JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN
Homepage : https://ejurnal.stkip-pessel.ac.id/index.php/jmp
Email : jmp@stkip-pessel.ac.id

p-ISSN : 2548-4826 ; e-ISSN : 2548-4834
Vol. 11, No. 5, October 2026
Page 11362-11373
© Author
Jurnal Manajemen Pendidikan

# MANAJEMEN INOVASI SEKOLAH DALAM MEMBANGUN BRANDING SEKOLAH MENENGAH DI ERA KOMPETENSI PENDIDIKAN DI SEKOLAH MA RAUSHAN FIKRI ISLAMIC SCHOOL T.A. 2025 – 2026

**Tantri[1], Hamidah D.[2], Rabukit Damanik[3]**
[1,2,3] STKIP Budidaya Binjai, Indonesia

Email: tantritantri837@gmail.com

Check for updates OPEN ACCESS
**DOI:** https://doi.org/10.34125/jmp.v11i5.3561

**Sections Info**

***Article history:***
Submitted: 9 August 2026
Final Revised: 28 August 2026
Accepted: 26 September 2026
Published: 30 October 2026

***Keywords:***
School Innovation Management
School Branding
Educational Competitiveness

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze school innovation management in building secondary school branding in the era of educational competencies at MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS) Binjai. This research employed a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, observations, and document analysis involving five informants: the principal, vice principal for curriculum affairs, vice principal for student affairs, teachers, and students' parents. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, consisting of data collection, data condensation, data display, and conclusion drawing. Data validity was ensured through source triangulation, technique triangulation, and member checking. The findings reveal that school innovation management at RAFIS is implemented through curriculum innovation by integrating Islamic values with the national curriculum, teacher competency development through continuous professional programs, and school branding strengthening through academic excellence, Islamic character development, technology utilization, student achievement promotion, and digital communication strategies. These innovations contribute to establishing a positive school image and enhancing educational competitiveness. This study provides theoretical and practical contributions to the development of innovation management practices and branding strategies in private Islamic secondary schools.*

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen inovasi sekolah dalam membangun branding sekolah menengah di era kompetensi pendidikan pada MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS) Binjai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi dengan melibatkan lima informan, yaitu kepala sekolah, wakil kepala bidang kurikulum, wakil kepala bidang kesiswaan, guru, dan orang tua peserta didik. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui tahapan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member checking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen inovasi sekolah di RAFIS dilaksanakan melalui inovasi kurikulum berbasis integrasi nilai keislaman dan kurikulum nasional, pengembangan kompetensi guru melalui program profesional berkelanjutan, serta penguatan branding sekolah melalui keunggulan akademik, karakter Islami, teknologi, publikasi prestasi, dan strategi komunikasi digital. Implementasi inovasi tersebut berkontribusi dalam membangun citra positif dan meningkatkan daya saing sekolah di masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan praktik manajemen inovasi dan strategi branding pada madrasah aliyah swasta berbasis Islam.*

*Kata Kunci: Manajemen Inovasi Sekolah, School Branding, Daya Saing Pendidikan*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dan persaingan antar lembaga pendidikan menuntut sekolah untuk tidak hanya berorientasi pada peningkatan kualitas akademik, tetapi juga mampu membangun identitas dan citra yang kuat di tengah masyarakat. Sekolah perlu memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya, mengembangkan program yang relevan dengan kebutuhan peserta didik, serta melakukan inovasi secara berkelanjutan. Dalam konteks tersebut, manajemen pendidikan memiliki peran strategis karena mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan berbagai aspek penyelenggaraan pendidikan, termasuk tenaga pendidik, peserta didik, fasilitas, dan program pembelajaran. Kualitas pengelolaan tersebut pada akhirnya turut menentukan arah dan kualitas lembaga pendidikan (Suharsaputra, 2010; Usman, 2013).

Manajemen inovasi menjadi semakin penting ketika sekolah menghadapi perubahan kebutuhan peserta didik dan meningkatnya kompetisi antarlembaga pendidikan. Christensen (2015) menegaskan bahwa inovasi merupakan proses berkelanjutan yang memungkinkan sebuah organisasi bertahan dan berkembang di tengah perubahan lingkungan yang kompetitif. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi dalam pembelajaran, tetapi juga mencakup pengembangan kurikulum, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, pengembangan program unggulan, serta strategi komunikasi sekolah kepada masyarakat (Sagala, 2013). Dalam penelitian di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS), inovasi kurikulum diarahkan melalui integrasi kurikulum nasional dengan karakteristik pendidikan keislaman, termasuk tahfiz, pembiasaan ibadah, pendidikan karakter, dan penguatan bahasa. Selain itu, sekolah mengembangkan pembelajaran berbasis proyek dan pemanfaatan media digital sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas pengalaman belajar peserta didik (Darma et al., 2022).

Bagi sekolah berbasis Islam, kebutuhan terhadap inovasi memiliki karakteristik tersendiri karena sekolah perlu mempertahankan identitas dan nilai-nilai keislaman sekaligus merespons tuntutan pendidikan modern. Sari (2022) menemukan bahwa kepemimpinan kepala sekolah berperan penting dalam mendorong inovasi pendidikan tanpa mengesampingkan nilai-nilai keislaman di sekolah Islam terpadu. RAFIS berupaya membangun keunggulan melalui perpaduan pendidikan Islam, karakter, tahfiz, teknologi, dan pelayanan. Integrasi tersebut menjadi salah satu bentuk diferensiasi sekolah dalam menghadapi persaingan pendidikan. Dengan demikian, inovasi kurikulum dan pembelajaran tidak hanya dipandang sebagai upaya peningkatan mutu internal, tetapi juga menjadi bagian dari pembentukan identitas dan branding sekolah (Sari & Sirozi, 2024).

Selain kurikulum dan pembelajaran, kualitas sumber daya manusia merupakan komponen penting dalam keberhasilan inovasi sekolah. Guru dan tenaga kependidikan memiliki posisi strategis dalam menerjemahkan kebijakan dan program inovasi ke dalam praktik pendidikan. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi guru perlu dikelola secara sistematis melalui berbagai kegiatan pengembangan profesional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RAFIS melaksanakan pengembangan kompetensi melalui workshop, pelatihan, Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP), supervisi akademik, observasi kelas, serta pengembangan diri secara mandiri (Hamidah et al., 2024). Upaya tersebut diarahkan agar peningkatan kompetensi tidak berhenti pada kegiatan pelatihan, tetapi dapat diterapkan dalam proses pembelajaran dan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan pendidikan.

Kualitas kurikulum, kompetensi guru, dan inovasi sekolah selanjutnya memiliki keterkaitan dengan upaya membangun branding sekolah. Branding dalam konteks pendidikan tidak hanya dibangun melalui kegiatan promosi, tetapi juga melalui pengalaman

dan persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan sekolah (Alma, 2000; DiMartino & Jessen, 2016). Hemsley-Brown et al. (2016) menjelaskan bahwa identitas dan reputasi brand dalam institusi pendidikan terbentuk melalui interaksi berkelanjutan antara citra yang dibangun institusi dan persepsi pemangku kepentingan. RAFIS memanfaatkan prestasi peserta didik, program unggulan, serta berbagai kegiatan sekolah sebagai bagian dari komunikasi branding, sejalan dengan strategi branding melalui program berbasis riset dan prestasi yang diterapkan oleh kepala madrasah (Azizah et al., 2022). Strategi komunikasi dilakukan melalui media sosial, website, brosur, dan kegiatan tatap muka (Hamidah et al., 2023; Darsana et al., 2023). Kepercayaan masyarakat juga menjadi salah satu indikator yang diperhatikan melalui jumlah pendaftar, kepuasan orang tua, aktivitas media sosial, serta persepsi positif dan loyalitas orang tua peserta didik.

Meskipun demikian, persaingan antarsekolah dan tuntutan terhadap inovasi yang berkelanjutan menjadi tantangan bagi RAFIS dalam mempertahankan posisi kompetitifnya. Sekolah perlu memastikan bahwa inovasi yang dikembangkan tidak bersifat sesaat, tetapi direncanakan, dilaksanakan, dievaluasi, dan dikembangkan secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menjadi penting karena lemahnya pengelolaan inovasi dapat berdampak pada kemampuan sekolah dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat dan posisi kompetitifnya di antara lembaga pendidikan lainnya. Oleh sebab itu, diperlukan pengelolaan inovasi yang terintegrasi antara aspek kurikulum dan pembelajaran, pengembangan sumber daya manusia, serta strategi peningkatan daya saing sekolah.

Penelitian mengenai manajemen inovasi di RAFIS menjadi penting karena penelitian ini tidak hanya melihat inovasi dari sisi pembelajaran, tetapi menghubungkannya dengan proses pembentukan branding dan peningkatan daya saing sekolah. Kebaruan penelitian terletak pada penyajian kerangka manajemen inovasi yang mengintegrasikan kurikulum dan pembelajaran, kompetensi sumber daya manusia, serta daya saing dalam konteks madrasah aliyah swasta berbasis Islam. Penelitian juga menggunakan perspektif multi-informan, termasuk orang tua peserta didik, sehingga memberikan gambaran mengenai bagaimana inovasi dan kualitas layanan sekolah dipersepsikan oleh penerima manfaat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis manajemen inovasi sekolah dalam meningkatkan kualitas kurikulum dan pembelajaran, mengidentifikasi strategi peningkatan kompetensi guru dan staf, serta menganalisis kontribusi manajemen inovasi terhadap peningkatan daya saing MA Raushan Fikri Islamic School di era kompetisi pendidikan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola RAFIS dan lembaga pendidikan dengan karakteristik serupa dalam merancang manajemen inovasi yang terintegrasi, berkelanjutan, dan berorientasi pada penguatan branding sekolah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus (*case study*) (Sugiyono, 2024). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam proses manajemen inovasi sekolah dalam membangun branding di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS). Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis proses pengelolaan inovasi, sedangkan desain studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi fenomena manajemen inovasi secara mendalam dan kontekstual pada satuan pendidikan yang menjadi lokasi penelitian.

Penelitian dilaksanakan di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS), Binjai, dengan fokus pada tiga aspek utama, yaitu manajemen inovasi kurikulum dan pembelajaran, strategi

peningkatan kompetensi guru dan staf, serta manajemen inovasi dalam meningkatkan daya saing dan branding sekolah. Ketiga aspek tersebut digunakan sebagai fokus analisis untuk memahami keterkaitan antara inovasi sekolah, penguatan citra sekolah, dan peningkatan daya saing di tengah kompetisi pendidikan.

Informan penelitian terdiri atas lima kelompok, yaitu kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang kurikulum, wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, guru, dan orang tua peserta didik. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif pasif, dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check. Berikut langkah-langkah dalam penelitian ini:




Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil*

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi yang dilakukan di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS), diperoleh temuan mengenai manajemen inovasi sekolah dalam membangun branding sekolah pada tiga aspek utama, yaitu inovasi kurikulum dan pembelajaran, peningkatan kompetensi guru dan staf, serta peningkatan daya saing sekolah. Data penelitian diperoleh dari lima kelompok informan, yaitu kepala sekolah, wakil kepala bidang kurikulum, wakil kepala bidang kesiswaan, guru, dan orang tua peserta didik. Penggunaan berbagai sumber tersebut memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai proses inovasi dan pembentukan branding RAFIS.

**1. Manajemen Inovasi Kurikulum dan Pembelajaran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS), ditemukan bahwa manajemen inovasi kurikulum dan pembelajaran dilaksanakan melalui proses yang terencana, sistematis, dan melibatkan berbagai unsur sekolah. Inovasi yang dikembangkan tidak hanya berfokus pada perubahan struktur kurikulum, tetapi juga mencakup pengembangan program unggulan, penerapan metode pembelajaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta penguatan karakter dan nilai-nilai keislaman sebagai identitas sekolah.

Proses manajemen inovasi tersebut mencakup tahapan perencanaan, pelaksanaan, monitoring, evaluasi, hingga dokumentasi program. Setiap tahapan dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan peserta didik, perkembangan dunia pendidikan, serta visi dan misi sekolah. Temuan penelitian mengenai manajemen inovasi kurikulum dan pembelajaran di RAFIS dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Manajemen Inovasi Kurikulum dan Pembelajaran di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS)

| No | Aspek Inovasi | Temuan Penelitian |
|---|---|---|
| **1** | Perencanaan Inovasi Kurikulum | Inovasi kurikulum dirancang melalui rapat kerja sekolah secara partisipatif dengan melibatkan yayasan, kepala sekolah, guru, staf, dan komite sekolah. |
| **2** | Pengembangan Kurikulum dan Program Unggulan | RAFIS mengintegrasikan kurikulum nasional dengan kurikulum khas keislaman melalui program tahfiz, pembiasaan ibadah, pendidikan karakter, penguatan bahasa, dan teknologi pembelajaran. |
| **3** | Pelaksanaan Pembelajaran Inovatif | Guru menerapkan pembelajaran aktif melalui diskusi, pembelajaran berbasis proyek, pemecahan masalah, serta penggunaan media digital dalam proses pembelajaran. |
| **4** | Monitoring dan Evaluasi | Sekolah melakukan supervisi akademik, monitoring kelas, dan evaluasi berkala sebagai dasar perbaikan program pembelajaran. |
| **5** | Dokumentasi dan Penguatan Branding Sekolah | Inovasi pembelajaran didokumentasikan melalui perangkat pembelajaran, modul, laporan supervisi, dan hasil evaluasi sebagai bagian dari penguatan citra sekolah. |

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa manajemen inovasi kurikulum dan pembelajaran di RAFIS dilaksanakan melalui rangkaian proses yang sistematis mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Perencanaan inovasi dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan berbagai pihak sekolah sehingga program yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan peserta didik dan arah pengembangan sekolah.

Salah satu bentuk inovasi yang menjadi karakteristik RAFIS adalah integrasi antara kurikulum nasional dengan kurikulum khas keislaman. Integrasi tersebut diwujudkan melalui program tahfiz, pembiasaan ibadah, pendidikan karakter, penguatan bahasa, serta pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi kurikulum tidak hanya diarahkan pada peningkatan akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter dan identitas sekolah.

Selain pengembangan kurikulum, inovasi juga terlihat pada proses pembelajaran yang diterapkan oleh guru. Penggunaan metode pembelajaran aktif dan media digital menjadikan pembelajaran lebih kontekstual serta menarik bagi peserta didik. Selanjutnya, kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan keberlanjutan program serta menjadi dasar dalam melakukan perbaikan.

Dengan demikian, inovasi kurikulum dan pembelajaran di RAFIS menjadi salah satu strategi dalam membangun branding sekolah melalui penciptaan identitas pendidikan yang memiliki ciri khas, yaitu perpaduan antara keunggulan akademik, nilai keislaman, dan pemanfaatan teknologi pembelajaran.

**2. Strategi Peningkatan Kompetensi Guru dan Staf**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi guru dan staf di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS) dilakukan melalui berbagai program pengembangan profesional yang terencana dan berkelanjutan. Strategi tersebut mencakup kegiatan pelatihan,

supervisi, pengembangan mandiri, serta evaluasi untuk mendukung peningkatan kualitas pembelajaran. Ringkasan temuan penelitian terkait strategi peningkatan kompetensi guru dan staf dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 2. Strategi Peningkatan Kompetensi Guru dan Staf di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS)

| No | Aspek Pengembangan Kompetensi | Temuan Penelitian |
|---|---|---|
| **1** | Program Pengembangan Profesional | Sekolah menyusun program peningkatan kompetensi guru dan staf secara tahunan melalui workshop, pelatihan kurikulum, seminar, MGMP, pelatihan teknologi pembelajaran, dan pembinaan internal. |
| **2** | Implementasi dan Evaluasi Kompetensi Guru | Peningkatan kompetensi diperkuat melalui supervisi akademik, observasi kelas, evaluasi perangkat pembelajaran, dan diskusi reflektif untuk memastikan penerapan hasil pelatihan. |
| **3** | Inisiatif Pengembangan Mandiri Guru | Guru secara aktif mengembangkan kompetensi melalui membaca referensi, mengikuti seminar, MGMP, mempelajari teknologi pembelajaran, dan berbagi pengalaman dengan rekan sejawat. |
| **4** | Dampak Peningkatan Kompetensi | Kompetensi guru yang meningkat berdampak pada kualitas pembelajaran yang lebih menarik, peningkatan pengalaman belajar peserta didik, serta terbentuknya citra positif sekolah. |
| **5** | Kendala dan Upaya Penyelesaian | Kendala meliputi keterbatasan waktu, perbedaan kemampuan peserta didik, dan kesenjangan penguasaan teknologi. Solusi dilakukan melalui pelatihan, kolaborasi guru, optimalisasi fasilitas, dan penyesuaian metode pembelajaran. |

Berdasarkan Tabel 2, peningkatan kompetensi guru dan staf di RAFIS dilakukan melalui strategi pengembangan profesional yang terencana dan berkelanjutan. Sekolah tidak hanya memberikan pelatihan formal, tetapi juga membangun budaya belajar bagi guru melalui kegiatan refleksi, kolaborasi, dan pengembangan kompetensi secara mandiri.

Program seperti workshop, pelatihan kurikulum, MGMP, serta pelatihan teknologi pembelajaran menjadi bentuk upaya sekolah dalam menyesuaikan kemampuan guru dengan tuntutan perkembangan pendidikan. Selain itu, supervisi akademik dan observasi kelas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengembangan kompetensi diterapkan dalam proses pembelajaran.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi guru memberikan kontribusi terhadap kualitas pembelajaran dan penguatan branding sekolah. Guru yang memiliki kemampuan profesional mampu menciptakan pembelajaran yang lebih inovatif sehingga meningkatkan kepuasan peserta didik dan orang tua. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa hambatan seperti keterbatasan waktu dan perbedaan kemampuan teknologi. Hambatan tersebut diatasi melalui kegiatan pendampingan, kerja sama antar guru, serta pemanfaatan fasilitas yang tersedia di sekolah.

Dengan demikian, strategi peningkatan kompetensi guru dan staf menjadi salah satu

komponen penting dalam manajemen inovasi sekolah karena kualitas sumber daya manusia berperan langsung dalam menciptakan mutu layanan pendidikan dan memperkuat daya saing RAFIS.

**3. Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing dan Branding Sekolah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing RAFIS dibangun melalui sejumlah keunggulan yang menjadi identitas sekolah. Keunggulan tersebut meliputi perpaduan pendidikan Islam, pembinaan karakter, program tahfiz, pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran, kualitas tenaga pendidik, fasilitas sekolah, serta pelayanan kepada peserta didik dan orang tua.

Program dan prestasi peserta didik juga digunakan sebagai bagian dari strategi branding. Prestasi peserta didik dipublikasikan melalui media sosial, website sekolah, brosur, serta berbagai kegiatan promosi. Publikasi tersebut tidak hanya bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga menjadi bukti nyata atas kualitas dan keunggulan yang dimiliki sekolah.

Strategi komunikasi dan promosi RAFIS dilakukan dengan memanfaatkan berbagai saluran, baik digital maupun konvensional. Media yang digunakan antara lain Instagram, Facebook, WhatsApp, website sekolah, brosur, kegiatan open house, publikasi prestasi peserta didik, serta kerja sama dengan masyarakat. Penggunaan berbagai media tersebut menunjukkan adanya upaya sekolah untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap RAFIS.

Efektivitas branding sekolah dievaluasi melalui sejumlah indikator, seperti jumlah pendaftar baru, tingkat kepuasan orang tua, masukan masyarakat, jumlah pengikut media sosial, dan hasil evaluasi pelayanan sekolah. Indikator tersebut digunakan sebagai bahan untuk melihat sejauh mana strategi komunikasi dan pelayanan sekolah mampu membangun kepercayaan masyarakat.

Dari perspektif orang tua, citra RAFIS terbentuk melalui keseimbangan antara pendidikan agama dan akademik, lingkungan sekolah yang baik, kualitas guru, serta reputasi sekolah di masyarakat. Informasi mengenai RAFIS diperoleh orang tua melalui media sosial, rekomendasi keluarga atau teman, dan kegiatan sekolah yang dipublikasikan kepada masyarakat. Kesediaan orang tua untuk merekomendasikan RAFIS kepada pihak lain menunjukkan adanya kepercayaan dan loyalitas terhadap sekolah.

Namun, RAFIS juga menghadapi tantangan berupa persaingan antar sekolah, perkembangan teknologi, serta meningkatnya harapan masyarakat terhadap mutu pendidikan. Oleh karena itu, sekolah dituntut untuk terus melakukan inovasi, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, memperkuat branding, meningkatkan kualitas pelayanan, dan membangun kerja sama dengan berbagai pihak.

**4. Keterkaitan Inovasi, Kompetensi SDM, dan Branding**

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan adanya keterkaitan antara inovasi kurikulum, peningkatan kompetensi guru dan staf, serta daya saing sekolah. Inovasi kurikulum menghasilkan pengalaman belajar yang menjadi bagian dari identitas sekolah. Guru dan staf yang kompeten menjadi pelaksana utama inovasi tersebut. Selanjutnya, keberhasilan program dan kualitas layanan dikomunikasikan kepada masyarakat melalui strategi branding.

Dengan demikian, branding RAFIS tidak hanya dibangun melalui aktivitas promosi, tetapi terutama melalui kualitas program dan pengalaman nyata yang diterima peserta didik dan orang tua. Inovasi yang dikelola secara konsisten menjadi dasar terbentuknya persepsi positif masyarakat terhadap RAFIS dan pada akhirnya mendukung peningkatan daya saing sekolah.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa manajemen inovasi di RAFIS telah bergerak menuju pola yang terintegrasi, meskipun masih terdapat kebutuhan untuk memperkuat dokumentasi, pengukuran keberhasilan inovasi, dan pengembangan strategi branding secara berkelanjutan.

**Pembahasan**

**1. Manajemen Inovasi Kurikulum dan Pembelajaran dalam Membangun Branding Sekolah**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa inovasi kurikulum di RAFIS dilakukan melalui perencanaan partisipatif dengan melibatkan berbagai unsur sekolah. Proses tersebut sejalan dengan konsep manajemen pendidikan yang menempatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan sebagai satu kesatuan dalam pengelolaan lembaga pendidikan (Mulyasa, 2022). Keterlibatan kepala sekolah, yayasan, wakil kepala sekolah, guru, staf, dan komite menunjukkan bahwa inovasi dipandang sebagai tanggung jawab bersama, bukan hanya tanggung jawab pimpinan.

Temuan tersebut juga sejalan dengan Rusman (2017) yang menekankan bahwa inovasi pendidikan akan lebih mudah diterima ketika guru dilibatkan dalam proses perencanaan. Keterlibatan guru memungkinkan inovasi disesuaikan dengan kondisi nyata pembelajaran dan kebutuhan peserta didik. Dalam konteks RAFIS, partisipasi tersebut terlihat dari adanya masukan guru dalam penyusunan program dan koordinasi kebutuhan masing-masing bidang.

Integrasi kurikulum nasional dengan kurikulum keislaman merupakan bentuk diferensiasi yang memiliki nilai strategis bagi branding RAFIS. Program tahfiz, pembiasaan ibadah, pendidikan karakter, dan penguatan bahasa tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan pendidikan, tetapi juga menjadi identitas yang membedakan RAFIS dari lembaga pendidikan lainnya. Temuan ini mendukung Julaeha et al. (2021) yang menjelaskan bahwa inovasi kurikulum membutuhkan pengelolaan yang terencana dan sistematis agar dapat menghasilkan perubahan yang berkelanjutan.

Penggunaan pembelajaran berbasis proyek, diskusi, pemecahan masalah, dan media digital menunjukkan bahwa inovasi RAFIS tidak berhenti pada perubahan struktur kurikulum, tetapi diterjemahkan ke dalam praktik pembelajaran. Hal tersebut sejalan dengan karakteristik inovasi yang dikemukakan Muqoffi et al. (2022), khususnya aspek keuntungan relatif dan kesesuaian inovasi dengan kebutuhan pengguna.

Dalam perspektif branding, kualitas pengalaman belajar memiliki posisi yang sangat penting. Tjiptono (2017) menekankan bahwa brand yang kuat tidak semata-mata dibangun melalui kegiatan promosi, tetapi melalui pengalaman nyata yang dirasakan pengguna. Dengan demikian, inovasi pembelajaran di RAFIS dapat dipandang sebagai bagian dari strategi branding internal karena peserta didik mengalami secara langsung nilai yang ditawarkan sekolah.

Temuan mengenai supervisi, monitoring kelas, dan evaluasi berkala juga menunjukkan bahwa inovasi di RAFIS telah diarahkan pada keberlanjutan. Evaluasi menjadi penting karena inovasi tidak cukup hanya dilaksanakan, tetapi harus dinilai efektivitasnya dan diperbaiki berdasarkan hasil yang diperoleh. Hal ini sejalan dengan Danim (2016) yang menempatkan evaluasi sebagai bagian penting dalam siklus inovasi pendidikan.

**2. Strategi Peningkatan Kompetensi Guru dan Staf dalam Membangun Branding Sekolah**

Peningkatan kompetensi guru dan staf merupakan faktor penting dalam keberhasilan manajemen inovasi di RAFIS. Program workshop, pelatihan, seminar, MGMP, dan pembinaan internal menunjukkan bahwa sekolah telah berupaya membangun pengembangan profesional

secara terencana. Kondisi tersebut sejalan dengan Siahaan et al. (2020) yang menemukan bahwa pembinaan profesional guru melalui pelatihan, observasi, dan bimbingan kepala sekolah dapat meningkatkan kualitas proses pembelajaran.

Hal penting dari temuan penelitian ini adalah adanya mekanisme tindak lanjut setelah pelatihan. Supervisi akademik, observasi kelas, evaluasi perangkat pembelajaran, dan diskusi reflektif digunakan untuk memastikan bahwa kompetensi yang diperoleh guru benar-benar diterapkan. Dengan demikian, pelatihan tidak berhenti sebagai kegiatan administratif, tetapi dihubungkan dengan praktik pembelajaran.

Temuan tersebut sejalan dengan Manalu et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan dan supervisi akademik merupakan bagian penting dari strategi kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan. Dalam konteks RAFIS, pengembangan kompetensi guru tidak hanya berdampak pada peningkatan kemampuan mengajar, tetapi juga berkontribusi terhadap pengalaman belajar peserta didik dan persepsi masyarakat terhadap sekolah.

Hubungan antara kompetensi guru dan branding dapat dijelaskan melalui konsep brand image. Foroudi et al. (2019) menjelaskan bahwa citra lembaga pendidikan dibentuk oleh berbagai pengalaman dan interaksi yang dirasakan oleh pengguna layanan. Guru merupakan pihak yang berinteraksi langsung dengan peserta didik sehingga kualitas guru menjadi salah satu elemen penting dalam pembentukan citra sekolah.

Dengan demikian, peningkatan kompetensi guru dapat dipandang sebagai strategi branding yang bersifat tidak langsung tetapi fundamental. Sekolah tidak hanya mengatakan bahwa dirinya memiliki guru berkualitas, tetapi menunjukkan kualitas tersebut melalui proses pembelajaran yang dirasakan peserta didik dan orang tua.

Kendala berupa keterbatasan waktu dan kesenjangan penguasaan teknologi menunjukkan bahwa inovasi pendidikan masih menghadapi hambatan pada tingkat implementasi. Namun, upaya guru untuk saling berbagi pengalaman, mengikuti pelatihan, dan menyesuaikan metode dengan kebutuhan peserta didik menunjukkan adanya budaya kolaboratif. Kondisi tersebut sejalan dengan Rusman (2017) yang menekankan pentingnya keterlibatan dan kolaborasi warga sekolah dalam keberhasilan inovasi.

**3. Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah**

Daya saing RAFIS dibangun melalui kombinasi antara pendidikan Islam, pembentukan karakter, tahfiz, teknologi, kualitas guru, fasilitas, dan pelayanan. Kombinasi tersebut menjadi sumber diferensiasi sekolah. Mulyasa (2022) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dalam pendidikan berkaitan dengan kemampuan sekolah memberikan nilai yang lebih kepada peserta didik dan orang tua dibandingkan lembaga lain.

Keunggulan RAFIS menunjukkan bahwa diferensiasi tidak hanya dibangun melalui satu program, tetapi melalui kombinasi berbagai karakteristik yang membentuk identitas sekolah. Integrasi pendidikan akademik dan keislaman menjadi positioning yang relevan dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan pendidikan umum sekaligus pembentukan nilai keagamaan.

Publikasi prestasi peserta didik juga menjadi bagian penting dalam strategi branding. Prestasi memberikan bukti konkret mengenai kualitas sekolah sehingga pesan branding tidak hanya berupa klaim. Hal ini sejalan dengan Budiarti et al. (2023) yang menekankan bahwa branding sekolah terbentuk melalui pengalaman dan bukti nyata yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Strategi komunikasi RAFIS yang memadukan media sosial, website, brosur, open house, publikasi prestasi, dan hubungan dengan masyarakat menunjukkan adanya pendekatan

komunikasi yang multisaluran. Temuan tersebut sejalan dengan Manalu et al. (2025) yang menunjukkan bahwa strategi humas yang terstruktur dan digitalisasi informasi dapat meningkatkan citra sekolah serta memudahkan masyarakat memperoleh informasi pendidikan.

Penggunaan media digital menjadi semakin penting karena calon peserta didik dan orang tua memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi mengenai sekolah. Oleh karena itu, branding sekolah pada era kompetisi pendidikan tidak dapat hanya mengandalkan promosi konvensional. Sekolah perlu memastikan bahwa identitas dan keunggulannya dikomunikasikan secara konsisten melalui berbagai saluran.

Kepercayaan dan kesediaan orang tua untuk merekomendasikan RAFIS menunjukkan bahwa branding telah berkembang dari sekadar awareness menuju terbentuknya kepercayaan dan loyalitas. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian Mahbub et al. (2023) yang menunjukkan bahwa citra sekolah berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan.

Selain itu, Wijaya (2022) menjelaskan bahwa brand image positif merupakan hasil akumulasi konsistensi layanan. Dalam konteks RAFIS, kepercayaan orang tua tidak hanya berasal dari promosi, tetapi dari kombinasi kualitas akademik, pendidikan agama, lingkungan sekolah, kompetensi guru, dan pelayanan. Artinya, branding yang berkelanjutan harus didukung oleh kualitas layanan yang konsisten.

**4. Keterkaitan Manajemen Inovasi dengan Branding Sekolah**

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa manajemen inovasi dan branding merupakan dua proses yang saling berhubungan. Inovasi menyediakan substansi yang dapat ditawarkan sekolah, sedangkan branding mengkomunikasikan substansi tersebut kepada masyarakat.

Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui tiga tahapan. Pertama, inovasi kurikulum menghasilkan program dan pengalaman belajar yang menjadi keunggulan sekolah. Kedua, kompetensi guru dan staf memastikan inovasi dapat dilaksanakan secara berkualitas. Ketiga, keberhasilan program dan kualitas layanan dikomunikasikan melalui strategi branding sehingga membentuk persepsi positif masyarakat.

Dengan demikian, branding RAFIS tidak hanya bersifat eksternal melalui promosi, tetapi juga bersifat internal melalui peningkatan kualitas layanan pendidikan. Hal ini penting karena promosi yang tidak didukung kualitas nyata berpotensi menghasilkan persepsi yang tidak bertahan lama.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa daya saing sekolah tidak hanya ditentukan oleh jumlah fasilitas atau intensitas promosi, tetapi oleh kemampuan sekolah mengintegrasikan berbagai sumber daya menjadi keunggulan yang memiliki nilai bagi peserta didik dan orang tua.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen inovasi di MA Raushan Fikri Islamic School (RAFIS) dilakukan melalui integrasi kurikulum nasional dengan program keislaman, tahfiz, pendidikan karakter, penguatan bahasa, dan pemanfaatan teknologi yang didukung oleh perencanaan, monitoring, dan evaluasi secara berkala. Peningkatan kompetensi guru dan staf melalui workshop, pelatihan, MGMP, supervisi akademik, dan pengembangan profesional turut memperkuat penerapan pembelajaran inovatif. Inovasi kurikulum, kompetensi pendidik, serta strategi branding yang dikomunikasikan melalui media digital, kegiatan sekolah, dan publikasi prestasi saling berkaitan dalam membangun citra positif dan

meningkatkan daya saing RAFIS. Sekolah disarankan untuk mengembangkan inovasi kurikulum dan kompetensi guru secara berkelanjutan sesuai perkembangan teknologi dan kebutuhan peserta didik, sekaligus memperkuat strategi branding digital melalui konten yang konsisten, informatif, dan berbasis bukti nyata. Evaluasi program juga perlu dilakukan secara terukur dengan mempertimbangkan kepuasan peserta didik dan orang tua, jumlah pendaftar, keterlibatan masyarakat, serta efektivitas media promosi. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed method untuk mengukur secara lebih objektif hubungan manajemen inovasi dengan branding, kepuasan orang tua, dan daya saing sekolah.

**REFERENSI**

Alma, B. (2000). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta

Azizah, I. S., Mukhlisah, A. M., & Sholihah, N. (2022). Strategi Kepala Madrasah melalui Branding Sekolah dengan Program Riset di Madrasah Aliyah Negeri Sidoarjo. *Jurnal Kependidikan Islam*, *12*(1), 91–99.

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.

Christensen, C. M. (2015). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.

Danim, S. (2016). *Inovasi pendidikan: dalam upaya peningkatan profesionalisme tenaga kependidikan*.

Darma, H., Julkifli, J., Ismail, I., & Ramadani, F. (2022). Upaya Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran E-Learning Dengan Menggunakan Strategi Belajar Kooperatif Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas VII di SMP An-Nadwa Islamic Center Binjai. *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan*, *11*(2), 34–37.

Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.

DiMartino, C., & Jessen, S. B. (2016). School brand management: The policies, practices, and perceptions of branding and marketing in New York City's public high schools. *Urban Education*, *51*(5), 447–475.

Foroudi, P., Yu, Q., Gupta, S., & Foroudi, M. M. (2019). Enhancing university brand image and reputation through customer value co-creation behaviour. *Technological Forecasting and Social Change*, *138*, 218–227.

Hamidah, D., Purba, S., & Rangkuti, I. (2023). Strategi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan antusiasme calon peserta didik baru di Sekolah MTSS Nurul Ilmi Desa Pantai Gemi Kecamatan Stabat. *Serunai: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *9*(1), 77–87.

Hamidah, D., Sanjani, M. A., Asmawati, A., & Rahman, M. (2024). Peran Manajemen Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah SMA Swasta Karya Bakti Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat. *Serunai: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *10*(2).

Hemsley-Brown, J., Melewar, T. C., Nguyen, B., & Wilson, E. J. (2016). Exploring brand identity, meaning, image, and reputation (BIMIR) in higher education: A special section. In *Journal of Business Research* (Vol. 69, Issue 8, pp. 3019–3022). Elsevier.

Julaeha, S., Muslimin, E., Hadiana, E., & Zaqiah, Q. Y. (2021). Manajemen inovasi kurikulum: Karakteristik dan prosedur pengembangan beberapa inovasi kurikulum. *Muntazam*, *2*(01).

Mahbub, M. A., Jayawinangun, R., & Amaliasari, D. (2023). Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah di SDIT Zaid bin Tsabit. *Jurnal Riset Public Relations*, 85–94.

Manalu, E. R., Sanjani, M. A., & Darma, H. (2025). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sma Swasta Esa Prakarsa Selesai Tahun Pelajaran 2024-2025. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *10*(04), 255–270.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Mulyasa, H. E. (2022). *Manajemen dan kepemimpinan kepala sekolah*. Bumi aksara.

Muqoffi, M., Supriyatno, T., & Marno, M. (2022). Karakteristik dan strategi inovasi pendidikan. *Kabilah: Journal of Social Community*, *7*(1), 227–234.

Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Rusman, M. P. (2017). *Belajar & pembelajaran: Berorientasi standar proses pendidikan*. Prenada Media.

Sagala, S. (2013). *Manajemen strategik dalam peningkatan mutu pendidikan: pembuka ruang krativitas, inovasi dan pemberdayaan potensi sekolah dalam sistem otonomi sekolah*.

Sari, M. P., & Sirozi, M. (2024). Inovasi dalam Perencanaan Pengembangan Madrasah di Era Digital. *Jurnal Inovasi, Evaluasi Dan Pengembangan Pembelajaran (JIEPP)*, *4*(3), 451–457.

Sari, N. (2022). *Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Melakukan Inovasi Pendidikan di Sekolah Islam Terpadu Nurul Ilmi Jambi*. Magister manajemen pendidikan.

Siahaan, I. J., Dharma, H., & Ginting, S. U. B. (2020). Meningkatkan Kemampuan Guru Dalam Mengefektifkan Pembelajaraan Melalui Program Pembinaan Professional Guru Oleh Kepala Sekolah di SMATaman Siswa Binjai. *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan*, *9*(2), 74–80.

Suharsaputra, U. (2010). *Administrasi pendidikan.* Bandung: Refika Aditama, 226–227.

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran strategik: mengupas pemasaran strategik, branding strategy, customer satisfaction, strategi kompetitif, hingga e-marketing*. Penerbit Andi.

Usman, H. (2013). *Manajemen: teori, praktik, dan riset pendidikan*. Bumi Aksara.

Wijaya, D. (2022). *Pemasaran jasa pendidikan*. Bumi Aksara.

**Copyright holder:**
© Author

**First publication right:**
Jurnal Manajemen Pendidikan

**This article is licensed under:**
**CC-BY-SA**