multi Disiplin*, 1(2),

498–513.

- Gerson, Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Eprianto, I. (2025). Tantangan dan Peluang Digitalisasi dalam Manajemen SDM: Perspektif Praktisi dan Pengambil Keputusan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2), 134–158. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.93>
- Indriansyah, A., Purwanto, M. B., & Herawati, N. (2025). Digital Marketing Management : Efektivitas Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Kampus Swasta. *JIMPA*, 3(5), 541–558.
- Kadek, N., Dumaini, D., Ayu, G., & Ardhiani, N. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Role Playing Berbantuan Media Wayang Kertas Terhadap Keterampilan Berbicara Bahasa Indonesia. *Jurnal Lampuhyang*, 14(2), 1–9.
- Kartika, T., Fitriani, N., & Fauzi, M. R. (2021). Pembelajaran membaca dongeng siswa kelas iv sekolah dasar dengan menggunakan model role playing melaui media gambar. *COLLASE*, 04(03), 467–474.
- Kossek, E. E., & Kelliher, C. (2023). Making Flexibility More I-Deal : Advancing Work-Life Equality Collectively. *Journal Sagepub*, 49(2), 317–349. <https://doi.org/10.1177/10596011221098823>
- Mayya, S. S., Martis, M., Ashok, L., Monteiro, A. D., & Mayya, S. (2021). Work-Life Balance and Gender Differences : A Study of College and University Teachers From Karnataka. *Journal Sagepu*, 1(2), 1–15. <https://doi.org/10.1177/21582440211054479>
- Mubayyin, A., & Abdullah, W. (2021). IMPLEMENTASI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI SALAH SATU UPAYA UNTUK MEMAJUKAN DAN MENGEMBANGKAN UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(Juni 2012), 1–14.
- Musthofa, Z., Febrianto, F., Rofik, M., Najiburrahman, & Baharun, H. (2026). Integration of School Image Management with Character Development Programs to Improve Students' Social Adaptation. *Islamika*, 8(2), 586–598.
- Nurleni, S., & Anggreani, C. (2022). MENGEMBANGKAN RASA PERCAYA DIRI MELALUI MODEL DIRECT INSTRUCTION, METODE ROLE PLAYING BERBASIS CERITA DAERAH. *JIKAD*, 2(2), 1–7.
- Prayuda, R. G. (2025). International Journal Administration, Business & Organization. *International Journal Administration, Business & Organization*, 6(December), 150–162. <https://doi.org/https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo>
- Prianto, Y., & Santoso, A. W. (2025). Disinformasi dan Krisis Kepercayaan: Turbulensi Budaya Hukum di Era Post-Truth dan Artificial Intelligence. *Litian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 09(02), 1–9. <https://doi.org/https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>
- Purnomo, Y. B. A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA KEPOLISIAN. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(4), 1–17.
- Purwiyastuti, W., Kristin, F., & Sasi, G. A. (2024). PENDAMPINGAN DAN PENGAYAAN MATERI PELAJARAN IPS-SEJARAH BAGI PESERTA DIDIK SD DAN SMP DI KOTA SALATIGA MELALUI METODE EKSKURSI. *Jurnal Widya Laksana*, 13(1), 70–81.
- Putri Garini, D., & Zaki Rahman, M. (2024). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Banjar. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(01). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i01.4440>
- Qomar, A. S., & Restu Damara, A. H. (2023). Nasionalisme-Religius dan Cita Kepemimpinan Nasional dalam Manuskrip Sejarah Kyai Ageng Tegalsari. *Besari: Journal of Social and*

- Cultural Studies*, 1(1), 19–30. <https://doi.org/10.71155/besari.v1i1.31>
- Rofik, M., Firmansyah, M., Febrianto, F., & Fikri, R. (2026). Strategic Management-Based Entrepreneurship Education to Improve Students ' Entrepreneurial Spirit. *Insight*, 2(1), 10–19.
- Rosari, R., Cakranegara, P. A., Pratiwi, R., Kamal, I., & Sari, C. I. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Keuangan BUMDES di Era Digitalisasi. *Owner*, 6(3), 2921–2930. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.870>
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas Smau Ct Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 147–160.
- Selviyanti, N. H., Fadila, N., Sulis, Y. D., Anshori, I., & Safrizal, H. B. A. (2023). Peran Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Sdm) Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(3), 977–988.
- Sholichah, L. F., & Mardikaningsing, R. (2024). ANALISIS PENGARUH PROMOSI DIGITAL, CITRA MEREK, DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SANDAL DAN SEPATU DI KEPUH KIRIMAN WARU. *Jurnal Investasi Islam Jurnal Investasi Islam*, 05(5), 637–655.
- Siregar, A., & Rasyid, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun Brand Image Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah UINSU. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3188–3202. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.4853>
- Sofiyani, I., & Kristiyono, A. (2020). Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Muzaki Membaya Zakat dengan Minat sebagai Variabel Moderating. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 74–81. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.284>
- Suratin, S. I., & Munawarsyah, M. (2026). REKONSTRUKSI KURIKULUM BERBASIS ETOS CINTA PENDIDIKAN KONTEMPORER. *AICLEMA*, 2(1), 153–170.
- Surya, G., Johni, S., & Putra, A. (2021). Bureaucratic Reform in Facing the Industrial Revolution 4 . 0 and Its Implications for Governance Ganda Surya Satya Johni Arifin Putra. *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)*, 04(03), 16–23. <https://doi.org/org.doi.123/3/214/124/12/4>
- Uddin, S., Khondoker, A., & Abuzar, M. (2024). Ethical Curriculum Development : Insights From Islamic Epistemology Towards Sustainable Development Goals (SDGs). *Profetika*, 25(2), 273–286. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/profetika.v25i02.7306>
- Uspayanti, R., Sari, D. K., & Fredy. (2022). Pelatihan Penulisan Artikel Ilmiah untuk Meningkatkan Kompetensi Profesional Guru SMA Negeri 2 Merauke Provinsi Papua. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(1), 107–116.
- Vida Kurniawati, T., & Fauzi, F. (2023). At Tadbir: Islamic Education Management Journal Manajenem Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di SMP Plus Ar Rahmat Bojonegoro. *At Tadbir: Islamic Education Management Journal*, 1(2), 74–83.
- Wang, R., Feng, H., Cambria, E., Piran, M. J., Santamaria, J., Ju, M., Shahzad, K., & Zhu, X. (2026). GPPLEA: Guided Polarity Prompt Learning for Enhanced Emotion Analysis in Low-sample Social Media Environments. *Cognitive Computation*, 18(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s12559-026-10558-x>
- Widiyanti, A., Widodo, J., & Rozi, F. (2024). The Role of Learning Motivation in Mediating Student Learning Outcomes. *Journal of Economic Education*, 13(1), 42–50. <https://doi.org/http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>

- Wiidodo, Z. D., Adiyani, R., & Katili, A. Y. (2022). STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA INDUSTRI KREATIF BERBASIS SABLON DALAM PENINGKATAN PRODUKTIFITAS KARYAWAN DI ZEE.SCREENPRINTING. *SNDN41*, 1(5), 85–92.
- Wirachman, R., & Kurniawati, I. (2023). STUDI DESKRIPTIF MODEL PEMBELAJARAN ROLE PLAYING BERLANDASKAN TEORI SOCIAL LEARNING Pendahuluan Siswa Sekolah Dasar merupakan pondasi awal untuk membangun manusia yang. *INVENTA*, 7(1), 37–49.

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA