

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Kajian Teori

#### 1. *School Branding*

##### a. Pengertian Brand

Brand berasal dari kata brand yang berarti “*to brand*” yaitu suatu aktifitas yang dilakukan oleh para peternak sapi di Amerika untuk memudahkan identifikasi kepemilikan sebelum dijual ke pasar dengan cara memberi tanda pada ternak-ternak mereka.<sup>1</sup> Menurut Philip Kotler dan Garry dalam Buku Fathul Mujib brand merupakan kata benda yang berhubungan dengan suatu produk atau jasa. Brand adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi yang bertujuan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau penjual dan untuk membedakan dari produk orang lain.<sup>2</sup>

Di dalam UU Merek No. 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1, brand atau merek merupakan “sebuah tanda yang berbentuk gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, dan kombinasi dari unsur-unsur tersebut sehingga memiliki daya pembeda serta bermanfaat dalam kegiatan perdagangan barang maupun jasa”.<sup>3</sup>

Sesuai dengan pendapat dari Philip Kotler bahwa “*A brand is a name, term, sign, symbol, design, or a combination of these, which is intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors.*” Menurut Kotler, branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya. senada dengan itu, de Chernatony dan Mc Donald menyampaikan bahwa “Merek merupakan produk, layanan, orang atau tempat yang dapat diidentifikasi, diolah sedemikian rupa sehingga pembeli atau pengguna merasakan nilai tambah

---

<sup>1</sup> Andi M Sadat, *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 18.

<sup>2</sup> Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih, *School Branding Strategi di Era Disruptif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), 1.

<sup>3</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No. 15 Tahun 2001 tentang merek.

yang relevan, unik, berkelanjutan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.”<sup>4</sup>

*Brand is about meaning. The brand is all the meaning that is in the hearts and minds that is carried by all who hear.*<sup>5</sup> Brand adalah tentang makna. Ringkasnya, brandmu adalah jumlah keseluruhan dari semua makna yang kemungkinan dibawa oleh semua audiensmu di kepala dan di hati mereka. Menurut Landa, branding merupakan tidak hanya sekedar merek atau nama dagang dari suatu produk, jasa, atau perusahaan.

Dari beberapa pendapat diatas Aaker mengungkapkan bahwa brand adalah sebuah nama dan simbol yang digunakan seorang penjual tertentu untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo, cap, atau kemasan), dan pada intinya, brand memberikan tanda pengenal terkait suatu produk tertentu, sekaligus memberikan perbedaan dengan produk-produk yang diciptakan oleh pesaing lainnya, sehingga tujuan akhirnya, brand memberikan simbol pengenal terkait sumber produk dan menjaga konsumen maupun produsen dari para pesaing lain yang berusaha membuat produk yang terlihat menyamai.<sup>6</sup>

Brand merupakan aset tidak kasat mata bagi suatu lembaga. Brand yaitu sesuatu yang menempel pada sebuah merek dagang atau jasa, yang selanjutnya bertransformasi menjadi suatu identitas yang membedakan dengan yang lain. Sehingga brand hadir sebagai identitas.

Berdasarkan pada pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa branding adalah proses komunikasi sebuah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, sekaligus gabungan dari semua yang diharapkan dapat digunakan untuk membedakan sebuah perusahaan satu dengan perusahaan lain.

Persaingan di dalam menyelenggarakan layanan pendidikan yang berkualitas adalah sesuatu yang tidak bisa

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Brand management & Strategy*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 2.

<sup>5</sup> Simon Middleton, *Build a Brand in 30 Days*, (United Kingdom: Capstone Publishing, 2010), 2.

<sup>6</sup> A.B Susanto dan Himawan Wijamako, *Power Branding (Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya)*, (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2004), 6.

dihindari. Berapa persaingan akan dilakukan oleh mereka sesama peyelenggara lembaga pendidikan Islam maupun pendidikan yang lainnya. Melihat hal tersebut, dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Muslim yaitu;

الْمُؤْمِنُ الْقَوِيُّ خَيْرٌ وَأَحَبُّ إِلَى اللَّهِ  
خَيْرٌ كُلِّ وَفِي الضَّعِيفِ الْمُؤْمِنِ مِنَ

“Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai oleh Allah dari pada mukmin yang lemah, dan pada keduanya ada kebaikan.”

Apabila hadis tersebut dikaitkan dalam perspektif kelembagaan maka dapat dimaknai bahwa lembaga pendidikan yang berkualitas dan pencitraan yang baik maka akan lebih baik dan disukai daripada lembaga pendidikan Islam yang manajemennya atau citranya negatif.

Konsekuensi dari pembacaan tersebut adalah perlunya perhatian secara mendalam untuk meningkatkan secara konsisten lembaga pendidikan baik dalam tataran *quality in fact* (kualitas dalam fakta) maupun *quality in perception* (kualitas dalam penciptaan). Sikap konsisten dan peka pada perubahan dapat menjadi kunci dalam menjamin sebuah kualitas secara faktual lembaga madrasah (dilihat dari aspek personal, kurikulum, sarana dan prasarana, dan sebagainya).<sup>7</sup>

Brand sekolah mempunyai kekuatan yang luar biasa untuk memikat hati orang-orang, agar membeli produk atau jasa yang diwakilinya. Hal ini dikarenakan brand bisa menjadi sebuah doktrin memori yang tidak bisa dilupakan, yang bisa mempengaruhi setiap sasarnya. Keputusan pemilihan lebih sering didasarkan pada pertimbangan merek daripada hal lain.

Setiap lembaga sekolah akan menghadapi perubahan waktu. Oleh karena itu, harus selalu memikirkan bagaimana perubahan sekolah berlangsung. Perubahan yang baik tidak hanya berjalan secara alami, melainkan diperlukan

---

<sup>7</sup> H. Baharuddin, *Menguatkan Branding Image Lembaga Pendidikan Islam*, <https://pasca.uin-malang.ac.id/menguatkan-branding-image-lembaga-pendidikan-islam/> Artikel Direktur, Pascasarjana UIN Malang, diakses Ahad, 27 Februari Pukul 10.15.

manajemen yang tepat. Faktanya, lingkungan fisik dan sosial pasti berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Termasuk di era milenial, maka sekolah perlu menata diri sehingga dapat terhindar dari *shock culture*.

Branding sekolah adalah identitas sekolah sebagai ciri khas yang menunjukkan keunikan, kekuatan, karakter, dan keunggulan sekolah berdasarkan potensi lingkungan, peluang yang ada, serta memperoleh dukungan dari seluruh warga sekolah dan wali murid. Branding sekolah dapat dikaitkan dengan pilihan prioritas nilai dalam nilai-nilai utama yang dimiliki sekolah, termasuk penguatan pendidikan karakter dan didukung dengan jalinan nilai-nilai lainnya.<sup>8</sup>

Setiap komponen di dalam madrasah dapat bermanfaat sebagai bagian dari faktor yang unggul, yang menjadikannya sebagai *school branding*. Hal utama yang harus diperhatikan dalam membangun branding adalah kemampuan sekolah dalam menganalisa lingkungan internal dan eksternal, sehingga mampu membuat rancangan strategis guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Dengan demikian jika istilah brand kita kaitkan dengan dunia pendidikan dapat dikatakan bahwa brand adalah suatu nama, istilah, simbol, tanda, desain kombinasi dari semua hal yang digunakan untuk memberikan pengenalan terkait produk sekolah tertentu terhadap pesaing sekolah yang lainnya. Para *stakeholder* sekolah beserta pimpinan sekolah karena brand adalah suatu hal yang harus diperjuangkan sebagai cita-cita yang dibanggakan. Visi dan misi sekolah tidak bisa dilepaskan dalam pembentukan brand karena sesungguhnya brand merupakan sistem nilai yang dibangun menjadi sebuah simbol pembeda bagi sekolah.<sup>9</sup>

## b. Tingkatan Brand<sup>10</sup>

### a. Atribut

Brand akan mengingatkan seseorang pada atribut-atribut tertentu, sekaligus memberikan suatu gambaran tentang sifat produk dari merek itu sendiri.

---

<sup>8</sup> Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih, *School Branding Strategi di Era Disruptif*, 49.

<sup>9</sup> Barnawi dan Mohammad Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), 155.

<sup>10</sup> Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih, “*School Branding Strategi di Era Disruptif*”, 4.

b. Manfaat

Merek bukan hanya serangkaian atribut. Pelanggan akan membeli manfaat dan atribut harus diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.

c. Nilai

Brand mencerminkan sesuatu nilai-nilai pembeli. Pembuat harus mengenali secara spesifik kelompok konsumen dengan nilainya, seimbang dengan manfaat yang diberikan dari brand tersebut. Nilailah yang membedakan antara lembaga satu dengan lainnya.

d. Budaya

Brand mewakili budaya tertentu, pencerminan dari kumpulan simbol, nilai dan perilaku perusahaan tertentu. Secara internal, budaya merek menjadi penuntun seluruh perilaku dan tindakan karyawan (mitra internal) dari perusahaan harus sesuai dengan budaya brand yang tercermin dari brand itu sendiri. Secara eksternal, budaya brand akan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen, untuk membeli merek produk yang memiliki simbol, nilai-nilai dan perilaku yang sesuai dengan budaya, dan perilaku merek sendiri.

e. Kepribadian

Brand bisa menarik bagi orang yang memiliki kesesuaian antara gambaran dirinya dengan brand image. Merek akan menarik orang yang diinginkan sesuai image mereka.

f. Pemakai

Brand memberikan petunjuk jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut. Merek memberikan kesan mengenai jenis konsumen yang membeli maupun menggunakan produk tersebut. Ketika membayangkan sebuah produk, maka akan dapat menebak jenis konsumen yang mungkin dapat menjadi konsumen produk tersebut.

**c. Manfaat Branding bagi Sekolah dan Stakeholder<sup>11</sup>**

Manusia memiliki keunikan yang telah ada sejak lahir dan manusia menyukai hal-hal unik dan berbeda yang bisa memberikan nilai lebih. Sekolah seperti halnya dengan manusia mempunyai karkter, kesan, dan filosofi masing-

---

<sup>11</sup> Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih, “*School Branding Strategi di Era Disruptif*”, 53.

masing. Simbol yang ditunjukkan sekolah akan mencerminkan identitas sekolah dan membentuk citra sekolah secara positif ataupun negatif.

Sekolah yang dapat bertahan dengan persaingan yang semakin ketat, biasanya adalah sekolah yang baik dan sehat. Terlebih jika sekolah tersebut *internationally* atau *internationality known*, memiliki reputasi yang baik karena dipercaya oleh konsumen atau masyarakat, dan brandnya telah terekam di benak konsumen. *Branding is much more than advertising*. Brand yang bagus adalah yang dapat menghidupkan karakternya. Karena branding yang berkarakter tidak hanya diperoleh dari gencarnya komunikasi, marketing, dan iklan saja, namun juga melaksanakan apa yang telah dijanjikan dari pesan komunikasinya baik internal maupun eksternal sekolah secara berkesinambungan.<sup>12</sup>

1) Manfaat bagi Sekolah

- a) Magnet institusi pendidikan
- b) Alat proteksi dari para imitator
- c) Memiliki segmen institusi pendidikan yang loyal
- d) Membedakan produk dari pesaing
- e) Mengurangi perbandingan harga sehingga dapat dijual premium
- f) Memudahkan penawaran produk baru
- g) Bernilai finansial tinggi
- h) Senjata dalam kompetisi

---

<sup>12</sup> Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih, *School Branding Strategi di Era Disruptif*, 55.

- 2) Manfaat bagi *Stakeholder*
  - a) Merek sebagai sinyal kualitas
  - b) Mempermudah proses/memandu *stakeholder*
  - c) Alat mengidentifikasi produk
  - d) Mengurangi risiko memberi nilai psikologis
  - e) Dapat mewakili kepribadian

Beberapa manfaat merek yang dapat diperoleh *stakeholder* dan institusi pendidikan antara lain:<sup>13</sup>

- 1) Menciptakan perbedaan, upaya branding sekolah mengharuskan sekolah memiliki kualitas “produk” yang kompetitif karena ada nilai perbedaan dengan kompetitor. Sebaliknya, jika produk yang dihasilkan tidak kompetitif pasti tidak akan mampu bersaing dengan kompetitor. Branding sekolah yang maksimal ditandai dengan banyaknya peserta didik yang ingin melanjutkan studi ke sekolah tersebut. Oleh karena itu, untuk mencapai hal tersebut sekolah harus bisa menciptakan perbedaan dengan sekolah lain.
- 2) Melahirkan keunggulan dapat dilihat dari budaya yang disiplin, kebersihan dan keasrian lingkungan, profesionalisme tenaga pendidik, pelayanan prima, relasi yang luas, sarana dan prasarana yang lengkap, serta program yang mempunyai nilai perbedaan tinggi. Keunggulan merupakan sesuatu yang tidak biasa dan tidak dijumpai di tempat lain. Jika dapat dijumpai di tempat lain, apalagi dengan mudah maka hal tersebut bukanlah keunggulan. Keunggulan tercipta dari pemikiran cemerlang yang diproses selama bertahun-tahun hingga akhirnya terkonstruksi menjadi identitas dan karakter suatu lembaga.

#### d. Unsur-unsur Branding<sup>14</sup>

- 1) Nama merek
- 2) Logo antara lain: tipe logo, monogram, bendera, dan lain-lain.
- 3) Tampilan visual, misalkan desain produk, desain kemasan, desain seragam, dan lain-lain.

---

<sup>13</sup> Siswanto, *Strategi Jitu Menciptakan Branding Sekolah*, (Surabaya: Pustaka Media Guru, 2017), 112.

<sup>14</sup> Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih, *School Branding Strategi di Era Disruptif*, 5..

- 4) Juru bicara, seperti *co-founder*, maskot, tokoh lembaga pendidikan
- 5) Suara, seperti ikon bunyi, nada, lagu
- 6) Kata-kata, meliputi slogan, *tagline*, *jingle*, dan lain-lain.

## 2. Strategi Guru PAI

### a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari kata kerja *Strategos* (Yunani) merupakan gabungan dari kata *stratos* (militer) dengan *ago* (memimpin). Kata *stratego* berarti merencanakan (*to plan actions*). (*Strategy was invented by the Greeks. Strategy comes from the Greek strategos, which means as a leader in commanding troops or the art of generals to defeat the enemy using effective resources*).<sup>15</sup> Atau *Strategus* yang berarti komandan atau berarti pula perwira negara (*States Officer*). Komandan inilah yang memiliki tanggung jawab merencanakan suatu strategi mulai dari mengarahkan pasukan untuk mencapai kemenangan. Kemudian secara spesifik pengertian strategi sebagai keputusan- keputusan bertindak yang diarahkan dan keseluruhannya diperlukan untuk mencapai tujuan.

Sedangkan menurut pendapat lain menjelaskan strategi sebagai suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya untuk mencapai sarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dan kondisi yang paling menguntungkan.<sup>16</sup> Strategi yaitu cara atau metode, sedangkan secara umum strategi yaitu suatu haluan besar untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang sudah ditentukan.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Emerson Wagner Mainardes, dkk., *Strategy And Strategic Management Concepts: Are They Recognised By Management Students?*, *Business Administration and Management*, Vol.18, No. 1, 2014, 44.

<sup>16</sup> Asiyah, dkk, Strategi Guru Pendidikan Agama Islam dalam Proses Pembelajaran Pendidikan Agama Islam pada Anak Inklusi di SMP Muhammadiyah 2 Curup Selatan, *al-Bahtsu: Vol. 4, No. 2* (Curup Selatan: 2019).

<sup>17</sup> Syaiful Bahri Djamaroh dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka cipta, 2002), 5.

## b. Guru PAI

Dalam khazanah pemikiran Islam, sebutan guru memiliki beberapa istilah yang menunjukkan pengertian guru seperti ustaz, mu'allim, muaddib, murabby. Kata ustaz berarti guru, professor, gelar akademik, jenjang di bidang intelektual, pelatih, penulis, dan penyair. Kata mudarris berarti guru, pengajar. Kata Mu'allim yang berasal dari kata علم berarti mengetahui hakikat ilmu, mengenal, meyakini, merasakan, serta ahli dalam bidang tertentu. Hal ini bermakna bahwa guru harus benar-benar mengetahui hakikat dari ilmu pengetahuan, memiliki keyakinan, serta betul-betul memiliki ahli dalam bidang ilmu pengetahuan serta mampu menjelaskan kepada seluruh peserta didiknya mengenai hakekat ilmu.<sup>18</sup>

Tugas guru adalah menanamkan nilai-nilai dan sikap kepada peserta didik agar mereka memiliki kepribadian yang paripurna. Dengan ilmu yang dimilikinya guru membimbing anak-anak dalam mengembangkan potensi yang dimilikinya. guru merupakan orang dewasa yang bertanggung jawab memberikan perolongan kepada anak didiknya dalam perkembangan jamaniah maupun rohaniyah agar anak didik mencapai kedewasaannya, mampu berdiri sendiri memenuhi tingkat kedewasaannya, serta mampu berdiri untuk memenuhi tugasnya sebagai hamba dan khalifah Allah di muka bumi dan mampu sebagai makhluk sosial dan sebagai makhluk hidup yang mandiri.<sup>19</sup>

Di dalam UU Pasal 40 nomor 20 tahun 2003 yang membahas tentang sistem Pendidikan Nasional menyatakan tentang hak-hak dan kewajiban pendidik serta tenaga kependidikan. Pendidik dan tenaga kependidikan berhak memperoleh:

- 1) Penghasilan dan jaminan kesejahteraan sosial yang pantas dan memadai.
- 2) Penghargaan sesuai dengan tugas dan prestasi kerja.
- 3) Perlindungan hokum dalam melaksanakan tugas dan hak atas hasil kekayaan intelektual.

---

<sup>18</sup> Akrim, *Ilmu Pendidikan dalam Perspektif, Islam* , (Yogyakarta: Bildung, 2020), 106.

<sup>19</sup> Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 44.

- 4) Kesempatan untuk menggunakan sarana, prasarana dan fasilitas Pendidikan untuk menunjang kelancaran pelaksanaan tugas.

Pendidik dan tenaga kependidikan berkewajiban:

- 1) Menciptakan Susana Pendidikan yang bermakna, menyenangkan, kreatif, dinamis dan dialogis
- 2) Mempunyai komitmen secara professional untuk meningkatkan mutu Pendidikan
- 3) Memberi teladan dan menjaga nama baik Lembaga, profesi dan kedudukan sesuai dengan kepercayaan yang diberikan kepadanya.

Pendidikan Agama Islam (PAI) adalah sebuah usaha yang terencana untuk menyiapkan peserta didik dalam meyakini, memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan pelatihan. PAI pada hakikatnya adalah sebuah proses, dalam pengembangannya disebut sebagai rumpun mata pelajaran yang diajarkan di madrasah maupun perguruan tinggi.<sup>20</sup>

Pendidikan agama berarti suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk menghasilkan orang yang beragama. Dengan demikian perlu diarahkan kepada pertumbuhan adab serta karakter. Bahkan membentuk moral yang tinggi dan akhlakul karimah bagi peserta didik dalam pandangan para ulama dan sarjana muslim yang dijadikan sebagai tujuan utama pendidikan, sehingga mereka berusaha menanamkan ke dalam jiwa serta raga para penuntut ilmu, membiasakan mereka berpegang pada adab yang tinggi. PAI adalah sebuah sistem pendidikan yang mengupayakan terbentuknya akhlak mulia peserta didik sekaligus memiliki kecakapan hidup berdasarkan nilai-nilai Islam. Karena PAI mencakup dua hal yakni mendidik peserta didik untuk selalu berperilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam atau akhlakul karimah dan mendidik peserta didik untuk mempelajari materi ajaran Islam itu sendiri.<sup>21</sup>

Dari pengertian tersebut dapat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembelajaran PAI, yaitu sebagai berikut :

---

<sup>20</sup> Nazarudin, *Manajemen Pembelajaran*, (Yogyakarta: Teras, 2007), 12.

<sup>21</sup> Siti Rukhayati, *Strategi Guru PAI dalam Membina Karakter Peserta Didik SMK Al Falah Salatiga*, (Salatiga: LP2M Salatiga, 2020), 12.

- 1) PAI sebagai usaha sadar, yakni suatu aktivitas bimbingan, pengajaran, atau latihan yang dilakukan secara terencana dan sadar atas tujuan yang akan dicapai.
- 2) Siswa yang hendak disiapkan untuk mencapai tujuan, dalam arti ada yang dibimbing, diajari atau dilatih dalam peningkatan keyakinan, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan terhadap pengajaran agama Islam.
- 3) Guru PAI yang melakukan kegiatan bimbingan, pengajaran, atau latihan secara sadar terhadap siswanya untuk mencapai tujuan PAI.
- 4) Kegiatan PAI diarahkan untuk meningkatkan keyakinan, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran agama Islam dari siswa, yang disamping itu membentuk kualitas pribadi.

Usaha pembelajaran PAI di sekolah diharapkan dapat membentuk kesalehan diri yang sekaligus kesalehan sosial, sehingga pendidikan agama diharapkan dapat menumbuhkan semangat sosialisme, memperkuat kerukunan hidup beragama.<sup>22</sup>

#### c. Fungsi dan Peran Guru PAI

Fungsi guru PAI, sebagai berikut:

- 1) Pendidik

Pendidik dalam UU Sisdiknas no 20 tahun 2003 didefinisikan dengan tenaga kependidikan yang berkualifikasi sebagai guru, dosen, konselor, tutor, instruktur, fasilitator dan sebutan lainnya yang sesuai dengan kekhususannya, serta berpartisipasi dalam menyelenggarakan Pendidikan. Pada bab XI pasal 32 ayat 2 dijelaskan bahwa guru sebagai pendidik merupakan tenaga yang profesional dan bertugas merencanakan serta melaksanakan proses pembelajaran, mengevaluasi hasil pembelajaran, melaksanakan pembimbingan serta pelatihan, melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.<sup>23</sup>

Guru adalah pendidik profesional yang memiliki tugas utama mendidik, mengajar, membimbing, serta mengarahkan, melatih, mengevaluasi, dan mengukur

---

<sup>22</sup> Muhaimin, *Paradigma Pendidikan Islam*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 75.

<sup>23</sup> Siti Rukhayati, *Strategi Guru PAI dalam Membina Karakter Peserta Didik SMK Al Falah Salatiga*, 13.

peserta didik pada pendidikan anak usia dini jalur pendidikan formal, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah.<sup>24</sup>

## 2) Pemimpin

Guru adalah pemimpin bagi peserta didiknya dalam proses pembelajaran, bagi koleganya atau teman-teman seprofesinya serta bagi dirinya sendiri. Guru sebagai seorang pemimpin ketika dia sedang melaksanakan pembelajaran di dalam kelas. Ia adalah memiliki peran untuk memegang kendali dan sebagai pengambil keputusan ketika pembelajaran berlangsung. Karena itu guru harus mampu menguasai, mengendalikan dan mengarahkan kelas menuju tercapainya pembelajaran yang lebih berkualitas. serta harus bisa membaca potensi peserta didiknya yang beragam.

## 3) Fasilitator

Sebagai seorang yang berperan sebagai fasilitator membawa konsekuensi terhadap perubahan pola hubungan guru dan peserta didik, yang semula lebih bersifat top down sehubungan kemitraan.

Guru sebagai fasilitator seharusnya memiliki sikap, yaitu:<sup>25</sup>

- a) Tidak berlebihan mempertahankan pendapat dan keyakinannya
- b) Dapat lebih mendengarkan peserta didik terutama aspirasinya
- c) Mau dan mampu menerima ide peserta didik
- d) Dapat menerima komentar balik, baik yang positif maupun negatif.
- e) Toleransi terhadap kesalahan yang diperbuat peserta didik selama proses pembelajaran
- f) Menghargai peserta didik, meskipun biasanya mereka sudah tahu

## 4) Motivator

Adanya motivasi pada diri peserta didik akan memberikan dampak pada pembelajaran. Oleh sebab itu

---

<sup>24</sup> Kunandar, *Guru Profesional Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (ktsps) dan Sukses dalam Sertifikasi Guru*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), 54.

<sup>25</sup> Siti Rukhayati, *Strategi Guru PAI dalam Membina Karakter Peserta Didik SMK Al Falah Salatiga*, 15.

guru perlu menumbuhkan motivasi belajar dari peserta didik. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, guru dituntut untuk menjadi manusia yang kreatif mengembangkan motivasi belajar siswa, sehingga terbentuk perilaku belajar peserta didik yang efektif. Sebagai seorang motivator, guru harus mampu membangkitkan semangat serta memendam kelemahan dari peserta didik entah bagaimanapun latar belakang keluarganya, maupun masa lalunya.

Peran guru PAI, meliputi:<sup>26</sup>

.Sebagai pengajar guru memiliki peran antara lain:

- 1) Penyampai/penyaji bahan pelajaran.
- 2) Pemilih dan penyaring bahan pelajaran.
- 3) Pemahaman landasan dan tujuan pendidikan.
- 4) Pengolah bahan pelajaran.
- 5) Ahli metodologi pengajaran.
- 6) Teladan bagi siswanya, evaluator serta memberikan dorongan atau motivator.

Peran guru yang harus dilakukan secara tidak langsung, yaitu:

- 1) Sebagai pengasih anak dan membina hubungan insani.
- 2) Penterjemah nilai-nilai dalam kehidupan sehari-hari.
- 3) Pemimpin kelompok dan pembimbing angkatan muda.
- 4) Ahli bimbingan dan penyuluhan.
- 5) Penegak disiplin dan yang hidup berdisiplin.
- 6) Ahli dalam ilmu pengetahuan dan kejiwaan.
- 7) Menguasai keterampilan setiap bidang studi dan ahli dokumentasi

#### d. Tugas dan Tanggung Jawab Guru PAI

Tugas guru PAI adalah berusaha secara sadar untuk membimbing, mengajar, dan atau melatih peserta didik agar dapat:<sup>27</sup>

- 1) meningkatkan keimanan dan ketaqwaannya kepada Allah swt yang telah ditanamkan dalam lingkungan keluarga.
- 2) menyalurkan bakat dan minatnya dalam mendalami bidang agama serta mengembangkannya secara optimal,

---

<sup>26</sup> Akmal Hawi, *Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 45.

<sup>27</sup> Ismail, *Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Mengantisipasi Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Siswa Sekolah Menengah Pertama*, *Iqro': Vol 1, No. 1*, 2018, 109.

sehingga dapat dimanfaatkan untuk dirinya sendiri dan dapat pula bermanfaat bagi orang lain.

- 3) memperbaiki kesalahan-kesalahan, kekurangan-kekurangan dan kelemahan-kelemahan dalam keyakinan, pemahaman dan pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- 4) menangkal dan mencegah pengaruh negatif dari kepercayaan, faham atau budaya lain yang membahayakan dan menghambat perkembangan keyakinan peserta didik.
- 5) menyesuaikan diri dengan lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial yang sesuai dengan ajaran Islam.
- 6) menjadikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.
- 7) mampu memahami, mengilmu pengetahuan agama Islam secara menyeluruh sesuai dengan daya serap peserta didik dan keterbatasan waktu yang tersedia.

Tugas guru bukan hanya menyangkut kegiatan pembelajaran di dalam kelas atau sekolah, melainkan bertugas dalam melakukan hal-hal atau melaksanakan seperangkat tingkah laku sehubungan dengan kedudukannya sebagai guru. Menurut pendapat Peters, tugas serta tanggung jawab yang harus dilakukan guru adalah: 1) sebagai pengajar, 2) sebagai pembimbing, dan 3) sebagai administrasi kelas.<sup>28</sup>

Menurut Moh. Uzer Isman, bahwa guru mempunyai banyak tugas dan tanggung jawab baik yang terikat oleh dinas maupun bentuk pengabdian. Ada tiga jenis tugas guru, meliputi:<sup>29</sup>

- 1) Tugas dalam bidang profesi meliputi mendidik, mengajar dan melatih. Mendidik berarti meneruskan dan mengembangkan nilai kehidupan. Sedangkan mengajar artinya melanjutkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan sekaligus teknologi. Serta melatih artinya mengembangkan keterampilan dalam diri masing-masing peserta didik.
- 2) Tugas guru dalam bidang kemanusiaan, guru harus dapat menjadikan dirinya sebagai orang tua kedua. guru harus mampu menarik simpati, sehingga bisa menjadi idola

---

<sup>28</sup> Akmal Hawi, *Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam*, 44.

<sup>29</sup> Akmal Hawi, *Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam*, 42-43.

para peserta didiknya. Pekerjaan apa pun yang diberikan kepada peserta didik hendaknya bisa memotivasi dalam pembelajaran.

- 3) Tugas guru dalam bidang kemasyarakatan, di mana guru berkewajiban mendidik dan mengajar masyarakat untuk menjadi warga negara Indonesia yang bermoral Pancasila serta mencerdaskan bangsa Indonesia.

Tanggung jawab guru meliputi:

- 1) Menuntut murid belajar.
- 2) Turut serta membina kurikulum di sekolah.
- 3) Melakukan pembinaan terhadap diri siswa.
- 4) Memberikan bimbingan.
- 5) Melakukan diagnosa kesulitan belajar dan kemajuan belajar.
- 6) Menyelenggarakan penelitian.
- 7) Mengenal masyarakat dan ikut serta aktif menyukseskan pembangunan.
- 8) Membantu terciptanya kesatuan dan persatuan bangsa dan perdamaian dunia.
- 9) Menghayati, mengamalkan dan mengamankan Pancasila.
- 10) Meninggikan profesional guru

**e. Syarat menjadi Guru PAI<sup>30</sup>**

1) Sehat jasmani dan ruhani

Dalam mendidik seorang guru harus sehat jasmani serta rohani agar dalam memberikan materi berjalan dengan lancar dan optimal.

2) Bertaqwa

Sesuai dengan tujuan ilmu pendidikan Islam yaitu untuk mendidik anak bertaqwa kepada Allah, jadi seorang guru harus menjadi suri tauladan bagi peserta didiknya untuk bertaqwa kepada Allah.

3) Berilmu pengetahuan yang luas

Seorang guru harus memiliki pengetahuan yang luas, kuat dapat mengkaji, dan memiliki pemahaman yang lebih mendalam, sehingga peserta didik bisa menghormati dan mempercayai gurunya.

4) Berlaku adil

Berlaku adil sangat penting, jika tidak akan menimbulkan kecemburuan di antara peserta didik yang akhirnya berdampak negatif terhadap proses pembelajaran.

5) Berwibawa

Berwibawa bisa dilakukan dengan cara bersikap dan berpenampilan yang dapat menimbulkan rasa segan dan rasa hormat, sehingga dengan kewibawaan seperti itu, peserta didik merasa mendapat pengayoman dan perlindungan dari gurunya.

6) Ikhlas

Menjadi seorang guru harus dilakukan dengan ikhlas, dan semata-mata mengharap ridhonya Allah, dan agar ilmu yang kita ajarkan bisa bermanfaat dan berkah.

7) Mempunyai tujuan yang Rabbani

Jika guru telah mempunyai sifat rabbani, maka dalam segala kegiatan pendidikan peserta didiknya akan menjadi Rabbani juga.

8) Mampu merencanakan dan melaksanakan evaluasi pendidikan.

9) Menguasai bidang yang ditekuni

---

<sup>30</sup> Zulmuqim, Profesionalisasi Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Islam di Sumatera Barat, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 1, 2019, 18-19.

**f. Kompetensi Guru PAI<sup>31</sup>**

Kompetensi guru agama harus memiliki kompetensi pedagogik, kepribadian, sosial, profesional, dan kepemimpinan.

- 1) Kompetensi pedagogik sebagaimana dimaksud
  - a) pemahaman karakteristik peserta didik dari aspek fisik, moral, sosial, kultural, emosional, dan intelektual.
  - b) penguasaan teori dan prinsip belajar pendidikan agama
  - c) pengembangan kurikulum pendidikan agama
  - d) penyelenggaraan kegiatan pengembangan pendidikan agama
  - e) pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk kepentingan penyelenggaraan dan pengembangan pendidikan agama
  - f) pengembangan potensi peserta didik untuk mengaktualisasikan berbagai potensi yang dimiliki dalam bidang pendidikan agama
  - g) komunikasi secara efektif, empatik, dan santun dengan peserta didik
  - h) penyelenggaraan penilaian dan evaluasi proses dan hasil belajar pendidikan agama
  - i) pemanfaatan hasil penilaian dan evaluasi untuk kepentingan pembelajaran pendidikan agama
  - j) tindakan reflektif untuk peningkatan kualitas pembelajaran pendidikan agama.

---

<sup>31</sup> PMA RI Nomor 16 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan Pendidikan Agama Pada Sekolah Pasal 16.

- 2) Kompetensi kepribadian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a) tindakan yang sesuai dengan norma agama, hukum, sosial, dan kebudayaan nasional Indonesia
  - b) penampilan diri sebagai pribadi yang jujur, berakhlak mulia, dan teladan bagi peserta didik dan masyarakat
  - c) penampilan diri sebagai pribadi yang mantap, stabil, dewasa, arif, dan berwibawa;
  - d) kepemilikan etos kerja, tanggung jawab yang tinggi, rasa bangga menjadi guru, dan rasa percaya diri
  - e) penghormatan terhadap kode etik profesi guru.
- 3) Kompetensi Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a) sikap inklusif, bertindak objektif, serta tidak diskriminatif berdasarkan jenis kelamin, agama, ras, kondisi fisik, latar belakang keluarga, dan status sosial ekonomi
  - b) sikap adaptif dengan lingkungan sosial budaya tempat bertugas; dan
  - c) sikap komunikatif dengan komunitas guru, warga sekolah dan warga masyarakat.
- 4) Kompetensi Profesional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a) penguasaan materi, struktur, konsep, dan pola pikir keilmuan yang mendukung mata pelajaran pendidikan agama;
  - b) penguasaan standar kompetensi dan kompetensi dasar mata pelajaran pendidikan agama;
  - c) pengembangan materi pembelajaran mata pelajaran pendidikan agama secara kreatif;
  - d) pengembangan profesionalitas secara berkelanjutan dengan melakukan tindakan reflektif;
  - e) pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk berkomunikasi dan mengembangkan diri.
- 5) Kompetensi kepemimpinan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a) kemampuan membuat perencanaan pembudayaan pengamalan ajaran agama dan perilaku akhlak mulia pada komunitas sekolah sebagai bagian dari proses pembelajaran agama.
  - b) kemampuan mengorganisasikan potensi unsur sekolah secara sistematis untuk mendukung

pembudayaan pengamalan ajaran agama pada komunitas sekolah.

- c) kemampuan menjadi inovator, motivator, fasilitator, pembimbing dan konselor dalam pembudayaan pengamalan ajaran agama pada komunitas sekolah; kemampuan untuk menjaga, mengendalikan, serta mengarahkan membudayakan pengamalan ajaran kebaikan pada lingkungan madrasah dan menjaga keharmonisan hubungan kepada seluruh masyarakat baik muslim maupun non muslim.

### 3. Kegiatan Keagamaan

#### a. Pengertian Kegiatan Keagamaan

Kegiatan keagamaan terbagi menjadi dua kata yaitu kegiatan dan keagamaan. Kegiatan memiliki arti kesibukan atau aktivitas. Lebih luasnya kegiatan artinya suatu perbuatan yang dilakukan oleh seseorang di dalam kehidupannya sehari-hari baik berupa perkataan dan perbuatan maupun kreatifitas di lingkungan tempat dirinya tinggal. Sedangkan keagamaan merupakan segala sesuatu yang memiliki sifat dalam agama atau yang berhubungan dengan agama.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kegiatan merupakan kekuatan ataupun ketangkasan dalam melakukan suatu usaha.<sup>32</sup> Kegiatan keagamaan yaitu bentuk usaha secara sadar yang dilakukan sebagai perwujudan atau mengaplikasikan iman ke dalam bentuk tindakan keagamaan di dalam kehidupannya sehari-hari. Dalam implementasi kegiatan keagamaan di lembaga sekolah, seorang guru tidak hanya fokus pada kegiatan proses pembelajaran di kelas, tetapi harus mengarahkan peserta didiknya untuk mengimplementasikan keagamaan. Misalkan, peserta didik dibiasakan untuk memperingati hari-hari besar keagamaan sekaligus mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan di madrasah yang sudah diselenggarakan.<sup>33</sup>

Bentuk sikap dan tindakan yang dimaksudkan yaitu sesuai dengan ajaran agama Islam. Kegiatan (sifat) keagamaan adalah usaha yang dilakukan seseorang atau kelompok yang dilaksanakan secara kontinyu (terus-

---

<sup>32</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), 322.

<sup>33</sup> Mohammmd Daud Ali, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 178.

menerus) maupun yang ada hubungannya dengan nilai-nilai keagamaan. Dikarenakan dalam hal ini ialah yang berhubungan dengan agama Islam, maka kegiatan keagamaan di sini yang ada korelasinya dengan pelaksanaan nilai-nilai agama Islam itu sendiri, misalnya ceramah keagamaan, peringatan hari-hari besar Islam, shalat berjama'ah, shalat sunah dhuha, tadarus Al Qur'an dan lain-lain.

Jadi, keagamaan disini yaitu segala bentuk kegiatan yang terencana serta terkendali yang berhubungan dengan kegiatan penanaman dan menyebarluaskan nilai-nilai keagamaan dalam tahap pelaksanaannya dapat dilakukan oleh orang perorang atau kelompok, secara terencana dan terkendali untuk mencapai tujuan dari usaha itu sendiri.

**b. Fungsi dan tujuan kegiatan keagamaan adalah:**<sup>34</sup>

- 1) Meningkatkan pemahaman terhadap agama sehingga mampu mengembangkan dirinya sejalan dengan norma-norma agama dan mampu mengamalkan dalam perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan budaya.
- 2) Meningkatkan kemampuan peserta didik sebagai anggota masyarakat dalam mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial, budaya dan alam sekitar.
- 3) Menyalurkan dan mengembangkan potensi dan bakat peserta didik agar dapat menjadi manusia yang berkreativitas tinggi dan penuh karya. Membiasakan sifat yang disiplin, jujur, percaya diri dan bertanggungjawab dalam menjalankan tugas.
- 4) Menumbuhkembangkan akhlak islami yang mengintegrasikan hubungan dengan Allah, Rasul, manusia, alam semesta bahkan diri sendiri.
- 5) Mengembangkan sensitifitas peserta didik dalam melihat persoalan-persoalan sosial keagamaan sehingga menjadi insan yang proaktif terhadap permasalahan sosial dan dakwah.
- 6) Memberikan bimbingan dan arahan serta pelatihan kepada peserta didik agar memiliki fisik yang sehat, bugar, kuat, cekatan, dan terampil.

---

<sup>34</sup> Kementerian Agama RI, *Panduan Kegiatan Ekstrakurikuler Pendidikan Agama Islam* (Jakarta: Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam, 2005), 9-10.

- 7) Memberi peluang peserta didik agar memiliki kemampuan untuk komunikasi nengan baik, baik verbal maupun non verbal.
- 8) Melatih kemampuan peserta didik untuk bekeja dengan sebaik-baiknya, secara mandiri, maupun kelompok.
- 9) Menumbuhkembangkan kemampuan peserta didik untuk memecahkan masalah sehari-hari.

**c. Manfaat Kegiatan Keagamaan<sup>35</sup>**

Manfaat adanya kegiatan keagamaan di madrasah yaitu:

- 1) Memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengamalkan Syari'at agama Islam.
- 2) Dapat meningkatkan pengayaan pengetahuan.
- 3) Manyalurkan minat dan bakat peserta didik.
- 4) Melatih peserta didik hidup bermasyarakat.
- 5) Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan terhadap Allah SWT.
- 6) Meningkatkan akhlak yang baik.
- 7) Mencetak manusia yang religius.
- 8) Beramalialah sesuai dengan ajaran Ahlusunah Wal Jama'ah

**d. Penanaman Karakter**

Karakter secara bahasa dari bahasa latin "*character*", yaitu watak, tabiat, sifat-sifat yang melekat pada jiwa, budi pekerti, kepribadian, maupun akhlak yang terbentuk. Sedangkan secara istilah karakter merupakan sifat yang ada pada diri manusia yang terbentuk dari faktor kehidupannya sendiri.<sup>36</sup> Dalam kamus psikologi sebagaimana yang dikutip oleh M. Furqon Hidayatullah, menyatakan karakter merupakan kepribadian ditinjau dari titik tolak etis atau moral, misalnya kejujuran seseorang, biasanya mempunyai kaitan dengan sifat-sifat yang relatif tetap.<sup>37</sup>

Secara istilah karakter yaitu sifat kejiwaan, akhlak, maupun budi pekerti yang menjadi ciri khas seseorang atau sekelompok orang. Defenisi dari "*The stamp of group or individually impressed by nature, education or habits.*"

---

<sup>35</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Peningkatan Wawasan Keagamaan (Islam)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2000), 96.

<sup>36</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 219.

<sup>37</sup> M. Furqon Hidayatullah, *Pendidikan Karakter: Membangun Peradaban Bangsa*, (Surakarta: Yuma Pustaka, 2010), 12.

Karakter adalah nilai-nilai perilaku manusia yang berhubungan dengan Tuhan, dirinya sendiri, sesama manusia, dengan lingkungan, dan kebangsaan yang terwujud dalam pikiran, sikap, perasaan, perkataan, perbuatan berdasarkan norma-norma agama, hukum, tata krama, budaya, serta adat istiadat.<sup>38</sup>

Karakter bisa diartikan sebagai akhlak dan budi pekerti, sehingga karakter bangsa akan identik dengan akhlak maupun budi pekerti sebuah bangsa. Bangsa yang memiliki karakter merupakan bangsa yang berakhlak dan berbudi pekerti, sebaliknya bangsa yang tidak berkarakter adalah bangsa yang tidak atau kurang berakhlak atau tidak memiliki standar norma perilaku yang baik.<sup>39</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

1. Tesis Leni Herlina dengan judul “Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Mengembangkan Sekolah Adiwiyata Mandiri di SMAN 9 Kota Tangerang Selatan”.<sup>40</sup>

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengembangan program sekolah adiwiyata mandiri di SMAN 9 Kota Tangerang Selatan. Hasil dari penelitian oleh Leni berupa 1). pengembangan program Sekolah Adiwiyata Mandiri (SAM) di SMAN 9 Kota Tangerang Selatan yaitu melalui lima cara, yaitu a) membuat kebijakan-kebijakan madrasah yang mendukung terlaksananya program Sekolah Adiwiyata Mandiri tersebut, b) adanya kegiatan peduli terhadap lingkungan c) adanya pembuatan serta pemeliharaan sapra yang ramah lingkungan, d) adanya mitra sekolah yang mendukung program Sekolah Adiwiyata Mandiri e) sosialisasi madrasah untuk mengembangkan program tersebut kepada wali murid, peserta didik, masyarakat sekitar, dan kepada madrasah lainnya, 2) pelaksanaan pembelajaran PAI berwawasan adiwiyata mandiri dengan cara: a) menggunakan k-2013 yang terintegrasi dan kurikulum lingkungan hidup pada mapel PAI b) pelaksanaan pembelajaran PAI dengan mendorong guru PAI membuat silabus dan RPP, menyusun materi, melaksanakan dengan berbagai metode, dan evaluasi penilaian pembelajarannya

---

<sup>38</sup> Muhammad Yusuf, Membentuk Karakter Melalui Pendidikan Berbasis Nilai UIN A lauddin Makassar, *Jurnal al-Ulum*, Vol. 13 No. 1, 2013, 2.

<sup>39</sup> M. Furqon Hidayatullah, *Pendidikan Karakter: Membangun Peradaban Bangsa*, 10.

<sup>40</sup> Leni Herlina, Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Mengembangkan Sekolah Adiwiyata Mandiri di SMAN 9 Kota Tangerang Selatan, *Tesis*, 2021.

dengan instrument *authentic assessment* dan 3) peran guru PAI dalam upaya pengembangan budaya Sekolah Adiwiyata Mandiri di dalamnya adalah dalam dua hal, yaitu a) dalam proses KBM sebagai pengelola kelas, pembimbing, dan motivator, dan b) di luar proses KBM sebagai fasilitator, dan mediator serta bekerja sama dengan guru yang lain untuk saling memberikan nasihat, pembiasaan beribadah, pelaksanaan kegiatan jum'at sehat dan bersih, dan memberikan suri tauladan kepada para peserta didik.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang peran guru PAI, menggunakan metode penelitian kualitatif.

Perbedaan: penelitian yang dilakukan Leni Herlina lebih menaekankan pada pengembangan sekolah adiwiyata.

2. Penelitian Ahmad Hariandi dengan judul “Strategi Guru PAI Dalam Meningkatkan Keterampilan Membaca Al-Qur’an Siswa di SDIT Aulia Batanghari”.<sup>41</sup>

Tujuan penelitian ini untuk a) mengetahui cara guru PAI meningkatkan keterampilan membaca Al-Qur’an pada peserta didik di SDIT AULIA Batanghari b) mengetahui alasan pelaksanaan dan ketidak terlaksanaan cara guru PAI dalam meningkatkan keterampilan membaca al-Qur’an pada peserta didik SDIT AULIA Batanghari.

Hasil penelitian: Strategi guru dalam upaya peningkatan keterampilan membaca Al-Qur’an yaitu penerapan metode pembelajaran Al-Qur’an di dalam kelas, melakukan pendampingan, kerja sama guru dengan guru lain, kerja sama sekolah dengan orang tua, kerja sama sekolah dengan masyarakat dan penyediaan sarana dan prasarana. Faktor-faktor yang mendukung strategi guru PAI dalam meningkatkan keterampilan membaca Al-Qur’an di antaranya ialah Peserta didik sudah memiliki kemampuan membaca AlQur’an, lingkungan keluarga yang bisa menjadi tauladan dan mengajarkan anak membaca Al-Qur’an. Guru PAI yang kompeten dan memiliki komitmen untuk meningkatkan keterampilan membaca Al-Qur’an pada peserta didiknya. Lingkungan masyarakat yang Islami, sarana dan prasarana di sekolah yang memadai.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang strategi guru PAI.

---

<sup>41</sup> Ahmad Hariandi, Strategi Guru PAI Dalam Meningkatkan Keterampilan Membaca Al-Qur’an Siswa Di SDIT Aulia Batanghari, *Jurnal Gentala Pendidikan Dasar*, Vol. 4 No. 1, 2019.

Perbedaan: penelitian oleh Ahmad Hariandi lebih menekankan pada peningkatan keterampilan membaca al-Qur'an siswa di SDIT Aulia Batanghari.

3. Tesis Nasri Bohari “Manajemen brand image sekolah pemimpin MTs Radhiyatan Mardhiyyah putra Balikpapan 2017”<sup>42</sup>

Penelitian dari Nasri Bohari bertujuan untuk mengungkap tentang manajemen brand Sekolah Pemimpin di MTs RM Putra. Menjelaskan konsep perencanaan pemilihan brand Sekolah Pemimpin, manajemen serta koordinasi kerja pengelolaan *brand image* Sekolah Pemimpin, dan sistem evaluasinya. Hasil penelitian tersebut, menyimpulkan bahwa: 1) peningkatan mutu madrasah dilakukan dengan pemilihan brand yang paling tepat. Sekolah Pemimpin merupakan brand yang menarik dan unik untuk meningkatkan mutu pada sekolah. 2) manajemen dan koordinasi kerja brand image Sekolah Pemimpin dilakukan dengan: manajemen internal dilakukan oleh para pengelola lembaga dan koordinasi kerja dengan pihak eksternal. 2) hasil dari evaluasi manajemen *brand image* Sekolah Pemimpin menunjukkan peningkatan mutu serta menciptakan *image* positif terhadap MTs Raadhiyatan Mardhiyyah Putra.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang cara meningkatkan branding sekolah, menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan: branding dari penelitian Nasri Bohari di MTs RM Putra yaitu sekolah pemimpin.

4. Penelitian oleh Hermawan Pradita dengan judul “Pencitraan Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMA 48 Muhammadiyah 2 Surabaya”<sup>43</sup>

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian menunjukkan hasil: a) dalam membangun pencitraan sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya mengadakan kegiatan-kegiatan yang melibatkan partisipasi masyarakat melalui kegiatan-kegiatan sekolah yang sudah ditentukan; b) Humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya memiliki beberapa program untuk pencitraan sekolah yang dilakukan melalui 3 komunikasi yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi internal dan komunikasi eksternal; c) Humas SMAN 2 Muhammadiyah menggunakan

---

<sup>42</sup> Nasri Bohari, Manajemen brand image sekolah pemimpin MTs Radhiyatan Mardhiyyah putra Balikpapan, Balikpapan, 2017.

<sup>43</sup> Hermawan Pradita, Pencitraan Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMA 48 Muhammadiyah 2 Surabaya, *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol. 5 no. 1, 2017.

beberapa media untuk mempublikasikan program unggulannya yaitu melalui kata-kata yang cetak dan kata-kata lisan.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang cara meningkatkan citra lembaga pendidikan, dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Perbedaan: penelitian oleh Hermawan berfokus pada peserta didik.

5. Penelitian oleh Tutut Sholihah “Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *School Branding* pada Sekolah Islam Terpadu”<sup>44</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisa perencanaan strategi manajemen humas, implementasi dari strategi manajemen humas dan bagaimana hasil dari penerapan yang dilakukan dalam menciptakan *School Branding* di SDIT Al-Furqan dan SMPIT Al-Gazali Palangka Raya, dan untuk menawarkan sebuah konsep model strategi manajemen humas dalam menciptakan *School Branding* pada sekolah Islam Terpadu. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa : 1) Perencanaan strategi manajemen humas dirancang dan disusun bersama dengan kepala sekolah, divisi dan humas dengan mempertimbangkan seluruh aspek hingga brand sekolah bisa sampai pada masyarakat, 2) Implementasi dari strategi manajemen humas dilakukan sesuai dengan jadwal yang sudah di susun dengan melakukan promosi dan publikasi ke media cetak, media elektronik, dan sosial media, serta berkomunikasi dan sosialisasi ke lingkungan secara langsung, 3) Hasil strategi manajemen humas dapat terlihat dengan adanya indikator keberhasilan sekolah menjadi lebih terkenal di lingkungan masyarakat, tercipta *image* positif bagi madrasah, peserta didik bertambah setiap tahun ajaran baru, menjadi sekolah favorit dan sekolah unggulan.

Persamaan: sama-sama meneliti tentang strategi yang digunakan untuk meningkatkan *school branding*.

Perbedaan: peneliti lebih meneliti strategi humas.

6. Taufiqur Rohman dan Deni Setyadi Nugraha dengan judul "Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan

---

<sup>44</sup> Tutut Sholihah, Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *School Branding* pada Sekolah Islam Terpadu, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vo. 3 No. 2, Palangka Raya, 2018.

Motivasi Belajar Mata Pelajaran PAI Di SMK Diponegoro Salatiga".<sup>45</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi guru PAI dalam meningkatkan motivasi belajar pada mata pelajaran PAI, untuk mengetahui peningkatan motivasi belajar anak, untuk mengetahui faktor penunjang dan penghambat dalam peningkatan motivasi belajar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :1) strategi guru Pendidikan Agama Islam dalam meningkatkan motivasi belajar PAI di SMK Diponegoro Salatiga yaitu dengan melakukan pembiasaan dalam sekolah, menjadi suri tauladan yang baik sebagai contoh bagi peserta didiknya, berkolaborasi dengan minta guru lain dan siswa dalam pembelajaran agama di sekolah. 2) Peningkatan motivasi belajar PAI siswa di SMK Diponegoro Salatiga pada pembelajaran PAI cukup meningkat dan berhasil, dibuktikan dengan banyaknya siswa yang bertanya saat pembelajaran, mengerjakan tugas, waktu KBM peserta didik sangat antusias, berdoa mulai pelajaran dan menutup. 3) Faktor penunjang dan penghambat dalam peningkatan motivasi belajar PAI siswa di SMK Diponegoro Salatiga adalah ada dua faktor, yang pertama faktor internal yaitu faktor yang ada dalam diri peserta didik dan faktor eksternal yaitu faktor yang ada di luar diri peserta didik seperti guru, kepala sekolah dan sarana.

Persamaan: sama-sama meneliti strategi guru PAI

Perbedaan: penelitian oleh Taufiqur Rohman dan Deni Setyadi Nugraha lebih meneliti motivasi belajar peserta didik.

7. Penelitian oleh Firdaus dengan judul "Implementasi Manajemen Branding dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Islam di SD Muhammadiyah Paesan (Program Khusus) Kedungwuni Kabupaten Pekalongan."<sup>46</sup>

Tujuan penelitian ini: 1) mengeksplorasi implementasi manajemen branding dalam meningkatkan mutu pendidikan Islam. 2) mengeksplorasi faktor pendukung dan penghambat

---

<sup>45</sup> Taufiqur Rohman dan Deni Setyadi Nugraha, Strategi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mata Pelajaran PAI di SMK Diponegoro Salatiga, *Jurnal Pendidikan Agama Islam tarbawi*, Vol. 05, No. 02, 2020.

<sup>46</sup> Firdaus, Implementasi Manajemen Branding dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Islam di SD Muhammadiyah Paesan (Program Khusus) Kedungwuni Kabupaten Pekalongan, Tesis, Program Studi PAI, Pascasarjana IAIN Pekalongan, 2017.

dalam implementasi manajemen branding. 3) mengeksplorasi konsep "Program Khusus" sebagai branding dalam meningkatkan mutu pendidikan Islam di SD Muhammadiyah Paesan. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) proses implementasi manajemen branding di SD Muhammadiyah Paesan "Program Khusus" terdiri dari empat tahapan, yaitu tahap perencanaan (steakholder berkomitmen untuk meningkatkan mutu melalui brand extension dari sekolah unggulan. Tahap pengorganisasian ada pembagian tugas dalam membentuk *brand equity*. Tahap pelaksanaan dilaksanakan dan kerjasama dengan beberapa pihak. Tahap pengawasan, adanya supervisi manajerial bagi kepala sekolah serta supervisi mengajar bagi semua guru. Faktor pendukung yaitu, komunikasi antara pengurus majelis dikedasmen, PCM Kedungwungu dengan beberapa lembaga dalam mengenalkan branding "Program Khusus" di masyarakat. Adanya faktor penghambat yaitu sinergitas antara kepala madrasah dengan guru dan karyawan. Ketiga, inti konsep "Program Khusus" yaitu pelayanan optimal bagi seluruh warga sekolah dan stakeholder serta wali murid, melalui beberapa kegiatan dan layanan sekolah yang bersifat dinamis dalam mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat, berupa *student exchange*, *visit to boarding school*, *moving class*, PPL, *family gathering*, *learning by research*, *live skill education*, TPQ, Ekskul, pembiasaan puasa senin kamis, sholat duha, dzuhur berjamaah serta layanan konsumen antar jemput sekolah.

Persamaan: sama-sama meneliti branding.

Perbedaan: peneliti yang dilakukan oleh Firdaus lebih menekankan cara meningkatkan mutu Pendidikan Islam.

8. Penelitian oleh Yulia Rukmana dengan judul "Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan: Studi Multi Kasus di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo".<sup>47</sup>

Tujuan penelitian yaitu 1)mengetahui faktor pembentuk brand image di SMAN 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. 2)mengetahui langkah-langkah strategi sekolah membangun brand image dalam meningkatkan daya saing. 3) dampak pembentukan brand image dalam peningkatan daya

---

<sup>47</sup> Yulia Rukmana, Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan: Studi Multi Kasus di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo, program MPI, Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

saing. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) faktor pembentuk branding meliputi: akreditasi, ISO, tingkah laku peserta didik, prestasi, kualitas lulusan, ekstra kurikuler, hubungan alumni. 2) langkah-langkah strategi membangun brand image meliputi: akreditasi kelembagaan, analisis SWOT, evaluasi, ISO, menggunakan PDCA, tingkah laku peserta didik, prestasi, kualitas lulusan, pengadaan program bimbingan akademik, menjalin hubungan kerjasama dengan beberapa PTN, kegiatan unggulan, mengikutsertakan alumni dan warga sekitar, mengadakan alumni mengajar. 3) dampak pembentukan *brand image*, meliputi: kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, minat masuk masyarakat meningkat, akhlak menjadi lebih baik, kepercayaan masyarakat meningkat, tawaran beasiswa ke luar negeri, banyak lembaga melakukan kunjungan untuk studi banding.

Persamaan: sama-sama meneliti peningkatan brand pada lembaga sekolah.

Perbedaan: penelitian oleh Yulia lebih meneliti daya saing lembaga pendidikan.

### C. Kerangka Berfikir

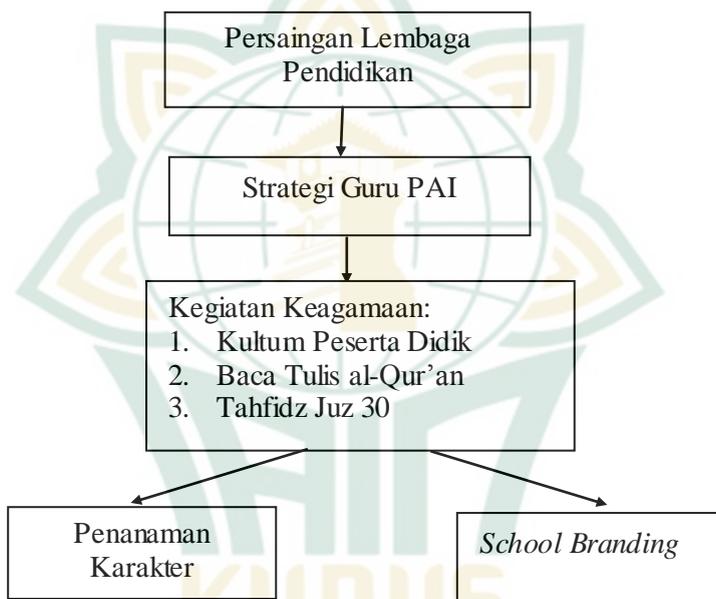
Seiring Bergeraknya masyarakat ke arah modernisasi, telah muncul sekolah-sekolah baru yang telah berkembang dan saling bersaing. Hal ini tentu memaksa pihak sekolah yang telah lebih ada untuk berubah, demi memenuhi perubahan kebutuhan masyarakat dan sekolah lainnya termasuk sekolah itu sendiri. Sekolah sekarang ini harus mendengarkan sekaligus memandang konsumennya sebagai konsumen yang unik, dengan kebutuhan yang berbeda dari satu konsumen dengan konsumen lain.

Di saat yang bersamaan dalam iklim kompetisi pendidikan yang sangat tinggi, mempertahankan ciri khas dari lembaga menjadi semakin sulit dan membutuhkan biaya yang besar. Sekolah saat ini menggunakan pelayanannya sebagai pembeda, untuk menjaga hubungan dengan masyarakat. Hal tersebut tentu memaksa sekolah untuk menemukan cara dan langkah-langkah serta strategi untuk memasarkan lembaganya.

Dari pemaparan di atas, maka bentuk strategi yang dilakukan guru PAI di MI Muhammadiyah 01 Todanan Blora yaitu melalui kegiatan keagamaan berupa “Kultum Peserta Didik”. Serta menggunakan teknologi untuk menyebarkan aktivitas keagamaan tersebut guna menyampaikan kegiatan kepada masyarakat. Karena

saat ini masyarakat lebih menggali informasi melalui gadget dari pada harus datang langsung ke sekolahan.

Dengan demikian, studi terkait implementasi strategi guru PAI dalam upaya peningkatan *school branding* di mana akan menganalisis bagaimana pelaksanaannya. Selain itu akan membahas, sejauhmana tingkat keberhasilan strategi yang dilakukan guru PAI, apa saja yang menjadi kendala guru PAI dalam pelaksanaan, serta pemaparan atas faktor pendukung dan penghambat. Untuk lebih jelasnya, lihat gambar 1.1 berikut.



**Gambar 1.1 Kerangka Berpikir Penelitian**