

BRANDING MANAGEMENT: MEMBENTUK TALENTA UNGGUL MELALUI KESISWAAN MADRASAH IBTIDAIYAH

Nabil Achmad Aufani¹, Nurjamilatul Muhairira², Ariny Tamamul Minnah³, Diskan
Firzan Nadia Fatiq⁴, Samsul Susilawati⁵

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

e-mail: 1ahmadibilkhan63@gmail.com , 2nurjamilatulmuhairirah@gmail.com,

3arinytamamulminnah@gmail.com , 4diskanadia4@gmail.com ,

5susilawati@pips.uin-malang.ac.id

Abstrak

Branding is a strategic instrument in building the reputation and quality of the institution. MI Islamiyah Malang, as an Islamic educational institution, has great potential in strengthening branding. This study uses a qualitative approach with observation, interview, and documentation data collection techniques, and uses the data analysis of the Miles and Huberman model including data reduction, data presentation, conclusion/verification, data wetness using triangulation of sources and methods. The results of the study show that branding is developed through student management and the formation of superior talents through 21st century skills-based extracurricular activities. Critical thinking honed through the Olympics; collaboration through futsal and banjari; communication through English clubs, tahfidz, and storytelling; creativity through MTQ and coloring; culture through dance and Pagar Nusa; and connectivity through coding and robotics. Extracurricular management refers to the 6M management concept: man, method, money, material, machine, and market. MI Islamiyah presents expert teachers, provides allowances, provides adequate facilities, conducts routine evaluations, and carries the slogan "The Champion" as a leading brand. This strategy is considered successful in improving student achievement to the national level and has a positive impact on increasing the number of applicants every year.

Keyword: Keywords: *Branding Management, Students, Superior Talent*

Abstrak

Branding merupakan instrumen strategis dalam membangun reputasi dan mutu lembaga. MI Islamiyah Malang, sebagai lembaga pendidikan Islam, memiliki potensi besar dalam penguatan branding. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta menggunakan analisis data model Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi, kebasahan datamenggunakan triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa branding dikembangkan melalui manajemen kesiswaan dan pembentukan talenta unggul

melalui kegiatan ekstrakurikuler berbasis keterampilan abad ke-21. *Critical thinking* diasah melalui olimpiade; *collaboration* melalui futsal dan banjari; *communication* melalui English club, tahfidz, dan mendongeng; *creativity* melalui MTQ dan mewarnai; *culture* melalui tari dan Pagar Nusa; serta *connectivity* melalui coding dan robotic. Pengelolaan ekstrakurikuler mengacu pada konsep manajemen 6M: man, method, money, material, machine, dan market. MI Islamiyah menghadirkan guru ahli, memberikan tunjangan, menyediakan fasilitas memadai, melakukan evaluasi rutin, serta mengusung slogan "Sang Juara" sebagai brand unggulan. Strategi ini dinilai berhasil meningkatkan prestasi siswa hingga tingkat nasional dan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah pendaftar setiap tahunnya.

Kata Kunci: *Branding Management, Kesiswaan, Talenta Unggul*

Accepted: March, 23 2025	Reviewed: April, 07 2025	Published: April, 20 2025
-----------------------------	-----------------------------	------------------------------

A. Pendahuluan

Pendidikan merupakan usaha sadar yang dilakukan oleh manusia untuk dapat mengembangkan segala potensi yang ada dalam dirinya secara optimal (*Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Bab VI Pasal 15, n.d.*), melalui pendidikan manusia dapat benar-benar memanfaatkan segala anugrah yang diberikan oleh Allah SWT untuk dapat menjadi *khairul khalifah fil ardh*. Terlebih belakangan ini masyarakat mulai kembali sadar akan kebutuhan pendidikan dan berbondong-bondong mencari tempat pendidikan yang benar-benar bagus, kredibel dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Seperti halnya (Salim, 2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa masyarakat berbondong-bondong melakukan urbanisasi ke daerah lain, hal itu mereka lakukan dalam maksud untuk mendapatkan taraf hidup dan pendidikan yang lebih baik. Melalui hal tersebut dapat dipahami bahwa mendapatkan pendidikan yang bagus merupakan hal yang penting bagi masyarakat.

Adapun untuk menarik perhatian masyarakat tersebut, maka sebuah lembaga pendidikan harus memiliki layanan dan strategi pemasaran yang dapat menarik konsumen atau dalam hal ini bisa juga disebut sebagai *Branding Management*. Terkait dengan hal tersebut, (Fiat Maulana, 2022) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa adanya layanan dan strategi yang tepat dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melanjutkan studi pada lembaga yang bersangkutan. Selain itu lebih jelas lagi (Hasanah et al., 2023) juga menyatakan bahwa adanya layanan dan strategi terbukti memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap peningkatan minat konsumen untuk masuk pada suatu lembaga.

Perlu dipahami bahwa sebuah layanan dan strategi yang bagus harus mampu memberikan hal-hal yang menjadi kebutuhan dari masyarakat yang telah disebutkan sebelumnya (Harisatunisa & Muslimah, 2024). Dalam hal ini Wardani et al., (2023) mengatakan bahwa kebutuhan dibagi menjadi tiga hal yaitu rasa aman, kebutuhan sosial, harga diri dan aktualisasi diri, adapun semua kebutuhan tersebut harus memandang prinsip-prinsip keberlanjutan. Dengan demikian maka *branding management* berupa strategi dan layanan pada suatu lembaga harus mampu benar-benar memoles serta menyajikan kebutuhan tersebut dengan baik, adapun dalam hal ini kesiswaan memiliki peranan erat dalam memenuhi kebutuhan tersebut (Rizky, 2024).

Berkaitan dengan hal-hal diatas kami menemukan keunikan dalam layanan dan strategi sebagai bagian dari *branding management* di MI Islamiyah Malang, adapun dalam hal ini MI Islamiyah berupaya memaksimalkan kedua hal tersebut melalui kegiatan ekstrakurikuler. Dari hasil observasi dan wawancara dengan beberapa pihak seperti kepala madrasah, wakil kepala madrasah, guru kelas dan guru ekstrakurikuler diketahui bahwa manajemen yang dilakukan disana berusaha untuk memenuhi upaya keterampilan abad 21, selain daripada itu mereka juga berupaya mengembangkan karakter yang baik pada peserta didik.

Berbagai penelitian telah dilakukan seperti penelitian dari (Atin et al., 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi branding yang telah dilakukan oleh Kepala Madrasah adalah menerapkan Marketing Mix 7P Produk. Penelitian Aniqoh, (2024) menunjukkan bahwa Strategi yang diterapkan oleh MAN 3 Madiun dalam membentuk citra brand lembaga meliputi penerapan analisis SWOT, penguatan nilai-nilai spiritual, serta menunjukkan kepercayaan diri dan keberanian institusi dalam melakukan inovasi dan perubahan. Selain itu, strategi ini juga mencakup sinergi dan kolaborasi antara pihak madrasah, orang tua, dan peserta didik, penekanan pada pengembangan program-program unggulan, pelaksanaan evaluasi secara berkala, serta kegiatan promosi untuk memperkenalkan keunggulan lembaga kepada masyarakat.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dalam kajian branding management di lembaga pendidikan dasar Islam, khususnya pada jenjang Madrasah Ibtidaiyah (MI). penelitian ini lebih menekankan pada peran kesiswaan sebagai ujung tombak dalam membangun citra lembaga melalui pengembangan talenta unggul peserta didik. penelitian ni juga menekankan pada pendekatan integrasi antara branding dan pengembangan keterampilan abad 21 dalam konteks kegiatan ekstrakurikuler, yang belum banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya pada tingkat MI. oleh karena itu, penelitian ini memperluas perspektif branding dalam dunia pendidikan dasar Islam dengan menempatkan kegiatan kesiswaan sebagai elemen strategis dalam

membentuk daya saing lembaga dan mendukung keberlanjutan kualitas pendidikan.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi branding yang diterapkan oleh MI Islamiyah Malang melalui pengelolaan manajemen kesiswaan sebagai upaya dalam membangun citra lembaga yang unggul dan diminati masyarakat. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengembangan layanan pendidikan melalui kegiatan ekstrakurikuler yang berorientasi pada keterampilan abad 21, seperti *critical thinking, collaboration, communication, creativity, culture, dan connectivity*. Selain itu, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi dampak dari penerapan branding dan strategi layanan terhadap peningkatan minat masyarakat dalam memilih MI Islamiyah Malang sebagai lembaga pendidikan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dalam memahami fenomena yang ada serta didasarkan pada pembaharuan-pembaharuan yang terjadi di lapangan tanpa memanipulasi objek penelitian (Sugiyono, 2019). Penentuan menentukan subyek menggunakan teknik purposive sampling yaitu menentukan subjek penelitian dengan memepertimbangkan kapabilitas yang berkaitan dengan hal-hal yang diteliti (Sugiyono, 2019). Subjek penelitian penelitian yaitu kepala madrasah, wakil bagian kesiswaan, guru kelas, dan guru ekstrakurikuler. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan, teknik analisis Miles dan Huberman meliputi kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014). Sedangkan kebasahan data menggunakan triangulasi sumber.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Branding Management

Brand merupakan media yang menghubungkan sesuatu yang dijual kepada konsumen, adapun yang dimaksud dalam hal ini adalah lembaga pendidikan (Septian & Leksono, 2023). Selain itu perlu dipahami bahwa brand tidak hanya terbatas pada logo atau tulisan, tetapi hal yang paling esensial adalah layanan yang diberikan pada konsumen dan strategi yang dilakukan oleh lembaga. manajemen sendiri dapat dimaknai sebagai usaha penegelolaan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan dari organisasi secara optimal (Sastrohadiwiryo & Syuhada, 2019). Dengan demikian dapat dipahami bahwa Manajemen Branding merupakan pengelolaan branding agar tepat dan sesuai dengan hal-hal yang dibutuhkan dan dicari oleh masyarakat. Adanya strategi dan

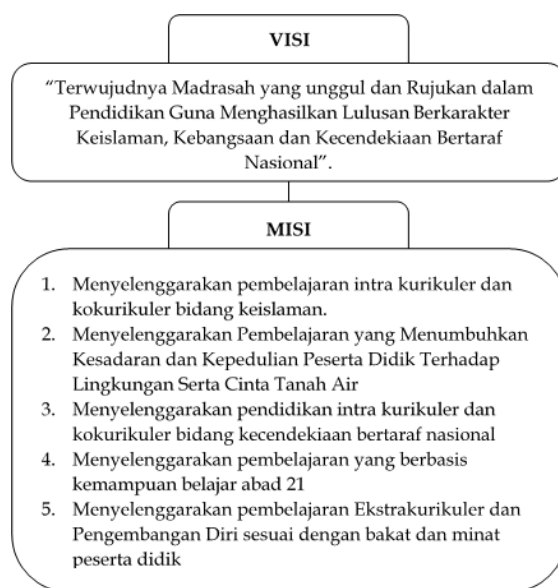
manajemen branding yang baik dapat memperkuat keyakinan seseorang terhadap identitas dari suatu hal (Budiarti, 2023).

Dari hal diatas yang selaras dengan (Septian & Leksono, 2023), dapat dipahami bahwa Brand Image disini merupakan persepsi yang muncul dari konsumen dan stakeholders lainnya tentang suatu brand yang dalam hal ini memperkuat struktur mental keyakinan mereka. Karenanya maka perlu adanya manajemen yang mengatur hal tersebut agar persepektif yang diterima oleh konsumen menjadi baik. Disisi lain dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa adanya manajemen yang bagus dinilai dapat meningkatkan mutu dan kualitas dari hasil pendidikan yang ada (Nur Efendi & Muh Ibnu Sholeh, 2023). Adapun hal ini sejalan dengan peneliti dan prinsip pendidikan yaitu bukan sekedar tentang banyaknya siswa tapi hasil yang terlihat dari proses pendidikan yang dilakukan.

Adapun dalam menentukan brand atau hal apa yang ditawarkan kepada masyarakat, pihak MI Islamiyah Malang dalam hal ini mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut:

a. Visi Misi Madrasah

Dalam menentukan langkah apa yang harus diambil tentu dalam hal ini MI Islamiyah Malang memperhatikan visi dan misi yang mereka miliki, hal tersebut diperlukan agar apa yang diputuskan dan dilakukan tidak sampai keluar dari jalur. Hal tersebut selaras dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Feyza Yudhistira et al., 2023) bahwa pengambilan keputusan yang didasarkan pada visi misi dapat mengantarkan sebuah lembaga atau organisasi pada arah, jalur dan tujuan yang jelas. Dengan demikian, tujuan dari pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya di MI Islamiyah Malang dapat tercapai.



Gambar 1 Visi Misi MI Islamiyah Malang

b. Kebutuhan Masyarakat

Kebutuhan masyarakat menjadi faktor yang cukup strategis bagi lembaga atau organisasi dalam menentukan branding dan management yang tepat. Adapun pada masa sekarang keterampilan abad 21 menjadi sangat penting untuk dimiliki, hal itu bertujuan agar peserta didik nantinya dapat menjawab tantangan abad 21 dengan menjalani kehidupan nyata dengan baik (Bustanul Arifin & Abdul Mu'id, 2024). Sebab itu maka disini MI Islamiyah Malang menjadikan keterampilan abad 21 sebagai dasar dalam menentukan brand mereka, sehingga hal-hal yang menjadi kebutuhan dari masyarakat dalam hal ini dapat terpenuhi. Tentu dalam hal ini rasa aman, kebutuhan sosial, harga diri dan aktualisasi diri yang disebutkan sebelumnya juga menjadi pertimbangan pasti (Wardani et al., 2023).

c. Keberlanjutan

Dalam hal ini fungsi keberlanjutan menjadi hal yang penting bagi suatu lembaga atau organisasi. Dalam menentukan sesuatu, lembaga yang berkepentingan harus memperhatikan hal ini agar dapat tetap eksis dikemudian hari. Peneliti menafsiri dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kusuma et al., 2022) dipahami bahwa faktor berkelanjutan dirasa penting untuk kemajuan dan self health dari suatu lembaga atau organisasi. Sebab itu MI Islamiyah dirasa tepat ketika MI Islamiyah juga menjadi hal ini menjadi salah satu faktor untuk mempertimbangkan keputusan.

Dari hasil observasi yang dilakukan, MI Islamiyah Malang menjadikan ketiga hal diatas sebagai pertimbangan serta alasan dalam memutuskan brand Sekolah Sang Juara yang diangkat dan ditawarkan ke masyarakat. Adapun dalam hal ini point

keterampilan menjadi kunci pasti yang tidak akan dapat tergantikan, selain menjadi kendaraan dalam upaya secara terus menerus bagi seseorang untuk mengaktualisasikan dirinya, keterampilan dan kompetensi yang dimiliki oleh seseorang dalam mengantarkan dirinya pada taraf kehidupan yang baik (Masturina, 2018). Terlebih dalam hal ini brand Sekolah Sang Juara telah sesuai dengan visi misi dari madrasah dan basis pembelajaran abad 21 yang megacu pada keterampilan.

2. Implementasi dan Peran Kesiswaan

Implementasi merupakan sebuah pelaksanaan terhadap sesuatu, dalam hal ini peneliti mengarahkan istilah tersebut sebagai Implementasi Kebijakan yaitu *to Provide The means for Carryingout* (menyediakan sarana untuk melaksanakan suatu hal), *and to Give Practical Effect* (menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu). Adapun (Yuliah, 2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa implementasi kebijakan merupakan sesuatu berupa kejadiannya yang dilakukan berdasarkan suatu pedoman dan struktur yang telah ditetapkan sebelumnya, dan yang menjadi point penting adalah semua hal tersebut harus dapat memberikan dampak positif bagi pelaku maupun orang lain.

Untuk dapat melakukan kegiatan implementasi kebijakan dengan baik, maka perlu adanya manajemen yang mengatur hal tersebut. Manajemen merupakan upaya mengelola suatu hal agar dapat berjalan dengan baik. Sebuah manajemen yang baik harus memuat beberapa hal yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan (Hasbi, 2021). Adapun dalam hal ini, praktik manajemen dalam sebuah pendidikan telah disebutkan dalam (Depdiknas, 2007). Dan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aulia, 2021) terbukti, bahwa adanya manajemen dalam mengatur jalannya suatu pendidikan dapat meningkatkan mutu dari suatu pendidikan. Oleh karenanya praktek manajemen beserta tahapan-tahapannya perlu benar-benar diperhatikan dan diterapkan dengan baik.

Berkaitan pada brand dari lembaga pendidikan yang ditawarkan kepada masyarakat, dengan mengacu pada kebutuhan-kebutuhan mereka dalam hal ini memerlukan sosok yang akan menjadi pelaksana dalam melakukan tahapan-tahapan manajemen diatas. Adapun (Rizky, 2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sosok yang memiliki peranan kuat dalam melaksanakan kegiatan manajemen tersebut adalah kesiswaan. Peneliti sendiri melihat perspektif tersebut didasarkan pada hal-hal yang perlu dijawab pada abad 21 ini yaitu berupa keterampilan hidup yang baik, meliputi *critical thinking, creativity, culture, collaboration, communication, and connectivity* (Anugerahwati, 2019).

Dan dalam persoalan diatas, memang kebanyakan fakta dilapangan berkaitan erat dengan peran kesiswaan. Hal itu juga dikuatkan dengan adanya pernyataan oleh (Redhana, 2019) bahwa memang persoalan tentang keterampilan, terlebih

khusus pada abad 21 ini memang berpusat pada peserta didik. Adapun dalam hal ini manajemen kesiswaan memiliki ruang lingkup yang cukup krusial, yaitu benar-benar terlibat aktif dalam kegiatan input, proses serta output dari suatu lembaga pendidikan (Putri et al., 2021). Sebab itu maka suatu lembaga pendidikan perlu melibatkan atau bahkan menjadikan keiswaan menjadi pelopor utama dalam melakukan manajemen tersebut, sehingga dengan demikian hasil yang diperoleh dapat menjadi lebih optimal.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan hasil bahwa MI Islamiyah Malang membangun branding sekaligus slogannya sebagai sekolah Sang Juara. Adapun dalam mewujudkan branding tersebut secara optimal, dalam hal ini yang ditekankan adalah manajemen atau tata kelola yang baik dari wakil kepala madrasah bagian kesiswaan. Hal tersebut sesuai dengan (Rizky, 2024) yang menyatakan bahwa kesiswaan memiliki peran yang cukup krusial dalam hal ini. Depdiknas menyatakan bahwa dalam melaksanakan kegiatan sekolah ada 4 tahapan yang harus diperhatikan mulai dalam merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan serta pada tahap mengendalikannya (Depdiknas, 2007). Sehingga dalam hal ini tahapan yang wajib diimplementasikan oleh kesiswaan yaitu dari tahap perencanaan sampai dengan mengendalikan atau mengevaluasinya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan ditemukan hasil bahwa dalam prakteknya MI Islamiyah Malang, khususnya wakil kepala madrasah bagian kesiswaan telah memenuhi keempat tahap tersebut. Namun mengacu pada branding dan slogan mereka sebagai Sang Juara, optimalisasi hal tersebut ditekankan pada pembinaan melalui kegiatan ekstrakurikuler. Dalam prakteknya, kegiatan ekstrakurikuler yang dilakukan di MI Islamiyah Malang telah mengacu pada hasil analisis sebelumnya terhadap 3 hal yang menjadi pertimbangan. Adapun memang adanya kegiatan ekstrakurikuler dianggap memberikan dampak yang signifikan dalam mengembangkan keterampilan dan kompetensi peserta didik (Madinah & Nursita, 2023). Dalam hal ini MI Islamiyah Malang, khususnya wakil kepala madrasah bagian kesiswaan dalam mengelola kegiatan tersebut mengacu pada prinsip dan tahapan manajemen. Yang pertama, dalam proses perencanaan ada beberapa hal yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. Mempersiapkan Beberapa Kegiatan-kegiatan Ekstrakurikuler yang sesuai dengan Bakat Peserta Didik

Untuk kegiatan ekstra kurikuler yang telah disiapkan diantaranya Pagar Nusa, Tari, English Club, Futsal, Mewarnai, MTQ, Coding dan Robotic, Banjari, Mendongeng, Olimpiade, Tahfidz. Adapun sejalan dengan hal tersebut (Arifin & Setiawati, 2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kegiatan-kegiatan tersebut terbukti dapat meningkatkan mutu pendidikan dan merangsang bakat dan

minat dari setiap peserta didik. Dalam hal ini, semua kegiatan tersebut telah memenuhi standart dari keterampilan abad 21 yang telah disebutkan sebelumnya. Seperti aspek *critical thinking* pada olimpiade, *collaboration* pada futsal dan banjari, *communication* pada English club, tahfidz dan mendongeng, *creativity* pada mtq dan mewarnai, *culture* pada kegiatan tari dan pagar nusa, serta *connectivity* pada coding dan robotic.

b. Memilih Pembimbing Kegiatan Ekstrakurikuler yang Mumpuni Dalam Bidangnyanya.

Tidak tanggung-tanggung, dalam hal ini MI Islamiyah Malang mendatangkan 2 sampai 3 pembimbing profesional dari luar untuk peserta didik. MI Islamiyah Malang melakukan seleksi yang sangat ketat dalam memilih para pembimbing tersebut, seperti salah satu kualifikasinya adalah pernah secara pribadi meraih penghargaan. Semua itu dilakukan dengan harapan agar hasil yang didapatkan menjadi lebih optimal. Selain itu MI Islamiyah juga melakukan kerjasama dengan beberapa badan bimbingan seperti Ummi, Airlangga dan lain-lain. Adapun hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rohman, 2020), bahwa semakin bagus kompetensi yang dimiliki guru semakin baik pula hasil yang didapat dari proses pendidikan.

Yang kedua, menurut hasil penelitian pada kegiatan ekstrakurikuler di MI Islamiyah Malang pada tahap pelaksanaan ini bagian kesiswaan selalu mengkondisikan kegiatan dengan terarah dan teratur. Salah satu contohnya dengan memberikan peraturan-peraturan terkait dengan kegiatan ekstrakurikuler yaitu siswa diberikan kesempatan untuk melakukan unjuk bakat yang dilakukan pada setiap bulan di minggu kedua bertepatan dengan hari sabtu. Sebagaimana yang kita tahu bahwa bakat merupakan salah satu hal yang dapat memberikan pengaruh kepada keberhasilan pendidikan, sehingga lembaga pendidikan mempunyai peran sebagai wadah dalam menampung bakat siswa, sebab itu maka kegiatan unjuk bakat yang difasilitasi oleh sekolah melalui pengelolaan dari kesiswaan ini dirasa penting. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Sava et al., 2023), bahwa kegiatan unjuk bakat dapat memberikan beberapa manfaat yang positif dan memberikan peningkatan kualitas bagi peserta didik maupun madrasah.

Yang ketiga dalam pengorganisasian, pihak kesiswaan memberikan batasan kepada peserta didik untuk tidak pindah ekstrakurikuler dalam jangka waktu satu semester. Hal itu dilakukan agar peserta didik dapat benar-benar memahami potensi yang ada dalam dirinya terhadap pemilihan ekstrakurikuler yang dilakukan sebelumnya. Adapun selain daripada itu, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di MI Islamiyah Malang. Kemudian yang keempat yaitu pengawasan dan pengendalian yang dilakukan kesiswaan terhadap semua hal tersebut agar dapat

berjaan dengan baik dan tetap pada jalur yang direncanakan atau sesuai dengan visi misi dan tujuan dari lembaga.

Dilain sisi, ketahui pula bahwa pihak sekolah terutama kesiswaan juga memberikan reward kepada siswa yang berprestasi, hal ini sebagai bentuk motivasi dan apresiasi kepada siswa dan juga tentunya membangkitkan semangat atau gairah mereka lagi untuk melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler dan hal-hal baik lainnya dengan lebih semangat lagi. Hal itu dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amiruddin et al., 2022) bahwa pemberian reward memang terbukti dapat meningkatkan motivasi belajar peserta didik, selain itu (Sari et al., 2019) juga menyatakan bahwa dalam pendidikan formal sendiri pemberian reward dapat menjadi pendorong atau motivasi belajar peserta didik.

3. Pengelolaan Talenta Unggul

Berbicara tentang pengelolaan maka erat kaitannya dengan diksi manajemen. Manajemen sendiri dapat diartikan sebagai bagian dari pengelolaan segala sumber daya yang ada pada suatu lembaga atau organisasi sehingga output yang dihasilkan dapat diperoleh secara optimal. Lebih jelas, hal-hal pengelolaan yang dimaksud dalam hal tersebut dan seperti yang telah disebutkan sebelumnya hal itu meliputi sebuah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan (Hasbi, 2021). Dalam hal ini perlu digaris bawahi bahwa semua itu harus dilakukan secara runtut. Perlu dipahami bahwa dalam setiap tahap pada manajemen harus memenuhi konsep dari 6M yaitu *Man, Money, Material, Machine, Methode, dan Market* (Sinambela & Sinambela, 2019). Sehingga segala upaya yang dilakukan mulai dari perencanaan sampai dengan pengawasan harus meliputi itu semua.

Disisi lain talenta merupakan sebuah bakat dan tanggungjawab yang ada pada diri seseorang (Saragih, 2022). Talenta dapat dimaknai sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh sebuah lembaga atau organisasi, melalui talenta lembaga atau organisasi yang ada dapat mengambil dan memproses peluang yang ada dengan lebih baik dan menghindari ancaman-ancaman yang ada dengan lebih cerdas (Widodo et al., 2023). Dengan demikian maka dapat dipahami bahwa talenta merupakan bakat yang dimiliki oleh seseorang, adapun adanya talenta sendiri dapat memberikan manfaat atau dampak yang positif bagi pemiliknya maupun orang lain.

Adapun manajemen talenta sendiri merupakan sebuah proses mengelola talenta pada seseorang yang didasarkan pada persepsi demografis dan humanistik (Rizaldi, 2020). Adapun dalam hal ini, manajemen talenta bukan hanya sebuah proses perekrutan, pelatihan dan perencanaan, tetapi juga pemilihan strategi dan pemberiang dorongan agar pelaku organisasi memiliki pemikiran unggul dan mau menjadi lebih baik lagi (Widjanarko et al., 2022). Maka dengan memperhatikan itu semua maka sebuah lembaga atau organisasi dapat lebih mensurvive dirinya, mulai

dari meningkatkan efisiensi proses operasional yang dilakukan, melakukan inovasi-inovasi terbaru serta membantu dalam mengambil keputusan yang tepat sesuai dengan hasil analisa lapangan yang telah dilakukan (Wicaksana et al., 2021).

Dengan adanya sebuah manajemen atau tata kelola yang baik, maka sebuah lembaga atau organisasi juga akan dapat berjalan dengan baik. Adapun hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Indrayani et al., 2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa adanya manajemen talenta yang baik dapat memberikan dampak yang positif pada suatu lembaga atau organisasi. Selain itu lebih jelas (Dewi Puspaningtyas Faeni et al., 2023) menyatakan bahwa sebuah manajemen talenta dapat membantu sebuah lembaga atau organisasi dapat tetap kompetitif dan mampu menghadapi segala tantangan yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan talenta yang dilakukan di MI Islamiyah telah memenuhi ketentuan dasar dari manajemen dan konsep 6M, hal tersebut tentu dilakukan dalam upaya agar slogan berupa branding *Sang Juara* pada madrasah tersebut benar-benar terwujud. Yang pertama, dalam proses perencanaan MI Islamiyah melakukan pengukuran pada setiap calon peserta didik yang akan masuk. Pengukuran yang dimaksud dalam hal ini adalah untuk mengetahui kebutuhan dari setiap peserta didik, adapun agar hasil dari pengukuran tersebut dapat maksimal, MI Islamiyah mendatangkan profesional di bidang psikologi yang telah bekerjasama sebelumnya. Dengan adanya pengukuran ini, maka langkah-langkah untuk mengelola talenta setiap dari peserta didik di MI Islamiyah dapat dilakukan dengan tepat.

Adapun dalam proses pengorganisasian dan pelaksanaan pada kegiatan ekstrakurikuler yang telah disebutkan dalam pembahasan sebelumnya, dalam mengelola segala proses yang terjadi di dalamnya. MI Islamiyah melakukan dukungan dengan memberikan 2 sampai 3 guru pengajar dari setiap ekstrakurikuler yang ada disana. Kemudian karena branding pada MI Islamiyah sangat berkaitan dengan hal ini, maka proses seleksi yang dilakukan untuk memenuhi tugas mengampu ekstrakurikuler tersebut juga sangat ketat. Dan dalam memenuhi kualifikasi tersebut, selain guru dari dalam MI Islamiyah juga mendatangkan profesional dari luar yang dalam hal ini tidak hanya sekedar bisa atau mampu saja, tapi dari pengalamannya para pengajar tersebut secara pribadi juga seringkali mengatarkan dirinya atau orang lain hingga mendapatkan juara pada ajang-ajang perlombaan. Dalam hal ini akan ada semakin banyak perspektif, dan inovasi yang muncul dalam hal pembelajaran maupun usulan pengelolaan juga akan semakin beragam, sehingga keputusan yang ditetapkan secara persentase dapat lebih banyak menghindari kegagalan dalam pengelolaan talenta. Dengan demikian maka konsep aspek *Man* dan *Method* pada 6 konsep dalam hal ini telah terpenuhi.

Disisi lain, mengingat bahwa kian hari zaman makin berkembang maka kebutuhan dari setiap orang juga mengikuti. Dengan demikian para pengajar tersebut pasti berusaha untuk mencukupi kebutuhannya sendiri. Sebab itu dalam hal ini MI Islamiyah secara konsisten selalu berusaha untuk memberikan kebutuhan-kebutuhan tersebut melalui gaji pokok maupun dalam bentuk tunjangan-tunjangan yang lain, sehingga setiap dari pengajar tersebut hidupnya berdaya dan tercukupi. Tentu dengan demikian, maka secara tidak langsung mereka akan teractuating dan pikiran mereka akan lebih fokus pada proses dan hasil belajar peserta didik. Dan pada akhirnya hasil yang dicapai juga dapat mejadi maksimal. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian (Thahir et al., 2022) bahwa adanya pemberdayaan karyawan dapat memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap kinerja mereka. Adapun untuk memenuhi itu semua selain bersumber dari yayasan dana beberapa sumber tetap administrative pada umunya, MI Islamiyah juga melakukan wirausaha sendiri. Sehingga dapat dipahami bahwa dalam hal ini MI Islamiyah juga telah memenuhi aspek *Money* pada 6 konsep yang telah disebutkan diatas.

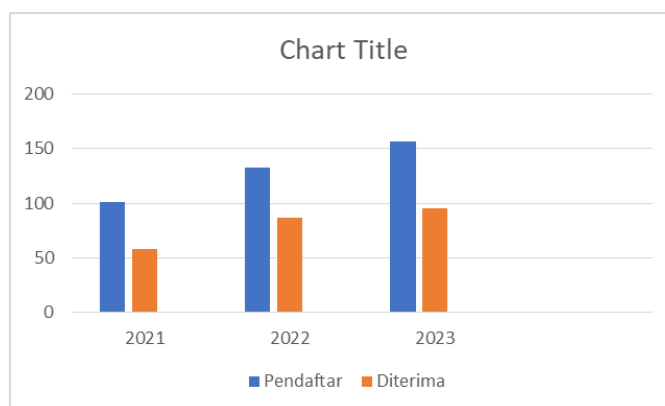
Kemudian dalam memenuhi aspek *Material* dan *Machine*, MI Islamiyah selalu berusaha memenuhi segala kebutuhan peserta didik maupun pengajar dengan menyediakan fasilitas yang memadai. Dan dalam hal ini, pengecekan sebagai bentuk pengawasan dilakukan secara berkala dengan melakukan evaluasi rutin setiap 2 minggu sekali. Hal tersebut untuk menghindari potensi-potensi dari hasil yang diciptakan oleh proses yang telah dilakukan tidak optimal. Adapun dalam aspek *Market* tentu sedari awal MI Islamiyah telah memenuhi aspek tersebut, dimana slogan yang diangkat berupa Sang Juara telah sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini yaitu bersaing dan kompetitif.

Hal-hal tersebut sesuai dengan adanya beberapa penelitian seperti (Rulhendri et al., 2019) tentang perbedayaan masyarakat untuk persaingan di era globalisasi atau (Abdillah & Mujtahid, 2015) tentang inti dan keunggulan bersaing untuk masyarakat asean, yang dapat dipahami bahwa persaingan dalam upaya memenuhi kebutuhan merupakan hal yang sangat ketat di zaman ini. Melalui hal-hal diatas, maka dapat dipahami bahwa konsep manajemen serta 6M yang disebutkan diatas telah diterapkan di MI Islamiyah ini. Dan dengan demikian maka pengelolaan atau manajemen talenta yang dilakukan disana telah berjalan dengan baik dan tepat.

4. Hasil Pengelolaan Talenta Unggul

Secara umum, adanya praktek branding management pada suatu lembaga dapat memberikan peningkatan terhadap minat wali dan calon peserta didik. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh bahwa adanya branding management yang baik pada suatu lembaga dapat meningkatkan jumlah

pendaftar sampai dengan 35%, selain itu dalam hal kepuasan orang tua meningkat sampai dengan 78%. Dari hal tersebut secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa adanya branding management yang dilakukan oleh sekolah dapat membantu orang tua dalam memilih lembaga pendidikan yang tepat untuk anaknya (Faizah et al., 2024). Adapun di MI Islamiyah Malang sendiri dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 2. Diagram Jumlah Pendaftar

Dari diagram tersebut dapat dipahami bahwa adanya peningkatan jumlah pendaftar dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2024. Dengan demikian dapat dipahami bahwa brand yang diangkat dan ditawarkan oleh MI Islamiyah Malang kepada masyarakat berhasil, dan management branding itu sendiri dapat dikatakan telah dilakukan dengan baik. Adapun dari hasil pengelolaan kesiswaan yang telah dilakukan dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. Daftar Perolehan Juara 2022-2024

No	Tahun	Jenis Lomba	Total Prestasi
1	2022-2023	Akademik	4
2	2022-2023	Non Akademik	26
3	2023-2024	Akademik	6
4	2023-2024	Non Akademik	39

Adapun lebih detail dapat dilihat pada Lampiran 3. Dari tabel tersebut dipahami bahwa manajemen atau pengelolaan yang dilakukan oleh wakil kepala madrasah bagian kesiswaan di MI Islamiyah Malang terhadap branding yang mereka tawarkan berupa Sekolah Sang Juara dapat dikatakan berhasil. Adapun dari hasil wawancara yang dilakukan, peneliti mencatat point penting, bahwa semua hal tersebut dapat terjadi karena kesiswaan maupun madrasah selalu berupaya memaksimalkan semua proses dalam manajemen yang baik. Terlebih dalam hal tersebut adalah pengawasan, pengendalian dan evaluasi sehingga impactnya tidak hanya dirasakan oleh peserta didik tetapi juga kepada citra dan tujuan madrasah.

Dalam bahasan ilmiah yang empiris, hal tersebut selaras dengan bahwa adanya evaluasi yang konsisten dan berkelanjutan dapat memantau sebuah madrasah dalam melakukan gebrakan berupa perubahan-perubahan yang signifikan serta meningkatkan mutu dari pendidikan yang dilakukan (Azizah & Halwati, 2023). Dengan demikian maka dapat dipahami bahwa branding management dan pengelolaan yang dilakukan di MI Islamiyah Malang dinilai baik dan berhasil.

D. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *branding manajemen* memiliki peran penting dalam membangun citra dan mutu lembaga pendidikan, seperti yang diterapkan oleh MI Islamiyah Malang melalui konsep “Sekolah Sang Juara” yang selaras dengan visi, misi, kebutuhan masyarakat, dan prinsip keberlanjutan lembaga. Implementasi branding ini difokuskan pada optimalisasi kegiatan ekstrakurikuler berbasis keterampilan abad 21, di mana bagian kesiswaan berperan strategis dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Pengelolaan talenta dilakukan secara efektif dan efisien dengan mengacu pada prinsip manajemen dan konsep 6M, yang mencakup seleksi ketat, kehadiran pengajar profesional, penyediaan fasilitas memadai, serta perhatian terhadap kesejahteraan guru. Strategi ini terbukti berhasil meningkatkan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun dan mendorong prestasi peserta didik di berbagai jenjang kompetisi, baik tingkat kabupaten, provinsi, hingga nasional. Dengan demikian, branding dan manajemen yang diterapkan oleh MI Islamiyah Malang telah menunjukkan keberhasilan dalam membentuk talenta unggul sekaligus memperkuat daya saing lembaga pendidikan di tengah masyarakat.

Daftar Rujukan

- Abdillah, W., & Mujtahid, I. (2015). Inti Dan Keunggulan Bersaing Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *Prosiding Seminar Nasional 2015*.
- Amiruddin, A., Sarah, D. M., Vika, A. I. V., Hasibuan, N., Sipahutar, M. S., & Simamora, F. E. M. (2022). Pengaruh Pemberian Reward dan Punishment Terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(01), 210–219. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v2i01.1596>
- Aniqoh, A. (2024). *Strategi Membangun Branding Madrasah Aliyah Plus Keterampilan dalam Meningkatkan Daya Saing pada Lembaga Pendidikan di MAN 3 Madiun*. IAIN Ponorogo.
- Anugerahwati, M. (2019). Integrating the 6Cs of the 21st Century Education into the

- English Lesson and the School Literacy Movement in Secondary Schools. *KnE Social Sciences*, 3(10), 165. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3898>
- Arifin, A., & Setiawati, S. (2021). Manfaat Branding Sekolah dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 9(1), 1–10.
- Atin, S., Fitriyati, I., & Shaleh, S. (2023). Strategi Branding Image Madrasah Untuk Membangun Trust Masyarakat. *At-Ta'lim: Media Informasi Pendidikan Islam*, 22(1), 83–96.
- Aulia, R. I. (2021). Pengaruh Manajemen Strategi Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Dan Daya Saing. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(4), 1578–1586. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i4.626>
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 250–257.
- Budiarti, E. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*.
- Bustanul Arifin, & Abdul Mu'id. (2024). Pengembangan Kurikulum Berbasis Keterampilan Dalam Menghadapi Tuntutan Kompetensi Abad 21. *DAARUS TSAQOFAH Jurnal Pendidikan Pascasarjana Universitas Qomaruddin*, 1(2), 118–128. <https://doi.org/10.62740/jppuqg.v1i2.23>
- Depdiknas. (2007). *Menuju Pendidikan yang Bermutu dan Merata*. Laporan Komisi Nasional Pendidikan.
- Dewi Puspaningtyas Faeni, Jumawan Jumawan, Alicia Angela Yohanas, Dinda Adelia, Elsa Santika, Nur Putri Cahyaningsih, Rani Rahmadiani, & Nabella Nur Afiyah. (2023). Pengaruh Manajemen Talenta Terhadap Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(3), 196–206. <https://doi.org/10.55606/jimek.v3i3.2467>
- Faizah, N. A., Salsabila, A. D., Asyifa, N., & Kusumaningrum, H. (2024). Branding Sekolah: Pendekatan Manajemen Pemasaran Di Era Kompetitif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Kearifan Lokal*, 4(6), 827–842.
- Feyza Yudhistira, Aditiya Dwi Pangestu, Alif Akbar, Miftahul Hayatunnisa, Lusi Utari, Yoga Pratama, & Indah Noviyanti. (2023). Fungsi Dan Pengaruh Visi Misi Pada Sebuah Organisasi SD Negeri 02 Pulau Besar. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(3), 178–189. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i3.1816>
- Fiat Maulana, F. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Pendidikan SMK Dan Minat Siswa Dalam Melanjutkan Studi Terhadap PPDB Madrasah Aliyah Swasta.

- MATAAZIR: Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 3(1), 258–274.
<https://doi.org/10.56874/jamp.v3i1.801>
- Harisatunisa, H., & Muslimah, E. (2024). School Branding Management: Pengelolaan Merek melalui Kurikulum Berbasis Budaya Lokal Batik. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 9(1), 1–13.
<https://doi.org/10.18860/jmpi.v9i1.23713>
- Hasanah, D., Syarifudin, E., & Qurtubi. Ahmad. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam dan Kepuasan Layanan Terhadap Peningkatan Minat Peserta Didik Masuk Sekolah (Studi di MTS Jabal Rachmah Rajeg Dan MTS Sepatan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 6100–6113.
- Hasbi, I. (2021). *Administrasi Pendidikan (Tinjauan Teori Dan Praktik)*. Widina Bhakti Persada.
- Indrayani, N., Herlambang, T., & Martini, N. N. P. (2023). Pengaruh Manajemen Talenta dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Efektivitas Organisasi dan Kinerja Organisasi. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 19(2), 268–281.
- Kusuma, M. E., Situmorang, R., & Ramadhani, A. (2022). Faktor yang Berpengaruh dalam Indeks Keberlanjutan Kota di Provinsi DKI Jakarta. *Tataloka*, 24(4), 312–320. <https://doi.org/10.14710/tataloka.24.4.312-320>
- Madinah, S., & Nursita, L. (2023). Peran Manajemen Kegiatan Ekstrakurikuler dalam Meningkatkan Prestasi Peserta Didik. *Al Asma: Journal of Islamic Education*, 5(1), 19–28.
- Masturina, D. (2018). Pengaruh Kompetensi Diri Dan Kepercayaan Diri Terhadap Perencanaan Karir. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 198–205.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i2.4558>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *A methods sourcebook. In Qualitative data analysis*. Sage Thousand Oaks.
- Nur Efendi, & Muh Ibnu Sholeh. (2023). Manajemen Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran. *Academicus: Journal of Teaching and Learning*, 2(2), 68–85. <https://doi.org/10.59373/academicus.v2i2.25>
- Putri, M., Giatman, M., & Ernawati, E. (2021). Manajemen kesiswaan terhadap hasil belajar. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 6(2), 119–125.
- Redhana, I. W. (2019). Mengembangkan Keterampilan Abad Ke-21 Dalam Pembelajaran Kimia. *Jurnal Inovasi Pendidikan Kimia*, 13(1).
- Rizaldi, A. (2020). *Implementasi Manajemen Talenta Dan Kerjasama Tim Dalam*.

- Rizky, M. (2024). Manajemen Kesiswaan Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Peserta Didik pada Kelas X Jurusan Pemasaran di SMK Negeri 1 Tanggeung. *Rizmedia Pustaka Indonesia*, 2(2), 190–204.
- Rohman, H. (2020). Pengaruh Kompetensi Guru Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal MADINASIKA Manajemen Dan Kelas*, 1(2), 92–102.
- Rulhendri, Nugraha, M. J., & Nurohman, A. (2019). Memberdayakan Masyarakat Peduli, Cerdas Dan Bersosial Sehingga Mampu Bersaing Di Era Globalisasi Di Desa Leuwimekar Sukamulya. *Abdi Dosen : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.32832/abdidos.v3i1.297>
- Salim, H. (2023). Fenomena Urbanisasi Kota Surabaya (Studi Pertambahan Penduduk Berusia Muda). *Prosiding Seminar Nasional*, 938–946.
- Saragih, J. (2022). PELAYANAN PELEPASAN ATAU DELIVERANCE MINISTRY KARUNIA, TALENTA ATAU KUASA (OTORITAS) SEBUAH SURVEY. *JURNAL SABDA PENELITIAN*, 2(1).
- Sari, D. A., Jamaludin, U., & Taufik, M. (2019). Penguatan pendidikan karakter disiplin pada peserta didik melalui pemberian reward dan punishment di SD Unggulan Uswatun Hasanah. *Attadib: Journal of Elementary Education*, 3(1), 1–16.
- Sastrohadiwiryo, S., & Syuhada, A. H. (2019). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. PT. Bumi Aksara.
- Sava, N. A., Windasari, W., & Khamidi, A. (2023). Pengembangan Bakat Siswa Melalui Kegiatan Unjuk Kreasi. *Studia Manageria*, 5(1), 33–42. <https://doi.org/10.19109/studiamanageria.v5i1.17151>
- Septian, M. D., & Leksono, A. B. (2023). *Manajemen Branding*. Universitas Brawijaya Press.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2019). *Manajemen Kinerja: Pengelolaan, Pengukuran, dan Implikasi Kinerja*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Alfabeta.
- Thahir, T., Indriyani, N., & Bunyamin, M. M. (2022). Pengaruh Pemberdayaan dan Efikasi Diri terhadap Kinerja Karyawan. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 326–340. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.548>
- Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Bab VI Pasal 15. (n.d.).
- Wardani, H. R., Nurhayanti, S., Afni, A. C. N., Anggraini, Y., Mahendra, D., Damanik, S.

- M., Patoding, S., Murharyati, A., & Raharyani, A. E. (2023). *Kebutuhan Dasar Manusia (KDM)*. CV. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Wicaksana, S. A., Sarinastiti, M., Syahid, Y., & Fitri, G. F. N. (2021). *Manajemen Pengembangan Talenta*. DD Publishing dan Humanika Institute Publisher.
- Widjanarko, W., Pramukty, R., & Yulianah, H. (2022). Strategic Financial Management In Micro. *Jurnal Eoknomi*, 11(01), 255–260.
- Widodo, Z. D., Agustini, G. A. A., Utama, A. M., Santosa, S., Novianti, R., Anggraini, R. I., Bangun, R., Pramanik, P. D., Permata, D., Ahdiyati, M., Nudija, N., Wijiharta, & Nugroho, L. (2023). *Manajemen Talenta*. Widina Bhakti Persada.
- Yuliah, E. (2020). Implementasi Kebijakan Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(2), 129–153.
<https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i2.58>