

**PENGARUH KONSISTENSI PENERAPAN NILAI –NILAI
PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DAN *BRANDING* SEKOLAH
TERHADAP MINAT SISWA BARU SMK MUHAMMADIYAH
ADIWERNA**



TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
Memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)

Oleh:

AJUSLAN KERUBUN

NIM. 5221015

**PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



Nama : AJUSLAN KERUBUN

NIM. : 5221015

Program Studi : Magister Pendidikan Agama Islam

Judul : **PENGARUH KONSISTENSI PENERAPAN NILAI – NILAI
PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DAN BRANDING
SEKOLAH TERHADAP MINAT SISWA BARU SMK
MUHAMMADIYAH ADIWERNA**

Tesis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian
Tesis program Magister.

No.	Nama Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Prof. Dr.H.Zaenal Mustakim, M.Ag</u> NIP. 197105261999031002 (Pembimbing I)		4 / 10 - 23
2.	<u>Umi Mahmudah, Ph.D</u> NIP. 198407102023212033 (Pembimbing II)		3 / 23 10

Pekalongan, 03 Oktober 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi MPAI


Dr. Slamet Untung, M.Ag

NIP. 19670421 199603 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan Judul “Pengaruh Konsistensi Penerapan Nilai – nilai Pendidikan Agama Islam dan Branding Sekolah terhadap minat siswa baru SMK Muhammadiyah Adiwerna” yang disusun oleh:

Nama : AJUSLAN KERUBUN
NIM : 5221015
Program Studi : Magister Pendidikan Agama Islam

Telah dipertahankan dalam sidang Ujian Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada tanggal 25 Oktober 2023.

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Sidang	Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H NIP. 197502201999032001		09/11/2023
Sekretaris Sidang	Dr. H. Mohammad Fateh, M.Ag NIP. 197309032003121001		09/11/23
Penguji Utama	Prof. Dr. H. Maghfur, M.Ag NIP. 197305062000031003		16/11/2023
Penguji Anggota	Dr. Nur Kholis, M.A NIP. 197502071999031001		9/11/23



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister), baik di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekalongan, 3 November 2023

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a 2000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SERIBU RIBU RUPIAH', '20 METERAI TEMPEL', and the alphanumeric code '0BB4FAKX646330910'.

AJUSLAN KERUBUN
NIM. 5221015

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

Rasulullah *Shallallahu'alaihi Wasallam* bersabda:

خَيْرِ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

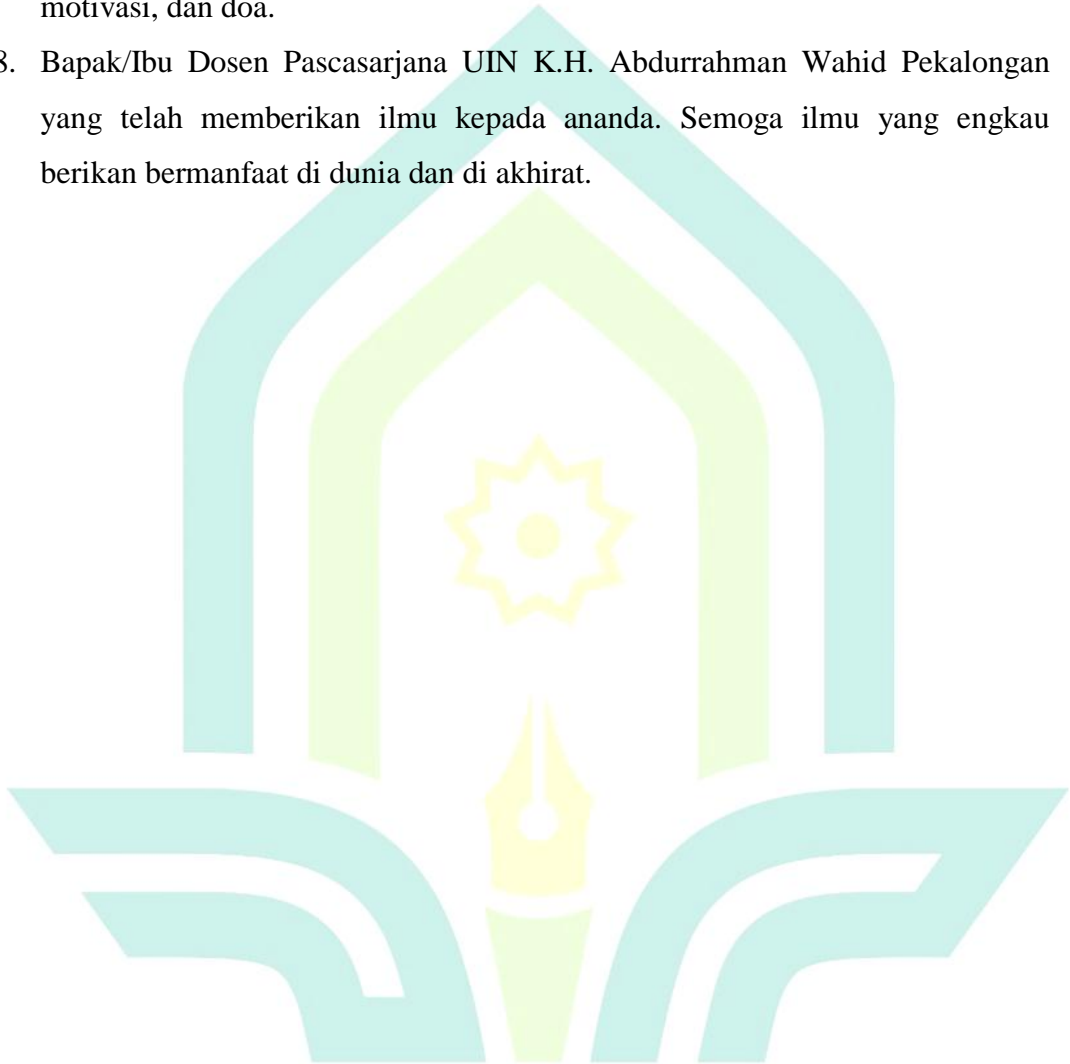
“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia.”
(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini dihasankan oleh al-Albani di dalam *Shahihul Jami'*, No. 3289).

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan dan ketulusan hati, sebagai rasa cinta dan tanda kasih, kupersembahkan tesis ini kepada :

1. Kedua orang tuaku yaitu Ibuku Tercinta (Ibu Salima Tomanima) dan Ayahandaku tercinta (Bapak Sabtu Kerubun), Martuaku (Ibu Suhainab) serta Istriku tersayang (Lina Budiarti) dan anak – anaku tercinta (Andika Anaqotun Kerubun, Nadiyah Nurani Kerubun dan Tazkiyah Hafidza Kerubun), dan Orang Tua angkat saya di Jember Bapak H. Nowo, yang selalu memberikan do'a Restunya, dan selalu memberikan semangat untukku.
2. Segenap keluarga besarku terima kasih atas dukungan, motivasi dan doanya selama ini.
3. Terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Imam Robandi, M.T (Guru Besar ITS Surabaya dan Ketua Dewan Proffesor), yang selalu memberikan motivasi untuk melanjutkan S2 di Perguruan Tinggi Negeri.
4. Terimakasih untuk (Pembimbing I) Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. dan (Pembimbing II) Umi Mahmuda, Ph. D. yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabaran dalam memberikan arahan, bimbingan dan masukan dalam penyusunan tesis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
5. Teruntuk guru-guruku yang telah mendidik, mengajar, dan membimbing penulis mengenal beberapa ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.

6. Terimakasih untuk Bapak/Ibu guru SMK Muhammadiyah Adiwerna khususnya dan Guru Pendidikan Agama Islam yaitu Bapak Muhammad Iqbal Latif, M.Pd.I, Bapak Ustadz. Ali Ridho, S.Pd.I serta Ustadzah. Ni'matur Rohma yang telah semangat untukku dalam mengerjakan tesis.
7. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku dunia akhirat Bapak/Ibu guru, staf dan karyawan SMK Muhammadiyah Adiwerna yang selalu memberikan *support*, motivasi, dan doa.
8. Bapak/Ibu Dosen Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu kepada ananda. Semoga ilmu yang engkau berikan bermanfaat di dunia dan di akhirat.



ABSTRAK

Ajuslan Kerubun, 2023. Pengaruh Konsistinsi Penerapan Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *Branding* Sekolah Terhadap Minat Siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegal. Tesis Magister Pendidikan Agama Islam, Program Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing : (1) Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. dan (2) Umi Mahmuda, Ph.D.

Kata Kunci: konsistensi, Penerapan, nilai-nilai Pendidikan Agama Islam, *branding* sekolah, minat, siswa baru

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji data-data empirik terkait pengaruh penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah terhadap minat siswa baru yang akan melanjutkan pendidikannya di SMK Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegal . Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode survey dengan pendekatan korelasional dan regresional terhadap data-data kuantitatif yang diperoleh dari objek penelitian yaitu siswa kelas XI SMK Muhammadiyah Adiwerna, jurusan Animasi, Akutansi dan Otomotif (TKRO). Sampel penelitian ini adalah sebanyak 80 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik angket/*kuesioner*. Jenis analisis yang digunakan adalah analisa korelasi dan regresi yang dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan *software* pengolah data statistik SPSS versi 26. Hasil penelitian adalah:

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengaruh penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah terhadap minat siswa baru yang melanjutkan ke SMK Muhammadiyah Adiwerna. Koefisien korelasi (r) sebesar 0,604 sedangkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 36,5%. Analisis regresi ganda, menunjukkan persamaan regresi (*unstandardized coefficients B*) $\hat{Y} = 17,200 + 0,455 X_1 + 0,426 X_2$ yang berarti bahwa setiap peningkatan skor pengaruh penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (X_1) dan *branding* sekolah (X_2) secara bersama-sama atau simultan, akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat siswa baru (Y) sebesar 0,881.

ABSTRACT

Ajuslan Kerubun, 2023. The Effect of Consistency in the Application of Islamic Religious Education Values and School Branding on the Interest of New Students at Muhammadiyah Adiwerna Vocational School, Tegal Regency. Master's Thesis in Islamic Religious Education, Postgraduate Program at UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Supervisor: (1) Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. and (2) Umi Mahmuda, Ph.D.

Keywords: consistency, implementation, values of Islamic religious education, school branding, interest, new students

This research aims to find out and test empirical data related to the influence of the application of Islamic Religious Education values and school branding on the number of new students who will continue their education at Muhammadiyah Adiwerna Vocational School, Tegal Regency. In this research, the author used a survey method with a correlational and regression approach to quantitative data obtained from the research object, namely class XI students at SMK Muhammadiyah Adiwerna, majoring in Animation, Accounting and Automotive (TKRO). The sample for this research was 80 respondents. Data collection was carried out using questionnaire techniques. The type of analysis used is correlation and regression analysis which is explained descriptively using statistical data processing software SPSS version 26. The results of the research are:

There is a positive and significant influence on the application of Islamic Religious Education values and school branding on the interest of new students who continue to SMK Muhammadiyah Adiwerna. The correlation coefficient (r) is 0.604 while the coefficient of determination (R^2) is 36.5%. Multiple regression analysis shows the regression equation (unstandardized coefficients B) $\hat{Y} = 17,200 + 0.455 X_1 + 0.426 X_2$, will have an influence on increasing new student interest (Y) by 0.881.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Alhamdulillah terpanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah dan senantiasa melimpahkan rahmat, inayah dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat teriring salam semoga senantiasa dan selalu terlimpahcurahkan kepada Junjungan Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, tabi'it tabi'in dan para pengikut setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul **"PENGARUH KONSISTENSI PENERAPAN NILAI -NILAI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DAN BRANDING SEKOLAH TERHADAP MINAT SISWA BARU"** sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. Slamet Untung, M.Ag selaku ketua Program Studi Magister Pendidikan Agama Islam Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Dr. Hj. Sopiah, M.Ag, sebagai Dosen Pembimbing Akademik, yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan Tesis.
4. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakaim, M.Ag selaku Pembimbing I yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, dan buah pikirannya dalam tesis ini.
5. Ibu. Umi Mahmudah, Ph.D. selaku Pembimbing II yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan arahnya dalam tesis ini.
6. Bapak /Ibu Guru, Staf dan Karyawan SMK Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegal, kerjasamanya yang baik sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar

7. Segenap Dosen dan Staf Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Orang tua, saudara, dan keluarga serta sahabat yang selalu mendoakan, dan atas segala kasih sayangnya.
9. Semua pihak yang telah membantu terwujudnya Tesis ini.

Kiranya tiada ungkapan yang paling indah yang dapat penulis haturkan selain iringan do'a Jazakumullahu Khoirol Jaza', semoga bantuan dukungan yang telah di berikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari tiada gading yang tak retak, begitupun kiranya Tesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang pikir dan koreksi sangat bermanfaat dalam menyempurnakan Tesis ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 03 Oktober 2023

Penulis,



AJUSLAN KERUBUN
NIM. 5221015

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identitas Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Deskripsi Teoretik	11
2.2 Kajian Penelitian yang Relevan	28
2.3 Kerangka Berfikir	34
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan jenis Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.3 Variabel Penelitian	39
3.4 Indikator Variabel	40
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	51
4.2 Pembahasan	107

BAB V	SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	
5.1	Simpulan	111
5.2	Implikasi	112
5.3	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN	118
BIODATA PENULIS	135



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data jumlah siswa SMP/MTs se Kabupaten Tegal	3
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Relevan	31,32,33
3.1	Sebaran sampel dan populasinya	37
3.2	Indikator Penelitian	41
3.3	Pedoman Skor Jawaban Menggunakan Skala Likert	42
3.4	Anova ^a	45
3.5	Uji t untuk penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (X_1) terhadap minat siswa baru (Y).	47
3.6	Uji T untuk <i>Branding</i> sekolah (X_2) Terhadap minat siswa baru (Y)	48
3.7	Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (X_1) dan <i>Branding</i> Sekolah (X_2) secara bersama-sama (simultan) memberikan pengaruh terhadap variabel Minat siswa baru (Y)	50
4.1	Sarana yang dimiliki oleh SMK Muhammadiyah Adiwerna tahun pelajaran 2022/ 2023	55
4.2	Data pendidik dan tenaga kependidikan SMK Muhammadiyah Adiwerna Tahun 2022/ 2023	56
4.3	Jumlah Peserta Didik SMK Muhammadiyah Adiwerna pada tahun pelajaran 2022/ 2023	57
4.4	Analisis Butir Instrumen Berdasarkan Data Hasil Penelitian Variabel Minat siswa baru (Y) melanjutkan sekolah di SMK Muhammadiyah Adiwerna, melalui Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (Y_1) dan <i>Branding</i> Sekolah (Y_2)	61
4.5	Data Deskriptif Variabel Minat Siswa	81
4.6	Distribusi Frekuensi Skor Minat Siswa Baru (Y)	82
4.7	Data Deskriptif Variabel Pengaruh Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (X_1)	84
4.8	Distribusi frekuensi penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (X_1)	85
4.9	Data Deskriptif Variabel <i>Branding</i> Sekolah (X_2)	87
4.10	Distribusi Frekuensi Skor <i>Branding</i> Sekolah (X_2)	88
4.11	Uji Normalitas Galat Taksiran Y atas X_1	91
4.12	Uji Normalitas Galat Taksiran Y atas X_2	91

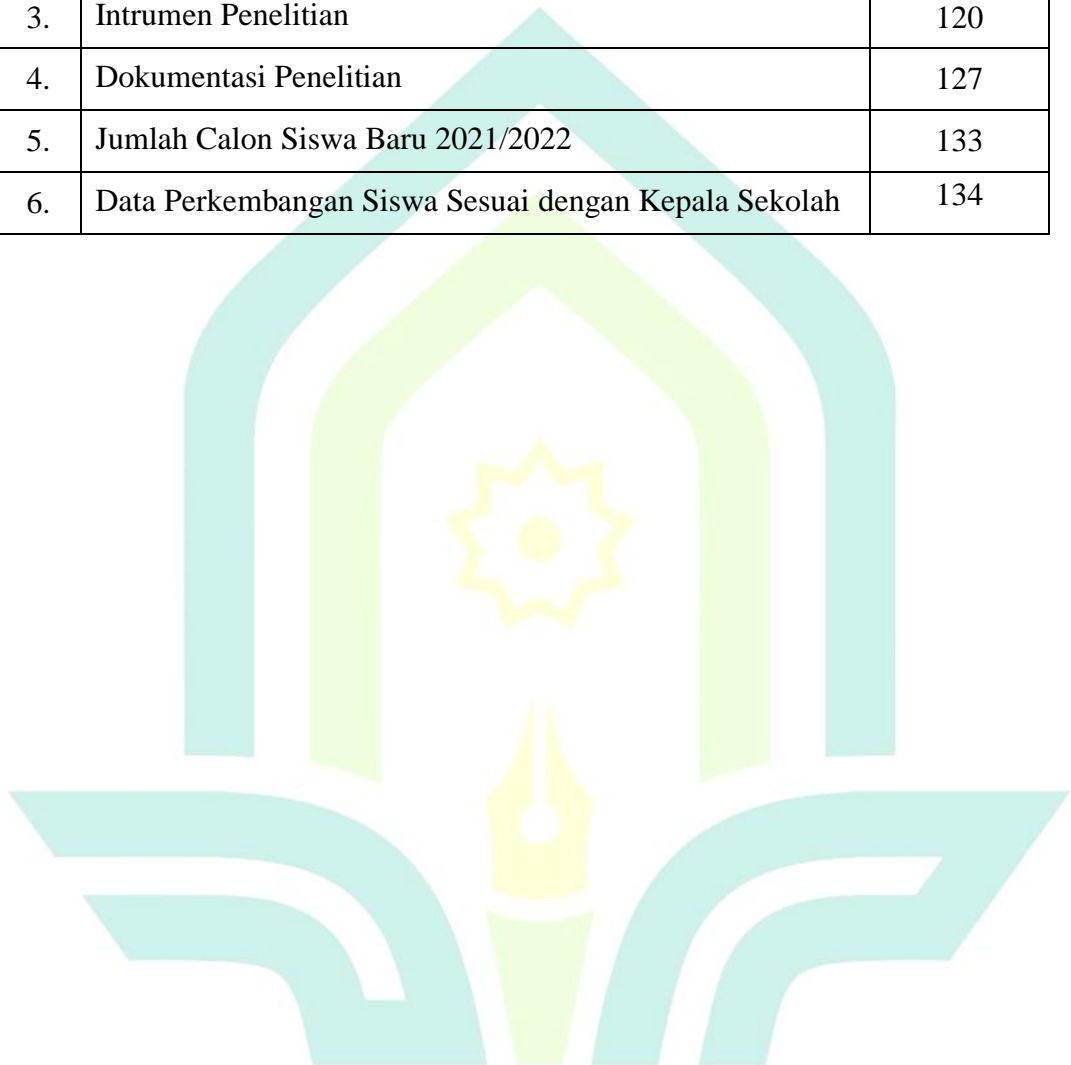
4.13	Normalitas Galat Taksiran Y atas X_1 dan X_2	92
4.14	Rekapitulasi hasil uji normalitas galat taksiran	93
4.15	Anova Y atas X_1	93
4.16	Anova Y atas X_2	94
4.17	Rekapitulasi Hasil Uji Linearitas Persamaan Regresi Y atas X_1, X_2	95
4.18	Rekapitulasi Hasil Uji Homogenitas Varian Y atas X_1 , dan X_2	97
4.19	Uji t Parsial Dalam Analisis Regresi Linear Berganda Uji Pengaruh X_1 Terhadap Y	99
4.20	Besarnya Pengaruh (Koefisien Determinasi) ($\rho_{y,1}$)	100
4.21	Arah Pengaruh (Koefisien Regresi Sederhana) ($\rho_{y,1}$)	101
4.22	Uji t Parsial dalam Analisis Regresi Linear Berganda Uji Pengaruh X_2 Terhadap Y	102
4.23	Besarnya Pengaruh (Koefisien Determinasi) ($\rho_{y,2}$)	103
4.24	Arah Pengaruh (Koefisien Regresi Sederhana) ($\rho_{y,2}$)	103
4.25	Uji F Simultan (Uji F) dalam Analisis Regresi Linear Berganda X_1, X_2 Terhadap Y	105
4.26	Besar Pengaruh (Koefisien Determinasi Ganda) ($R_{y,1,2}$)	106
4.27	Arah Pengaruh (Koefisien Regresi Ganda) ($R_{y,1,2}$)	106
4.28	Rekapitulasi Hasil Uji t Parsial dan Uji F Simultan Dalam Analisis Regresi Linear Berganda (Pengujian Hipotesis Penelitian 1- 3)	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.2	Kerangka Berpikir	34
3.1	Kurva Regresi Linear X_1 - Y	48
3.2	Kurva Regresi Linear X_2 - Y	49
4.1	Histogram variabel minat siswa baru (Y)	83
4.2	Posisi Skor Empirik Terhadap Skor Teoritik Variabel Minat Siswa Baru (Y)	83
4.3	Histogram Variabel Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (X_1)	86
4.4	Posisi Skor Empirik Terhadap Skor Teoritik Variabel penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (X_1)	86
4.5	Histogram Variabel Branding Sekolah (X_2)	89
4.6	Posisi Skor Empirik Terhadap Skor Teoritik Variabel Branding sekolah (X_2)	89
4.7	Heteroskedastisitas ($Y - X_1$)	95
4.8	Skaterplot Minat Siswa Baru	96
4.9	Heteroskedastisitas ($Y - X_1, X_2$)	97
4.10	Kurva Regresi Linier $X_1 - Y$	100
4.11	Kurva Regresi Linier $X_1 - Y$	103

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Surat Ijin Penelitian	118
2.	Surat Keterangan Penelitian	119
3.	Intrumen Penelitian	120
4.	Dokumentasi Penelitian	127
5.	Jumlah Calon Siswa Baru 2021/2022	133
6.	Data Perkembangan Siswa Sesuai dengan Kepala Sekolah	134



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Persaingan antar sekolah yang terjadi sekarang ini begitu atraktif. Sehingga sekolah-sekolah perlu untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan di sekolahnya melalui strategi- strategi yang tepat demi tercapainya kepuasan siswa. Sesuai dengan yang dikatakan oleh (Rahayu 2008) bahwa satuan pendidikan dituntut untuk senantiasa merevitalisasi strateginya, guna menjamin kesesuaian tuntutan lingkungan dan persaingan dengan kekuatan internal yang dimilikinya. Ketidak mampuan suatu satuan pendidikan dalam merespon peluang dan ancaman eksternal, akan mengakibatkan menurunnya siswa baru atau terhambatnya pencapaian kinerja satuan pendidikan. Jika hal ini dibiarkan, maka akan mengancam kelangsungan satuan pendidikan yang bersangkutan.

Nilai-nilai pendidikan agama Islam dan branding sekolah yang di kembang pada lembaga-lembaga pendidikan diharapkan mampu bersaing untuk meningkatkan peserta didik dan mencetak generasi Islami yang intelek profesional atau profesional yang sholeh. Oleh karena itu, lembaga-lembaga pendidikan perlu untuk mengadakan perekonfigurasi tujuan institusionalnya dengan memperhatikan berbagai tuntutan masyarakat dan zaman yang terus berubah. Jika tidak, maka Pendidikan Islam tidak pernah bertahan hidup dalam budaya dan umatnya sendiri seiring dengan pergeseran nilai-nilai islam yang semakin deras (Sahlan, 2011: 3). Maka penerapan nilai-nilai Islam di lembaga-lembaga pendidikan sangat penting untuk dilakukan, agar terdapat keseimbangan antara penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) dengan penanaman keimanan dan ketakwaan (Imtaq). Dengan demikian lembaga-lembaga pendidikan akan dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas tinggi, yakni selain memiliki pengetahuan dan keahlian juga memiliki bekal ilmu pengetahuan agama, moral, akhlak yang mulia, serta amal shalih.

Selain dengan penerapan nilai-nilai Pendidikan agama Islam, kesan positif sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan dapat memberikan

pengaruh terhadap peningkatan siswa baru yaitu tertanam di benak masyarakat merupakan hasil dari sebuah *branding* yang dilakukan oleh pihak sekolah. Menurut pendapat (Malik 2018:10), *branding* merupakan cara membangun persepsi dan memposisikan suatu produk, sehingga lembaga pendidikan membutuhkan strategi *branding* guna menawarkan jasa pendidikan yang terbaik bagi orang tua dan peserta didik. *Branding* yang dilakukan setiap sekolah berbeda begitu pula kesan atau citra positif yang dihasilkan. Fenomena yang terjadi di masyarakat, menggerakkan seluruh sekolah swasta ataupun negeri untuk selalu melakukan evaluasi, inovasi, secara terus menerus dan membuat strategi dalam membangun *branding* sekolah yang sesuai dengan kebutuhan siswa, walimurid dan masyarakat.

Seperti tercantum dalam tujuan umum pendidikan menengah kejuruan adalah : (a) meningkatkan keimanan dan ketakwaan peserta didik kepada Tuhan Yang Maha Esa (Pasal 15 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003). Penjelasan tujuan SMK di atas menjelaskan bahwa, SMK disiapkan khusus untuk dapat siap terjun langsung di dunia kerja setelah lulusan dan meningkatkan keimanan dan ketakwaan peserta didik, sehingga perlu ada upaya khusus dari SMK untuk meningkatkan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *Branding* sekolah untuk peserta didik, sehingga dapat menciptakan lulusan selain berprestasi tetapi sebagai nilai-nilai Islam menjadi bekal siswa-siswi kelak setelah mereka keluar kemudian masuk ke dunia industri dan masyarakat. Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah untuk peserta didik di SMK juga sangat penting karena menjadi daya tarik tersendiri bagi para peserta didik baru (PPDB).

Masa penerimaan peserta didik baru (PPDB), merupakan ajang pembuktian bagi sekolah. Sekolah berkualitas yang dikelola dengan baik akan panen pendaftar. Sebaliknya, sekolah yang tidak dikelola dengan baik pasti akan sepi pendaftar. Berbagai macam strategi bisa diterapkan dalam rangka menjaring peserta didik baru. Strategi tersebut misalnya dengan program unggulan seperti penerapan nilai-nilai Pendidikan agama Islam, *branding* sekolah dan berbagai janji-janji menarik lainnya. Sekolah berharap dengan

strategi tersebut dapat menjaring peserta didik sebanyak-banyaknya. Strategi yang ditawarkan tersebut memang menarik, namun masyarakat sudah cerdas. Saat ini terjadi perubahan pola pikir masyarakat dalam mencari sekolah yang terbaik untuk putra-putrinya. Masyarakat sudah tidak lagi memikirkan masalah jarak, biaya, dan status sekolah negeri atau swasta. Semua itu bukan lagi menjadi alasan utama dalam memilih sekolah. Orang tua rela menempuh jarak yang jauh asalkan sekolah tersebut berkualitas. Biaya bukan lagi persoalan utama karena biaya yang ditawarkan akan sebanding dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Mereka cenderung memilih sekolah berkualitas dengan keunggulan program atau inovasi yang menarik. Misalnya, kurikulum internasional, pembelajaran yang inovatif, program pendidikan karakter, program *full day*, program agama, program tahfidz, program *skill*/keterampilan, guru berprestasi, dan sebagainya.

Tabel. 1.1
Daftar Siswa SMP dan MTs di Kabupaten Tegal

NO	KECAMATAN	SMP	MTS	TOTAL
1	ADIWERNA	8	3	11
2	BALAPULANG	8	11	19
3	BOJONG	6	4	10
4	BUMIJAWA	8	7	15
5	DUKUHTURI	6	3	9
6	DUKUHWARU	5	1	6
7	JATINEGARA	9	6	15
8	KEDUNG BANTENG	3	1	4
9	KRAMAT	6	1	7
10	LEBAKSIU	5	8	13
11	MARGASARI	10	5	15
12	PAGERBARANG	2	4	6
13	PANGKAH	11	4	15
14	SLAWI	7	2	9
15	SURADADI	4	6	10
16	TALANG	6	4	10
17	TARUB	5	4	9
18	WARUREJA	4	3	7
	TOTAL SMP&MTS	113	77	190

Data PPDB SMK Muhammadiyah Adiwerna 2020

Dari Tabel 1.1 bahwa keadaan siswa SMP Negeri maupun swasta dan Mts yang menjadi sasaran siswa baru untuk masuk di SMK Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegal, tapi setiap tahun pelaksanaan PPDB SMK Muhammadiyah Adiwerna selalu mendapatkan kelulusan SMP?MTs sangat sedikit untuk berminat masuk ke SMK Muhammadiyah Adiwerna.

SMK Muhammadiyah Adiwerna memiliki jumlah peserta didik dari tahun ketahun mengalami penurunan yang sangat drastis ketika Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Penjelasan dari Bapak/Ibu guru bahwa di tahun 2010/2011 hanya mendapatkan 46 siswa, kemudian tahun 2011/2012 mendapat 53 siswa, kemudian pada tahun 2012/2013 mendapat 32 siswa baru, tahun 2013/2014 mendapat 26 siswa, ketika itu yang menjadi kepala sekolah adalah Bapak. Drs. H. Dasori, kemudian terjadi pergantian kepala sekolah oleh Bapak. Ahmad Zahid, SH. Sehingga pada tahun 2014/2015 PPDB berhasil mendapat 47 siswa baru, kemudian pada tahun 2015/2016 siswa baru mendapat 44 siswa, dilanjutkan penerimaan siswa baru tahun 2016/2017 mendapatkan 28 siswa dan pada akhir masa jabatan kepala sekolah 2017/2018 hanya mendapat 22 siswa baru, kemudian kepala sekolah diganti oleh Bapak. Arif Muswiyanto, S.Pd, tetapi ketika Penerimaan Peserta Didik Baru pada tahun 2018/2019 terjadi penurunan hanya mendapatkan 19 siswa baru, kemudian pada tahun 2019/2020 hanya mendapatkan 14 siswa baru. Sehingga tidak sesuai dengan jumlah siswa minimal dalam peraturan.

Aturan mengenai jumlah peserta didik dalam satu rombel. Untuk SD, dalam satu kelas berjumlah paling sedikit 20 peserta didik dan paling banyak 28 peserta didik. Untuk SMP, dalam satu kelas berjumlah paling sedikit 20 peserta didik dan paling banyak 32 peserta didik. Untuk SMA, dalam satu kelas berjumlah paling sedikit 20 peserta didik dan paling banyak 36 peserta didik. Untuk SMK, dalam satu kelas berjumlah paling sedikit 15 peserta didik dan paling banyak 36 peserta didik. (Pasal 24 Permendikbud Nomor 17 Tahun 2017).

Beberapa hal yang dilakukan oleh sekolah setelah pergantian kepala sekolah pada tahun 2020/2021, terjadi kenaikan sangat signifikan 80 siswa baru, kemudian tahun 2021/2022 terjadi kenaikan siswa baru 120 dan pada tahun 2022/2023, terjadi kenaikan yang sangat signifikan yaitu 130. Hasil penelitian yang diperoleh di lapangan menunjukkan bahwa, ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh sekolah yaitu sebagai berikut; 1) melakukan kerjasama dengan berbagai pihak baik media cetak maupun media elektronik untuk melakukan kegiatan promosi atau pemasaran sekolah; 2) melakukan kerjasama dengan alumni untuk mengirimkan peserta didik untuk melanjutkan di SMK Muhammadiyah Adiwerna. Melakukan kerjasama dengan media televisi lokal seperti TVRI melalui acara sambung rasa; 2) melakukan kegiatan sosialisasi ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau MTs baik Swasta maupun Negeri yang ada di wilayah Kabupaten Tegal maupun diluar Kabupaten seperti Kota Tegal, Kabupaten Brebes; 3) Membuat Branding sekolah yang menjadi daya tarik anak-anak SMP/MTs yaitu SMK Esport Pertama di Indonesia 4) Sekolah sambil kerja sehingga ketika lulus mereka tidak perlu lagi untuk mencari perusahaan. 5) Sekolah dan bekerja di Jepang bekerjasama PT. NanoEdu Cheria.

Kegiatan program sekolah di atas merupakan salah satu upaya sekolah untuk menarik minat masyarakat. Beberapa penyebab menurunnya minat siswa bersekolah di SMK Muhammadiyah Adiwerna yaitu sarana dan prasarana pembelajaran yang belum memadai misalnya gedung sekolah yang digunakan sebagian besar masih menggunakan bangunan gedung lama yang belum direnovasi hingga sekarang, sehingga penampilan sekolah kurang menarik; kurangnya Lab Akutansi, Lab Animasi dan Lab Komputer kemudian kekurangan peralatan praktek untuk jurusan Otomotif yang dimiliki sekolah sehingga dapat menghambat praktik pembelajaran di SMK Muhammadiyah Adiwerna ; kurangnya pemanfaatan media teknologi dan informasi seperti internet, media sosial (Facebook, Twitter, Line, Path dan masih banyak lagi) dan belum memiliki website sekolah, sehingga dapat mempermudah sekolah dalam memberitahukan informasi kepada siswa. Terutama informasi yang

dibutuhkan oleh siswa dan calon siswa baru, untuk itu pemanfaatan media informasi saat ini sangat penting dalam menunjang keberlangsungan perkembangan sekolah, sehingga dapat bersaing dengan sekolah lain yang berdekatan dengan sekolah SMK Muhammadiyah Adiwerna.

Dengan peminatan yang tinggi dan pertimbangan yang lainnya, seperti penenamaan (*branding*) sekolah, SMK Muhammadiyah Adiwerna, motivasi peserta didik SMK Muhammadiyah Adiwerna sebagai SMK yang selalu konsisten menerapkan nilai-nilai keislaman, dimulai dari Program Tahfidz, Sholat Dhuha, Sholat Duhur Jamaah, dan Sholat Ashar berjamaah, dan setiap hari raya besar Islam, dibawah konsultan SMK Muhammadiyah 7 Gondanglegi Malang Jawa Timur. Selama bulan suci Ramadhan, Siswa diwajibkan untuk menyampaikan Kultum. Kultum diberikan oleh siswa, kemudian video kultum diunggah di YouTube milik sekolah. Makan dan minum sambil duduk dengan tangan kanan, dan setiap siswa yang ingin mengambil uang tabungan harus memasukkan hafalan Al-Qur'an di dalamnya. Semua hal tersebut sejalan dengan Motto Islami, Kreatif, dan Modern. Jurusan yang dikenal sebagai "SMK E-Sport Pertama di Indonesia" yang berperan penting dalam perkembangan SMK Muhammadiyah Adiwerna ini dipilih sebagai branding sekolah tersebut. Departemen terus bersaing untuk mendapatkan tempat bagi siswa yang memiliki keahlian di bidang *game online* sekaligus memberikan layanan pendidikan anak terbaik yang disesuaikan dengan kebutuhan dan bakat siswa.

Dengan menerapkan secara konsisten manfaat pendidikan Islami, dapat membangkitkan semangat anak muda agar menjadi pribadi yang terhormat, mandiri, inventif, kreatif, dan selalu ramah berdiskusi dengan orang-orang yang lebih berpengalaman. sehingga seorang guru juga harus melihat anak sebagai siswa bukan sebagai orang dewasa. Siswa dapat mengembangkan keterampilan komunikasinya dengan siswa lain seusianya, serta dengan guru dan orang tua, untuk mendapatkan saran untuk meningkatkan prestasi siswa. Selalu tingkatkan kemampuan Anda untuk belajar lebih banyak, baik secara akademis maupun di luar sekolah. mampu mengamati setiap perubahan sosial, perubahan politik,

perubahan ekonomi, dan perubahan budaya, memungkinkan peneliti untuk mengajukan kajian “Pengaruh Konsistensi Penerapan Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam dan *Branding* Sekolah Terhadap Minat Siswa Baru Di SMK Muhammadiyah Adiwerna – Kab. " Tegal

1.2. Identifikasi Masalah

Penelitian ini ingin mengungkapkan beberapa masalah pembelajaran Pendidikan Agama Islam di sekolah agar dicarikan jalan penyelesaiannya, namun fokus masalah yang dikemukakan ialah berkaitan dengan Pengaruh konsistensi penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan branding sekolah terhadap minat siswa baru serta aspek-aspek yang mengalami perubahan-perubahan sebagai dampak dari penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam secara konsisten dan adanya pengembangan branding sekolah sehingga dapat meningkatkan jumlah siswa. Dari berbagai masalah yang muncul, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Banyaknya berdiri sekolah-sekolah SMK negeri maupun swasta sehingga terjadi penerunan siswa baru yang berminat masuk ke SMK Muhammadiyah Adiwerna;
2. Kurangnya penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam di sekolah baik para pendidik dan peserta didik, tidak menjadi sekolah pilihan bagi siswa baru untuk melanjutkan studinya;
3. Rendahnya kesadaran guru dan peserta didik dalam memaksimalkan potensi sekolah yang sudah berdiri mulai tahun 1991, untuk memunculkan *branding-branding* sekolah menjadi daya tarik calon peserta didik;
4. Secara umum bapak/Ibu guru untuk proses pembelajaran masih memiliki sekolah non induk selain SMK Muhammadiyah Adiwerna, pelaksanaan penilaian hasil pembelajaran sangat kurang memuaskan bagi para peserta didik;
5. Tidak memiliki program unggulan yang dapat dipromosikan ketika sosialisasi ke sekolah-sekolah SMP/MTs atau sederajat menjadi daya

tarik para peseta didik yang akan melanjutkan studinya ke tingkat SMK;

6. Sistem pengelolaan sekolah yang sangat jauh dari SNP terdiri dari 8 (delapan) Standar Pendidikan Nasional, yaitu: (i) standar kompetensi lulusan; (ii) standar isi; (iii) standar proses; (iv) standar penilaian pendidikan; (v) standar tenaga kependidikan; (vi) standar sarana dan prasarana; (vii) standar pengelolaan; dan (viii) standar pembiayaan; dan
7. Di saat munculnya sekolah-sekolah tingkat SMK baik Negeri dan Swasta dengan berbagai program unggulan yang dilaksanakan SMK Muhammadiyah Adiwerna dengan konsisten menerapkan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam baik untuk pengajar maupun peserta didik dan Branding Sekolah, sehingga terjadi kenaikan jumlah peserta didik baru.
8. Kurangnya pemanfaatan media teknologi dan informasi seperti internet, media sosial (Facebook, Twitter, Line, Path dan masih banyak lagi) dan belum memiliki website sekolah.

1.3.Pembatasan Masalah

Berbagai permasalahan yang berhasil teridentifikasi, penting dilakukan pembatasan, sehingga penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam penentuan fokus penelitian. Permasalahan yang akan diteliti dibatasi Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan Branding sekolah di SMK Muhammadiyah Adiwerna untuk membangun kepercayaan masyarakat khususnya walimurid untuk menyekolahkan putra/putrinya. Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan Branding Sekolah tersebut meliputi tiga rangkaian kegiatan, yaitu: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Maka, berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi, masalah pada penelitian ini dibatasi pada:

1. Perencanaan penerapan Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan Branding Sekolah terhadap minat peserta didik baru untuk memberikan kepercayaan masyarakat dalam memilih sekolah yang tepat.

2. Pelaksanaan penerapan Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *Branding* Sekolah terhadap minat peserta didik baru untuk memberikan kepercayaan masyarakat dalam memilih sekolah yang tepat.
3. Evaluasi penerapan Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *Branding* Sekolah terhadap minat peserta didik baru.

1.4. Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian batasan masalah pada penelitian ini, maka rumusan masalah yang dapat diajukan pada penelitian ini difokuskan pada bagaimana Penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *Branding* sekolah terhadap minat siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegal. Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh nilai-nilai Pendidikan Agama Islam terhadap minat siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna Kab. Tegal?
2. Apakah ada Pengaruh *branding* sekolah terhadap minat siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna?
3. Bagaimana pengaruh konsistensi penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah terhadap minat siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat pada rumusan masalah yang telah disajikan, penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk menemukan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam berpengaruh terhadap peningkatan siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna.
2. Untuk mengetahui pengaruh *branding* sekolah terhadap peningkatan siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna.
3. Menganalisis pengaruh konsistensi penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah terhadap minat siswa baru di SMK Muhammadiyah Adiwerna.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

Manfaat penelitian dan hasil penelitian ini ialah agar menambah pengetahuan serta wawasan bagi para satuan-satuan pendidikan baik ditingkat SD/MI, SMP/Mts dan SMA/SMK/MA, bagaimana mengembangkan sekolah yang awalnya muridnya sedikit menjadi banyak. Selain itu, dengan penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan Branding sekolah dengan konsisten, diharapkan akan menjadi suatu nilai jual yang dapat disosialisasikan/syiarkan di Masyarakat khususnya calon peserta didik baru.

2. Manfaat secara Praktis

Manfaat secara praktis dari hasil penelitian ini ialah:

- a. Menjadi rujukan akademis pada berbagai penelitian berikutnya yang berkaitan dengan pengembangan sekolah.
- b. Dengan dikemukakannya penerapan nilai-nilai Pendidikan agama islam dan branding sekolah secara ilmiah, diharapkan dapat dijadikan acuan bagi pihak sekolah dan lembaga pendidikan yang lain untuk berkembang sesuai dengan program unggulan yang dimiliki
- c. Menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam pendidikan khususnya dalam pengembangan suatu Lembaga pendidikan.
- d. Mengungkap dalil-dalil, prinsip-prinsip, atau teori-teori Pendidikan agama islam yang dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan yang berprinsip pada ajaran Islam yang rahmatan lil alamin, sehingga mencetak generasi-generasi islam.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan dalam penelitian dapat ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Berdasarkan hasil uji t parsial dalam analisis regresi berganda menunjukkan kalau ada pengaruh positif serta signifikan penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam terhadap minat siswa baru yang ingin melanjutkan ke SMK Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegal berdasarkan hasil uji t parsial dalam analisis regresi linear berganda yang menampilkan kalau t hasil kalkulasi (t_{hitung}) ialah 4,615 serta t pada tabel (t_{tabel}) ialah 1,991 ($t_{hitung} = 4,615 > t_{tabel} = 1,991$) serta nilai signifikansi $0,000 <$ dari probabilitas $0,05/5\%$. Besarnya pengaruh ditampilkan oleh koefisien determinasi R^2 (*R square*) = 0,218. Maknanya kalau penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam memberikan pengaruh terhadap minat siswa baru sebesar 21,8% serta sisanya yaitu 78,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Sebaliknya arah pengaruh bisa dilihat dari hasil analisis regresi sederhana yang menampilkan persamaan regresi linear sederhana (*unstandardized coefficients B*) $\hat{Y} = 59,750 + 0,503 X_1$. Maknanya kalau setiap peningkatan satu unit skor pembelajaran daring akan berpengaruh terhadap peningkatan skor minat siswa baru sebesar 0,503.
2. Berdasarkan hasil uji t parsial dalam analisis regresi berganda menampilkan kalau terdapat pengaruh positif serta signifikan *branding* sekolah terhadap minat siswa baru berdasarkan hasil uji t parsial dalam analisis regresi linear berganda yang menampilkan kalau t hasil kalkulasi (t_{hitung}) ialah 4,222 serta t pada tabel (t_{tabel}) ialah 1,991 ($t_{hitung} = 4,222 > t_{tabel} = 1,991$) serta nilai signifikansi $0,000 <$ dari probabilitas $0,05/5\%$. Besarnya pengaruh ditampilkan oleh koefisien determinasi R^2 (*R square*) = 0,189. Maknanya kalau *branding* sekolah memberikan pengaruh terhadap minat siswa baru sebesar 18,9% serta sisanya yaitu 81,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Sebaliknya arah pengaruh bisa dilihat dari hasil analisis regresi sederhana,

yang menampilkan persamaan regresi linear sederhana (*unstandardized coefficients B*) $\hat{Y} = 64,092 + 0,480 X_2$. Maknanya kalau setiap peningkatan satu unit skor *branding* sekolah akan memberi pengaruh terhadap peningkatan skor minat siswa baru sebesar 0,480.

3. Berdasarkan hasil uji f menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah terhadap minat siswa baru SMK Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegal mengenai besar pengaruh ditampilkan oleh koefisien determinasi R^2 (*R square*) = 0,365. Maknanya kalau penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam serta *branding* sekolah memberi pengaruh terhadap minat siswa baru sebesar 36,5% serta sisanya ialah 63,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Sebaliknya, mengenai hasil analisis regresi ganda menunjukkan persamaan regresi (*unstandardized coefficients B*) $\hat{Y} = 17,200 + 0,455 X_1 + 0,426 X_2$ yang maknanya kalau setiap peningkatan skor penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam serta *branding* sekolah secara bersama-sama atau simultan akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat siswa baru sebesar 0,881.

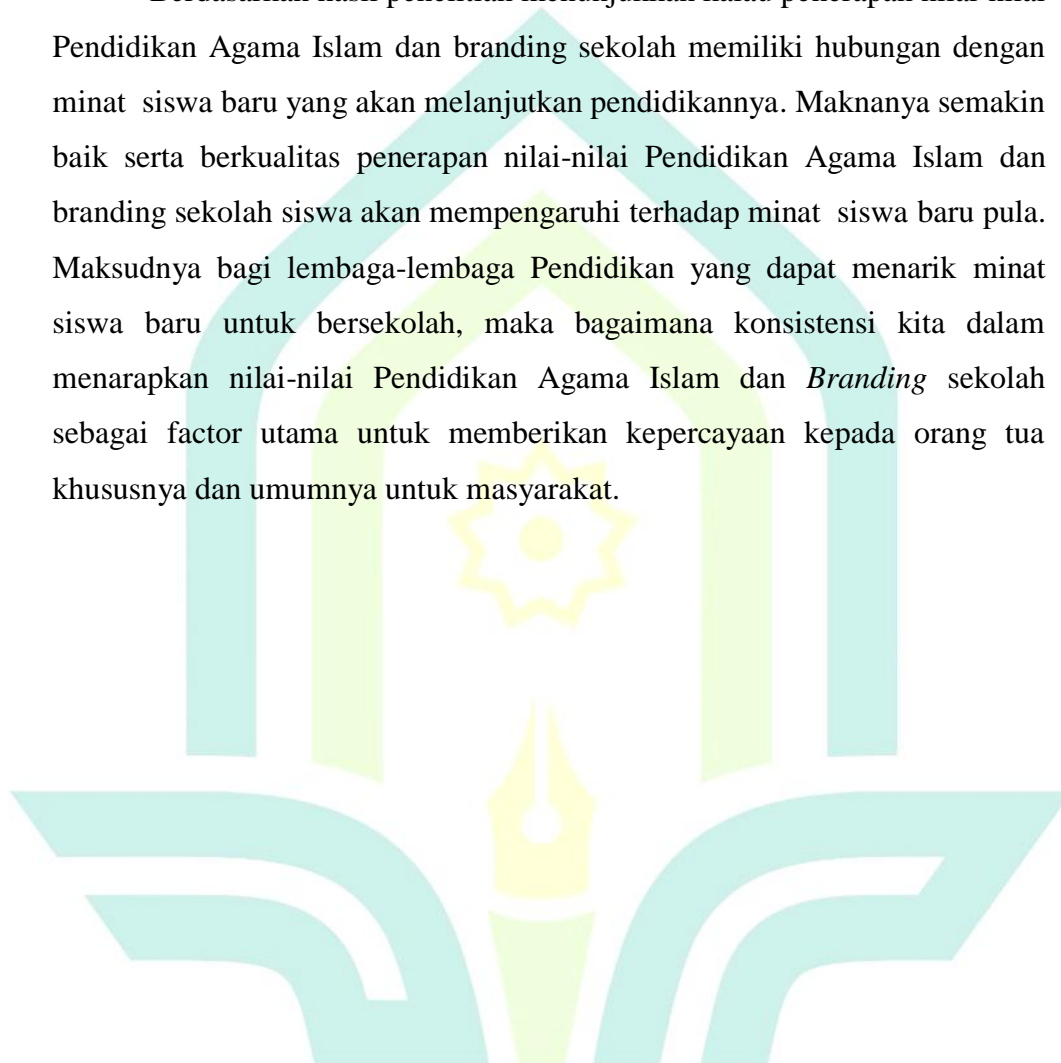
5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kalau penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah memiliki hubungan dengan minat siswa baru. Maknanya semakin baik serta berkualitas penerapan nilai-nilai pendidikan agama Islam dan *branding* sekolah siswa akan mempengaruhi terhadap minat siswa yang akan melanjutkan sekolah yang diinginkan. Maksudnya minat siswa baru yang banyak masuk ke sekolah tersebut memiliki peran berarti waktu sehingga diperlu diciptakan penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah agar dapat menyelamatkan sekolah-sekolah yang kekurangan siswa ketika pelaksanaan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru)

Sehingga para pendidik baik dari pihak kepala sekolah serta orang tua dalam memberikan kepercayaan dengan sungguh-sungguh yaitu dengan menerapkan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *branding* sekolah, sesuai apa yang diminati oleh peserta didik.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kalau penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan branding sekolah memiliki hubungan dengan minat siswa baru yang akan melanjutkan pendidikannya. Maknanya semakin baik serta berkualitas penerapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan branding sekolah siswa akan mempengaruhi terhadap minat siswa baru pula. Maksudnya bagi lembaga-lembaga Pendidikan yang dapat menarik minat siswa baru untuk bersekolah, maka bagaimana konsistensi kita dalam menarapkan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan *Branding* sekolah sebagai factor utama untuk memberikan kepercayaan kepada orang tua khususnya dan umumnya untuk masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mujib, Muhaimin. 1993. *Pemikiran Pendidikan Islam Kajian Filosofis Dan Kerangka Dasar Operasionalnya*. Bandung: PT Trigenda Karya.
- Ali Sarwan. 2006. *Ciri-Ciri Pendidikan Islam*. Internet, 23 Maret 2006.
- Aswil Rony, *Alat Ibadah Muslim Koleksi Museum Adhityawarman*, (Padang: Bagian proyek permuseuman Sumatera Barat, 1999), hlm:18
- Abdul A'ala al-Maududi*, *Dasar-dasar Islam*, (Bandung, Pustaka, 1994), 107. 39
Hamzah Ya'qub, *Etika Islam*, (Bandung: CV, Diponegoro, 1996)
- A. *Mudjab Mahalli*, *Pembinaan Moral di Mata al-Ghazali*, (Yogyakarta: BFE, 1984), h. 257. 55
Abudin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo ...54 halaman
- Abuddin Nata*. 1996. *Akhlak Tasawuf*, Jakarta: PT. Raja Grafindo. Persada. *Al-munjid fi al-lughah wa al-i'lam*. 1989, Beirut: Dar Al- Masyriq, cet. Ke 28 ...3 halaman
- Abdullah Salim*, *Akhlak Islam : Membina Rumah Tangga dan Masyarakat* (Jakarta: Media. Dakwah, 1989), 155-158
- Arild Waeraas & Marianne N. Solbakk, *“Defining the Esence of a University : Lesson from Higher Education Branding”*, High Educ, 58(tb, 2009), 451
- Aaker, David, *Aaker on Branding*, Terj : Eta Sitepoe, Jakarta : Gramdia Pustaka Utama, 2015: 300)
- Arief Kurniawan, *Hubungan Antara Minat Terhadap Media Pornografi Dengan Intensi Pacaran Pada Siswa-Siswi SMP H.Isriati Semarang Tahun Ajaran 2008/2009*, Skripsi
- Ahmad Sodikin, Ikhwan Hamdani dan Gunawan Ikhtiono. Universitas Ibu Khaldun Bogor (2018),*“Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Siswa bersekolah di MTs Al-Asiyah Cibinong”*
- Ahmad Darda dan Budiman Abdulah. STIE Muhammadiyah Jakarta (2018), *“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat bersekolah di SMA Muhammadiyah Wanaraja Kabupaten Garut Jawa Barat*

- Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta. Arsyad, Azhar. 2013. Media Pembelajaran. Jakarta 2 halaman*
- Catherina Kaputa, *You are a Branding*, Terj : Bunga Putra, (Jakarta : GagasMedia, 2010), 1-2
- Creswell W. John. 2013. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Departemen Kesehatan Republik Indonesia 1 halaman*
- Departemen Agama, *al-Quran dan Terjemahnya, op,cit.*, h. 492
- David Aaker, *Aaker on Branding*, Terj : Eta Sitepoe, (Jakarta : Gramdia Pustaka Utama, 2015), 3
- Diah Puspita Loka, Mahpus, Wandu Syahindra dan Asri Karolina' Institut Agama Islam Negeri Curup Bengkulu (2020) "Strategi Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru
- Endang Syafruddin Anshari, Wawasan Islam Pokok-pokok Pemikiran Tentang Islam.*, (Jakarta, Raja Wali, 1990), hlm. 24. 25
- Erna Ferrinadewi, *Merek & Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), 137
- Fandy Tiptono, *Brand Management & Strategy*, (Yogyakarta : Andi, 2005), 140
- Firdaus pada Program Pascasarjana IAIN Pekalongan tahun 2017/1438 H, Implementasi Manajemen Branding dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Islam di SD Muhammadiyah Paesan Program Khusus Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.
- Gunawan Widjaja, Lestari, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, h. 11
- Hasan, Chalijah, 1994, *Dimensi-dimensi Psikologi Pendidikan*, (Surabaya: al-Ihklas
- Hamzah Ya'qub, Haji. Terbitan,,: Pedoman Ilmu Jaya, 1996. Institusi,,: Perpustakaan Nasional RI. Gedung*
- Hermawan Kartajaya, *Positioning Diferensiasi Brand*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2004), 1

- Hermawan Kartajaya, et. al, *Positioning Diferensiasi Brand : memenangkan persaingan dengan segitiga Positioning Diferensiasi Brand*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2004), 5-15
- Ike Janita Dewi, *Inspirasi Bisnis : Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis dan Karir*, (Yogyakarta : Amara Books, 2005), 11
- Kifayatul Akhyar, Junaidi, Sesmiami, Supratman Zakir, dengan judul Nilai – nilai Pendidikan Agama Islam dalam Q.S. Lukman ayat 12 – 19 telaah Tafsir Al – Azhar dan Al – Misbah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Bukittinggi tahun 2021.
- Karsono., Purwanto., & Salman, A. M. B. (2021). Program Doktor Manajemen Pendidikan Islam, IAIN Surakarta dengan judul Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri.
- Lilis Yuliati, *Jurnal Walisongo (Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat)*, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011, hlm. 110
- Muhammad Nur Abdul Hafizh Suwaid, *Prophetic Parenting: Cara Nabi Shalallahu ‘Alaihi wa Sallam Mendidik Anak,...* hlm.118
- Mas’ad Fachir, *International Networking, Branding and Marketing*, (Surabaya : PWM Jatim, 2012), 47
- Muhammad Nur, dengan judul Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dalam Konsep Pendidikan Multikultural, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Samarinda, tahun 2019
- Muhammad Irsyad Nilai – nilai Pendidikan Agama Islam dalam pemikiran Sunan Kalijaga serta kontribusinya terhadap pengembangan Pendidikan Agama Islam.pada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2015
- Muhammad Burhan Jamaluddin pada Program Pascasarjana IAIN Purwokerto tahun 2020, *Strategi Branding di Sekolah Dasar Islam Plus Masyitoh Yayasan Miftahul Huda Kroya Cilacap*
- Mika Julianti. Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, Pacet Mojokerto (2021), “Manajemen. Strategi. Hubungan. Masyarakat. dalam Meningkatkan. Minat Calon. Siswa. Bersekolah. di Yayasan Surban. MTs Pacet. Mojokerto”

Mufarrikoh, Zainatul (2020) *STATISTIKA PENDIDIKAN (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*

Nasruddin Razak, Dienul Islam, Alma'arif, Bandung, 1986, hlm. 119

Nurcholis Madjid, *Islam dan Demokrasi* 1995: 57

Nasution, *Minat Membaca Sastra Pelajar SMA Kelas III DKI Jakarta* (Jakarta Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud, 1981), hlm. 1.

Pasal 15 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003

Pasal 24 Permendikbud Nomor 17 Tahun 2017

Patricia F. Nicolino, *The Complete Ideal's Guide : Brand Management*, Terj : Sugiri, (Jakarta : Prenada, 2007), 4

Pinton Setya Mustafa, H. G. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga*

Rajab Dauri. 2007. *Islam dan Nilai*. Internet, 17 Juli 2007

Ruqaiyah M. 2006. *Konsep Nilai dalam Pendidikan Islam*

Raminah Barbirin, *Teori dan Apresiasi Puisi* (Semarang: IKIP Semarang Press, 1990), hlm.16-17.

Raden Ahmad Muhajir Ansori dengan judul *Strategi Penanaman Nilai – nilai Pendidik Agama Islam pada peserta didik STTT Ibnu Sina Malang tahun 2016* (Radeng Ahmad Muhajir Ansori, 2016)

Riyono dengan judul. *Strategi Branding Menuju Sekolah Bermutu Studi Multisite di SD Muhammadiyah 2 Tulangan dan SD Muhammadiyah Bangil* tahun 2018 di Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Shamil M. Valitov, "University Brand as a Modern Way of Winning Competitive Advantage", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 152, (tb, 2014), 299

Shaleh Abdul Rahman, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 263.

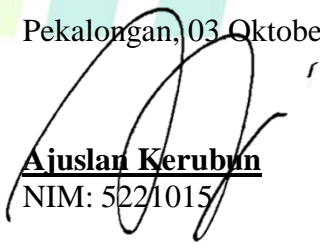
Shaleh Abdul Rahman, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu* 2011: 264)

- Sugiyono (2017:148) statistik inferensial meliputi statistik parametris *dan* statistik non-parametris. Statistik inferensial
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- ; *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sanjaya, Wina. 2013. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana. Kurniasih, Imas. Dkk. 2016
- Veithzal Revai Zainal, et.al, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2017), 326.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Yogyakarta : Andi, 2015: 373)Pemasaran*,
- Tjiptono, Fandy, *Brand Management & Strategy*, Yogyakarta : Andi, 2005: 140)
- Ujang Didi Supriyadi, *Jurnal Ilmu Pendidikan (Pelaksanaan BOS Dan Minat Masyarakat Mengikuti Pendidikan Dasar Gratis)*, Jilid 17, Nomor 1, Februari 2010, hlm. 80
- W.J.S. Poerwadarminta; diolah kembali oleh Pusat Pembinaan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan,
- Wirania Swasty, *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 3

BIODATA PENULIS

Nama : AJUSLAN KERUBUN
Tempat Tgl Lahir : Ambon, 03 September 1981
Alamat : Jl. Raya Pendil Rt.01/Rw.01 Desa Pendil Kec.
Banyuanyar Kab. Probolinggo Jawa Timur
Telpon/WA : 082338967494
E-mail: : ajuslankerubun81@gmail.com
Pendidikan :
S1 : Pendidikan Agama Islam STAI Probolinggo Tahun lulus 2011
SLTA : MA Baitul Arqom Balung Jember Tahun lulus 2003
SLTP : MTsN Batu Merah Ambon Tahun lulus 1997
SD : SDN 2 Impres Bula Maluku Tengah Tahun lulus 1993
Pengalaman Kerja : Tahun 2011 sampai 2016 Kepala Sekolah SD
Muhammadiyah Kreatif Kraksaan Probolinggo Jawa
Timur, Tahun 2017 sampai 2019 Direktur Pondok
Pesantren INSAT (Internasional Sain and
Teknologi) Banyuwangi Jawa Timur, Tahun 2020
sampai sekarang Kepala Sekolah SMK
Muhammadiyah Adiwerna Kabupaten Tegak Jawa
Tengah
Karya Ilmiah :
Buku : Menghafal Al-qur'an dengan Menyenangkan
Artikel ICIS : *Islamic Education Management*

Pekalongan, 03 Oktober 2023


Ajuslan Kerubun
NIM: 5221015