

**KEPEMIMPINAN VISIONER DALAM MENINGKATKAN BRANDING LEMBAGA
PENDIDIKAN ISLAM SWASTA**

Studi kasus di Ponpes As Syuja'iyah Blitar

Oleh :

Achmad Zaid Rohmatulloh

zedahmad1702@gmail.com

Abstract

Social transformation and rapid digitalization have created new demands for private Islamic educational institutions, particularly pesantren, to adopt modern governance and develop strong institutional branding. This study aims to explore the strategic role of visionary leadership in enhancing the branding of Islamic educational institutions based on pesantren. The research focuses on Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar, addressing three main issues: the form of visionary leadership implemented, the branding strategies applied, and the supporting and inhibiting factors involved. This research employs a qualitative descriptive approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation, and analyzed using the Miles and Huberman interactive analysis model. The findings reveal that visionary leadership at As Syuja'iyah is characterized by long-term vision, innovative governance, and participatory communication aligned with Islamic values. The branding strategies include information digitalization, quality improvement through the integration of religious and formal curricula, and emotional-spiritual engagement through community religious activities. Supporting factors include leadership commitment, a solid management team, and an adaptive organizational culture, while the inhibiting factors involve limited digital human resources and resistance to innovation. This study concludes that synergy among values, strategic vision, and institutional innovation is the key to successful pesantren branding in the digital era. The implications contribute conceptually to the development of Islamic education management and offer a replicable model of visionary leadership practices.

Keywords: Visionary Leadership, Pesantren Branding, Private Islamic Education, Digitalization, Educational Management

Abstrak

Transformasi sosial dan percepatan digitalisasi telah menimbulkan tuntutan baru bagi lembaga pendidikan Islam swasta, khususnya pesantren, untuk mengembangkan tata kelola yang modern dan branding kelembagaan yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran strategis kepemimpinan visioner dalam meningkatkan branding lembaga pendidikan Islam berbasis pesantren. Studi ini difokuskan pada Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar, dengan tiga

fokus utama: bentuk kepemimpinan visioner yang diterapkan, strategi branding yang digunakan, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Temuan menunjukkan bahwa kepemimpinan visioner di As Syuja'iyah ditandai oleh visi jangka panjang, inovasi dalam tata kelola, dan komunikasi partisipatif yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Strategi branding meliputi digitalisasi informasi, peningkatan mutu pendidikan berbasis integrasi kurikulum diniyah dan formal, serta pendekatan emosional-spiritual melalui kegiatan sosial keagamaan. Faktor pendukung mencakup komitmen pimpinan, tim manajemen yang solid, dan budaya organisasi adaptif, sementara hambatannya meliputi keterbatasan SDM digital dan resistensi terhadap inovasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi antara nilai, visi strategis, dan inovasi kelembagaan merupakan kunci keberhasilan branding pesantren di era digital. Implikasi dari penelitian ini memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan manajemen pendidikan Islam serta menawarkan model praktik kepemimpinan visioner yang dapat direplikasi.

Kata Kunci: Kepemimpinan Visioner, Branding Pesantren, Pendidikan Islam Swasta, Digitalisasi, Manajemen Pendidikan

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi sosial dan kemajuan teknologi telah mengubah paradigma masyarakat dalam memandang lembaga pendidikan, termasuk pesantren. Saat ini, pesantren tidak hanya dituntut unggul dalam pembentukan karakter dan spiritualitas, tetapi juga diharapkan memiliki sistem tata kelola yang profesional dan adaptif. Branding kelembagaan pun menjadi strategi penting bukan hanya untuk promosi, melainkan juga sebagai instrumen membangun kepercayaan publik dan memperkuat identitas lembaga (Haryanti & Indarti, 2022: 14).

Dalam konteks pendidikan Islam, branding yang efektif mencerminkan integrasi antara nilai, visi, dan praktik lembaga secara konsisten. Kepemimpinan visioner Islami berperan penting dalam merumuskan arah strategis yang mencerminkan nilai-nilai pesantren ke dalam strategi kelembagaan, termasuk dalam membentuk budaya organisasi dan strategi komunikasi publik (Sunardi, Fitriani & Imran, 2021: 105). Pemimpin visioner yang mengedepankan prinsip syura, amanah, dan keteladanan dapat mendorong pesantren lebih adaptif dalam menjawab tantangan zaman tanpa kehilangan identitas keislamannya (Wahib, 2023: 2390).

Digitalisasi menjadi peluang strategis dalam branding pesantren, khususnya melalui media sosial dan platform daring. Meski demikian, banyak pesantren masih menghadapi kendala seperti rendahnya partisipasi pimpinan dalam membangun narasi kelembagaan yang kuat serta minimnya kemampuan mengelola konten digital secara konsisten (Ghazali & Nasrullah, 2023: 56). Branding

digital memerlukan pendekatan yang tidak hanya teknis, tetapi juga berbasis nilai dan komunikasi strategis jangka panjang.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan branding tidak hanya ditentukan oleh individu kyai, tetapi juga oleh sinergi antara semua elemen internal, seperti guru, pengurus, dan santri. Sayangnya, sebagian besar kajian tentang kepemimpinan di pesantren masih berfokus pada manajemen mutu dan transformasi kurikulum, bukan pada branding institusi secara komprehensif (Imaduddin, 2022: 77; Falah et al., 2022: 41). Hal ini menciptakan kesenjangan teoretis yang menunjukkan perlunya studi mendalam tentang hubungan antara kepemimpinan visioner dan penguatan brand kelembagaan pesantren.

Konteks lokal seperti di wilayah Blitar memperkuat urgensi penelitian ini, mengingat tuntutan masyarakat terhadap pesantren yang mampu menyediakan pendidikan religius sekaligus adaptif terhadap perkembangan teknologi, kewirausahaan, dan nilai-nilai modern. Pesantren yang hanya mengandalkan sistem tradisional tanpa inovasi branding berisiko kehilangan daya saing sosial dan edukatif. Oleh karena itu, sinergi antara kepemimpinan visioner dan strategi branding menjadi krusial dalam menjamin eksistensi dan keberlanjutan lembaga pendidikan Islam di masa depan (Yaqin et al., 2024: 119).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dirancang untuk mengisi kesenjangan ilmiah dan empiris terkait peran strategis kepemimpinan visioner dalam optimalisasi branding kelembagaan pada lembaga pendidikan Islam swasta berbasis pesantren. Fokus kajian ini diarahkan pada Pondok Pesantren As-Syuja'iyah Blitar yang sedang menjalani proses transformasi manajerial menuju tata kelola modern yang berlandaskan visi transformatif dan nilai-nilai khas pesantren. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai mekanisme perumusan strategi branding oleh pemimpin lembaga, konstruksi persepsi publik, serta penciptaan diferensiasi nilai yang berkelanjutan sebagai bagian dari dinamika kepemimpinan visioner. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi substantif bagi pengembangan khazanah keilmuan dalam bidang manajemen pendidikan Islam, khususnya pada aspek kepemimpinan dan strategi branding, serta menawarkan implikasi praktis bagi para pengelola pesantren dan lembaga pendidikan Islam swasta dalam merancang penguatan positioning dan daya saing kelembagaan secara lebih terstruktur, adaptif, dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1. Bagaimana Bentuk Kepemimpinan Visioner yang Diterapkan di Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar?*
- 2. Apa Saja Strategi yang Digunakan oleh Pimpinan Pesantren dalam Membangun dan Meningkatkan Branding Lembaga?*
- 3. Apa Saja Faktor Pendukung dan Penghambat Kepemimpinan Visioner dalam Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan Islam Swasta di Ponpes Modernas Syuja'iyah*

Blitar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan Bentuk dan Karakteristik Kepemimpinan Visioner yang Diterapkan di Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar.
2. Menganalisis Strategi yang Digunakan Pimpinan Pesantren dalam Membangun dan Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan Islam Swasta.
3. Menjelaskan Faktor Pendukung dan Penghambat Kepemimpinan Visioner dalam Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan Islam Swasta di Ponpes Modernas Syuja'iyah Blitar.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara Teoretis:

- Penelitian ini memperkaya teori kepemimpinan visioner dalam konteks pendidikan Islam swasta, khususnya pesantren. Ia menguatkan bahwa kepemimpinan visioner berperan strategis dalam membangun branding lembaga, serta mempertemukan nilai-nilai pesantren dengan konsep branding modern..

Secara Praktis:

1. Pimpinan pesantren sebagai pedoman dalam membangun citra lembaga.
2. Lembaga pendidikan Islam swasta lain sebagai model strategi branding berbasis nilai keislaman.
3. Pemerhati pendidikan untuk melihat praktik baik kepemimpinan visioner.
4. Peneliti lanjutan sebagai referensi dalam pengembangan topik serupa.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pengertian Kepemimpinan Visioner Dalam Konteks Pendidikan Islam

Kepemimpinan berasal dari kata "leader" yang berarti pemimpin, dan "leadership" sebagai seni atau kemampuan memengaruhi orang lain dalam rangka mencapai tujuan bersama. Dalam konteks kelembagaan, kepemimpinan berperan strategis sebagai penggerak utama arah, strategi, dan pencapaian tujuan organisasi (Hasibuan, 2018: 184). Dalam lembaga pendidikan, terutama pendidikan Islam, kepemimpinan menjadi penentu mutu tata kelola dan transformasi nilai dalam pembentukan karakter peserta didik (Mulyasa, 2017: 89).

Kepemimpinan visioner merupakan model kepemimpinan yang berorientasi masa depan. Ia ditandai oleh kemampuan pemimpin dalam merumuskan visi yang ideal, mentransformasikan nilai, dan menggerakkan seluruh elemen organisasi menuju cita-cita bersama. Seorang pemimpin visioner tidak hanya menyusun rencana strategis, tetapi juga mampu membangun semangat kolektif dan budaya inovasi dalam menghadapi perubahan (Nanus, 1992: 11). Dalam pendidikan Islam, kepemimpinan visioner tidak sekadar administratif, tetapi juga spiritual dan moral (Wijaya, Suparman & Mimar, 2021: 71).

Menurut Goleman, kepemimpinan visioner mengarahkan individu menuju mimpi bersama melalui visi yang kuat dan berdampak pada iklim emosional positif dalam organisasi. Kepemimpinan jenis

ini efektif ketika organisasi membutuhkan arah baru atau sedang menghadapi perubahan besar (Goleman, 2002: 60). Sementara McLaughlin menegaskan bahwa pemimpin visioner adalah agen perubahan sosial yang mampu melihat gambaran besar, bekerja dengan intuisi, dan memberikan makna tinggi dalam setiap langkah organisasi (McLaughlin, 2001: 29).

Dalam konteks pendidikan Islam, kepemimpinan visioner menggabungkan antara visi strategis dan nilai-nilai tauhid. Pemimpin ideal adalah mereka yang mampu membaca tanda-tanda zaman, merespons dinamika sosial, dan membangun budaya akademik yang unggul dan adaptif. Mereka tidak hanya menciptakan visi, tapi juga menjadikannya panduan kolektif melalui komunikasi yang efektif dan inspiratif (Maulana, 2020: 104). Nilai-nilai profetik seperti *sidq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah* menjadi prinsip dasar yang harus tertanam dalam karakter pemimpin pendidikan Islam (Kastaji, Mutohar & Sujianto, 2021: 64).

Dengan demikian, kepemimpinan visioner dalam pendidikan Islam bukan sekadar gaya manajerial, tetapi merupakan kekuatan moral dan transformasional yang berperan sebagai pengarah perubahan, penjaga nilai-nilai, dan penentu arah strategis lembaga pendidikan di tengah era globalisasi. Ia menjadi fondasi utama dalam membentuk identitas lembaga yang progresif, adaptif, namun tetap berakar pada nilai-nilai Islam (Zamroni, 2019: 45).

2.2 Ciri, Karakteristik, Dan Peran Pemimpin Visioner

Ciri-Ciri Kepemimpinan Visioner

Kepemimpinan visioner ditandai dengan orientasi ke masa depan dan kemampuan menciptakan visi yang jelas serta strategi untuk mencapainya. Pemimpin visioner memiliki legitimasi, baik formal maupun nonformal, yang memberinya ruang luas untuk berinovasi demi kemajuan organisasi, meskipun disertai dengan tantangan dan risiko yang lebih besar. Namun demikian, kepemimpinan semacam ini memberikan kepuasan batin karena mengaktualisasikan peran sosial dalam masyarakat (Sashkin & Sashkin, 2003: 80).

Menurut Sashkin dan Sashkin, karakter utama pemimpin visioner meliputi: (1) berpikir ke depan, (2) membangun dan mengomunikasikan visi secara jelas, serta (3) melibatkan orang lain untuk mendukung visi tersebut (Sashkin & Sashkin, 2003: 84). Sementara itu, Komariah dan Triatna mengidentifikasi karakteristik pemimpin visioner sebagai: (1) fokus pada masa depan, (2) agen perubahan, (3) pengarah prioritas organisasi, (4) pelatih profesional, dan (5) pembimbing menuju profesionalisme kerja (Komariah & Triatna, 2006: 73).

Agar dapat menjadi pemimpin visioner, seseorang perlu memahami bahwa visi adalah gambaran ideal masa depan yang menjadi kekuatan utama organisasi dalam menghadapi tantangan global melalui budaya dan perilaku organisasi yang progresif dan adaptif (Sashkin & Sashkin, 2003: 90).

Karakteristik Kepemimpinan Visioner dalam Pendidikan Islam

Kepemimpinan visioner dalam pendidikan Islam tidak hanya menyusun visi jangka panjang, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan strategi kepemimpinan yang responsif terhadap perubahan zaman. Gaya kepemimpinan ini bersifat transformatif, inspiratif, dan berorientasi pada

mutu pendidikan berkelanjutan (Kastaji, Mutohar & Sujianto, 2024: 51).

Menurut Kastaji, Mutohar, dan Sujianto, terdapat tujuh karakteristik utama pemimpin visioner dalam pendidikan Islam, yaitu:

- 1. Visi strategis berbasis nilai Islam: Visi pemimpin harus bersumber dari prinsip tauhid, akhlak, dan keadilan sebagai arah transformasi pendidikan yang berkualitas.*
- 2. Berpikir strategis dan inovatif: Pemimpin harus mampu membaca tantangan masa depan dan menyusun strategi adaptif yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam kebijakan pendidikan.*
- 3. Inspiratif dan memotivasi: Pemimpin menjadi teladan dan sumber motivasi melalui komunikasi efektif dan integritas pribadi.*
- 4. Berbasis nilai spiritual dan moral Islam: Kepemimpinan dilandasi oleh amanah, kejujuran, dan tanggung jawab, dengan orientasi pada pembentukan insan beriman dan bertakwa.*
- 5. Komunikatif dan partisipatif: Mendorong komunikasi terbuka dan kolaboratif antara seluruh elemen lembaga untuk mendukung pencapaian visi.*
- 6. Mampu mengelola perubahan: Pemimpin menciptakan lingkungan kondusif untuk inovasi dan pembaruan yang relevan dengan perkembangan teknologi dan sosial.*
- 7. Berkomitmen terhadap mutu dan keunggulan: Pemimpin senantiasa mendorong evaluasi dan peningkatan kualitas secara berkelanjutan (Kastaji et al., 2024: 52–55).*

Studi oleh Arkaan et al. turut menegaskan bahwa efektivitas kepemimpinan visioner terletak pada sinergi antara kemampuan teknis, kecerdasan emosional, dan kepemimpinan spiritual, yang membentuk budaya organisasi yang etis, kolaboratif, dan sarat nilai ukhuwah (Arkaan et al., 2024: 66).

Peran Kepemimpinan Visioner

Seorang pemimpin visioner memiliki tanggung jawab strategis dalam mengarahkan, menginspirasi, dan mendorong transformasi organisasi pendidikan. Burth Nanus menegaskan bahwa pemimpin visioner harus memahami dengan jelas arah masa depan yang ingin dicapai dan bertindak proaktif dalam mewujudkan visi tersebut, khususnya dalam konteks lembaga pendidikan (Nanus, 1995: 11).

Adapun peran-peran utama kepemimpinan visioner meliputi:

- 1. Penentu Arah (Direction Setter)*
Pemimpin visioner menetapkan arah organisasi melalui pemikiran rasional dan sistematis, terlebih saat organisasi menghadapi perubahan struktural. Ia menganalisis opsi-opsi strategis dan mengarahkan seluruh potensi menuju sasaran masa depan yang jelas.
- 2. Agen Perubahan (Agent of Change)*
Pemimpin visioner menolak kondisi stagnan. Ia menciptakan perubahan melalui inovasi dan terobosan-terobosan baru dalam pembelajaran, manajemen sekolah, dan kerja sama kelembagaan, dengan orientasi pada keunggulan dan peningkatan kinerja berkelanjutan.
- 3. Juru Bicara (Spokesperson)*

Sebagai representasi lembaga, pemimpin visioner menyampaikan visi organisasi kepada pihak internal dan eksternal. Ia menjadi negosiator yang efektif dalam membangun kemitraan strategis yang mendukung pengembangan lembaga, melalui komunikasi yang empatik, logis, dan persuasif.

4. Pelatih (Coach)

Pemimpin bertindak sebagai pelatih (coach) yang mengoptimalkan kinerja tim melalui pengarahan, dukungan emosional, serta membangun kepercayaan kolektif untuk mencapai visi bersama. Dalam praktiknya, ia berperan ganda sebagai player-coach—mengarahkan sekaligus terlibat aktif dalam proses kerja tim (Nanus, 1995: 32).

2.3 Teori Kepemimpinan Visioner Dalam Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan Islam Swasta

Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan transformasi digital telah menuntut lembaga pendidikan Islam swasta, khususnya yang berbasis pesantren, untuk tidak hanya fokus pada peningkatan mutu pendidikan, tetapi juga membangun branding kelembagaan yang kuat dan bernilai. Branding dalam konteks ini melampaui aspek visual seperti logo atau slogan, melainkan menyentuh identitas filosofis, nilai-nilai kelembagaan, serta kualitas layanan pendidikan yang ditawarkan kepada masyarakat (Wijaya, Suparman, & Mimar, 2021: 113). Di tengah kompetisi yang semakin kompleks, kepemimpinan visioner menjadi faktor strategis yang mengarahkan transformasi institusional melalui visi jangka panjang yang transformatif dan tetap berakar pada nilai-nilai keislaman (Kastaji, Mutohar, & Sujianto, 2024: 89).

Penerapan kepemimpinan visioner dalam penguatan branding lembaga pendidikan Islam swasta diwujudkan melalui beberapa langkah strategis, salah satunya adalah perumusan visi dan misi yang unik, kontekstual, dan islami. Visi tersebut menjadi pedoman arah gerak lembaga serta menciptakan sinergi antar-unit kerja untuk membangun pencitraan yang unggul. Selain itu, kepemimpinan visioner mendorong terbentuknya budaya organisasi Islami yang menanamkan nilai-nilai seperti integritas, kerja sama, dan profesionalisme sebagai identitas lembaga yang membedakannya dari institusi lain (Kastaji et al., 2024: 91–92).

Di sisi lain, komunikasi strategis juga menjadi fokus kepemimpinan visioner dalam membangun reputasi publik. Pemimpin tidak hanya menjembatani komunikasi internal, tetapi juga berperan aktif dalam menyampaikan keunggulan dan nilai lembaga melalui media digital secara persuasif dan transparan. Komunikasi yang efektif ini memperkuat kepercayaan publik dan memperluas jaringan mitra eksternal (Arkaan et al., 2024: 55). Sejalan dengan itu, inovasi program pendidikan seperti integrasi kurikulum, digitalisasi pembelajaran, dan layanan berbasis kebutuhan peserta didik turut memperkuat posisi lembaga dalam peta kompetisi pendidikan modern (Maulana, 2024: 49).

Lebih lanjut, kepemimpinan visioner juga mendorong konsistensi antara identitas visual dan nilai inti lembaga. Elemen seperti logo, warna institusional, dan motto tidak sekadar menjadi alat promosi, tetapi menjadi simbol filosofis dari visi dan arah strategis lembaga ke depan (Kastaji et

al., 2024: 94). Implementasi yang tepat dari kepemimpinan visioner berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kepercayaan masyarakat, pembentukan diferensiasi kelembagaan, penguatan loyalitas internal, serta peningkatan daya saing secara lokal maupun global. Oleh karena itu, dalam konteks modernisasi dan globalisasi, kepemimpinan visioner merupakan komponen esensial dalam membangun branding yang kuat dan berkelanjutan bagi lembaga pendidikan Islam swasta.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali secara mendalam peran kepemimpinan visioner dalam meningkatkan branding lembaga pendidikan Islam swasta. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami makna, strategi, dan proses yang dilakukan oleh pimpinan Pondok Pesantren As Syuja'iyah Blitar dalam membangun citra lembaga secara alami dan kontekstual.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus, yang berfokus pada satu lokasi tertentu dengan objek spesifik. Studi kasus dipilih karena dinilai mampu memberikan gambaran menyeluruh dan mendalam terhadap dinamika kepemimpinan visioner yang terjadi di lingkungan pesantren. Fokus utama adalah bagaimana visi, strategi komunikasi, serta nilai-nilai keislaman diintegrasikan dalam upaya membangun branding pesantren di tengah tantangan era modern.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas data, dilakukan triangulasi antar sumber dan teknik, sehingga informasi yang dihasilkan lebih objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2019: 246).

3.2 Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah, yang berlokasi di Desa Dayu, Kecamatan Nglepok, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. Pesantren ini merupakan lembaga pendidikan Islam swasta yang memadukan sistem pendidikan salaf dan modern, serta aktif mengembangkan identitas kelembagaan melalui berbagai strategi branding, seperti media sosial, kegiatan publik, dan kemitraan lembaga. Pondok ini dikenal memiliki karakter kepemimpinan yang visioner, dengan pimpinan yang berorientasi masa depan dan terbuka terhadap inovasi, sehingga menjadikannya relevan sebagai lokasi studi kasus.

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari unsur pimpinan pondok pesantren, pengelola bidang humas atau publikasi lembaga, serta beberapa guru dan santri yang terlibat langsung atau memahami kebijakan dan strategi branding lembaga. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yakni dengan mempertimbangkan relevansi dan keterlibatan informan dalam praktik kepemimpinan dan pengelolaan citra lembaga. Dengan pendekatan ini, peneliti diharapkan mampu menggali data secara mendalam dan menggambarkan dinamika kepemimpinan visioner yang terjadi secara

faktual dan kontekstual (Sugiyono, 2019: 224)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama dalam pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

- 1. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan kunci seperti pimpinan pesantren, pengelola humas, guru, dan santri. Tujuannya adalah untuk menggali pandangan mereka mengenai praktik kepemimpinan visioner dan strategi branding lembaga (Sugiyono, 2019: 231).*
- 2. Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati langsung aktivitas kepemimpinan, interaksi sosial, serta pelaksanaan program branding di lingkungan pesantren. Teknik ini membantu peneliti menangkap data kontekstual secara nyata (Moleong, 2017: 175).*
- 3. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data tertulis dan visual seperti brosur, konten media sosial, arsip kegiatan, serta dokumen kelembagaan lainnya. Dokumentasi ini memperkuat data hasil wawancara dan observasi (Yin, 2014: 107).*

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- 1. Pertama, reduksi data dilakukan dengan memilih, menyederhanakan, dan memfokuskan data mentah dari lapangan yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses ini dilakukan secara terus-menerus sejak awal pengumpulan data hingga akhir penelitian (Miles & Huberman, 2014: 12).*
- 2. Kedua, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, kutipan wawancara, matriks tematik, atau bagan yang membantu peneliti memahami pola-pola temuan dan hubungan antar konsep (Sugiyono, 2019: 247).*
- 3. Ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi makna dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan bersifat sementara dan dapat berubah selama proses verifikasi dan triangulasi berlangsung hingga diperoleh hasil yang valid dan dapat dipercaya (Miles & Huberman, 2014: 20).*

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai instrumen kunci (human instrument), yang berperan langsung dalam merancang, mengumpulkan, dan menganalisis data secara kualitatif. Untuk mendukung proses pengumpulan data, peneliti juga menggunakan instrumen bantu berupa pedoman wawancara, pedoman observasi, dan lembar dokumentasi. Pedoman wawancara disusun berdasarkan fokus penelitian seperti kepemimpinan visioner dan strategi branding lembaga; pedoman observasi digunakan untuk mencatat aktivitas dan interaksi

di lingkungan pesantren; sedangkan lembar dokumentasi mencatat data sekunder dari arsip lembaga dan media publikasi. Semua instrumen ini disusun secara fleksibel agar dapat disesuaikan dengan dinamika lapangan, dan keabsahan data dijaga melalui triangulasi serta validasi antar sumber dan metode.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar

Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam swasta yang terletak di Dusun Kambingan, Desa Dayu, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Didirikan pada tahun 2014 oleh KH.Saifudin Munif, pesantren ini mengusung model pendidikan terpadu antara sistem salafiyah dan modern. Hal ini terlihat dari integrasi kurikulum diniyah dengan pendidikan formal tingkat MTs dan MA yang berada dalam satu naungan kelembagaan. Visi pesantren adalah "Mewujudkan Generasi Tangguh, Taat, dan Terampil," yang mencerminkan semangat pembaruan dalam membina generasi muslim yang religius sekaligus adaptif terhadap perkembangan zaman.

As Syuja'iyah dikenal dengan gaya kepemimpinan visioner dari pengasuh pesantren yang terus mendorong penguatan karakter, kemampuan akademik, serta keterampilan sosial santri melalui program-program inovatif. Fasilitas pesantren terus berkembang dari waktu ke waktu, mulai dari masjid, asrama, ruang kelas modern, laboratorium komputer, hingga studio multimedia untuk mendukung kegiatan dakwah digital dan branding lembaga. Di samping pengajaran kitab kuning dan pelajaran umum, pesantren juga aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler seperti jurnalistik, pidato bahasa Arab dan Inggris, kewirausahaan, serta organisasi santri yang menjadi wadah pelatihan kepemimpinan.

Kelebihan utama dari Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah terletak pada kemampuan lembaga dalam memadukan nilai-nilai keislaman dengan strategi komunikasi publik yang kuat. Branding pesantren dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk media sosial, publikasi video, brosur digital, dan partisipasi dalam kegiatan sosial masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa As Syuja'iyah tidak hanya fokus pada pembinaan internal, tetapi juga berorientasi pada penguatan citra eksternal sebagai lembaga Islam yang kompeten, modern, dan terbuka. Posisi geografis yang strategis di Blitar Timur serta jaringan alumni yang solid turut mendukung peran pesantren ini sebagai salah satu pusat pendidikan Islam modern yang tumbuh dinamis di Jawa Timur.

4.2 Temuan Penelitian

4.2.1 Bentuk Kepemimpinan Visioner di Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar

Dari hasil wawancara dan observasi, peneliti menemukan bahwa bentuk kepemimpinan visioner yang diterapkan di Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar ditandai dengan adanya visi jangka panjang yang jelas, inovasi dalam tata kelola kelembagaan, serta komitmen dalam membangun budaya pesantren yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Pimpinan pesantren,

KH. Saifuddin Munif, tidak hanya bertindak sebagai pengasuh spiritual, tetapi juga sebagai manajer dan inovator yang mampu menerjemahkan nilai-nilai keislaman ke dalam sistem pendidikan modern yang terintegrasi.

Visi pesantren yang mengusung “kemandirian, keunggulan, dan keterbukaan” diterjemahkan dalam kebijakan strategis seperti pembentukan unit-unit pendidikan formal, penguatan organisasi santri, serta pengembangan sarana digital untuk dakwah dan publikasi lembaga. Gaya kepemimpinan visioner ini juga tampak dari cara pimpinan memotivasi guru dan santri untuk berpikir kreatif, terbuka terhadap perubahan, dan aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan sebagai bentuk kontribusi keumatan.

Selain itu, pimpinan pesantren menekankan pentingnya nilai keteladanan (uswah hasanah) dalam membentuk karakter warga pesantren. Ia membangun komunikasi terbuka dan inklusif dengan seluruh elemen pesantren melalui majelis rutin, dialog informal, dan musyawarah pengambilan keputusan. Kepemimpinan visioner ini tidak bersifat otoriter, melainkan partisipatif dan transformatif, dengan fokus pada pembangunan sumber daya manusia dan citra kelembagaan yang positif di mata masyarakat luas. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik serta memperluas jejaring pesantren di tingkat lokal maupun nasional.

4.2.2 Strategi Yang Digunakan Oleh Pimpinan Pesantren Dalam Membangun Dan Meningkatkan Branding Lembaga

Pimpinan Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar menerapkan tiga strategi utama dalam membangun branding lembaga. Pertama, melalui digitalisasi informasi, pesantren aktif menggunakan media sosial untuk mempublikasikan program dan kegiatan sebagai bentuk promosi terbuka kepada masyarakat. Kedua, strategi peningkatan mutu pendidikan, yang dilakukan dengan mengintegrasikan kurikulum diniyah dan formal serta menyediakan fasilitas belajar yang modern, menjadikan pesantren unggul secara akademik dan spiritual. Ketiga, melalui branding emosional dan spiritual, pesantren memperkuat kedekatan dengan masyarakat melalui kegiatan sosial, pengajian, dan acara tahunan yang melibatkan publik secara luas. Ketiga strategi ini membentuk citra pesantren sebagai lembaga Islam yang modern, terpercaya, dan relevan dengan tuntutan zaman.

4.2.3 Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor Pendukung:

- 1. Visi dan komitmen kuat pimpinan dalam membangun citra lembaga.*
- 2. Tim manajemen dan guru yang solid serta responsif terhadap inovasi.*
- 3. Keterbukaan terhadap teknologi digital, seperti penggunaan media sosial.*
- 4. Budaya organisasi yang adaptif terhadap perubahan dan pengembangan.*
- 5. Dukungan dari santri dan alumni dalam publikasi kegiatan pesantren.*

Faktor Penghambat:

1. Keterbatasan SDM di bidang digital (desain, konten, IT).
2. Dana promosi terbatas untuk pengembangan branding profesional.
3. Pandangan konservatif sebagian pihak internal terhadap media modern.
4. Kurangnya pelatihan branding dan komunikasi publik untuk guru dan staf.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan temuan lapangan, bentuk kepemimpinan visioner yang diterapkan di Pondok Pesantren Modern As Syuja'iyah Blitar merepresentasikan karakteristik utama dari pemimpin visioner menurut teori Bennis & Nanus, yaitu memiliki visi yang jelas, kemampuan komunikasi inspiratif, konsistensi terhadap nilai, dan inovasi berkelanjutan. Pimpinan pesantren, KH. Saifuddin Munif, menunjukkan kepemimpinan yang mampu menyatukan nilai-nilai tradisional Islam dengan pendekatan manajerial modern. Hal ini terlihat dari penyusunan visi kelembagaan yang mencerminkan nilai "kemandirian, keunggulan, dan keterbukaan", serta praktik nyata seperti pembentukan unit pendidikan formal dan penguatan media digital dakwah.

Strategi branding yang digunakan oleh pimpinan pesantren selaras dengan pendekatan strategic branding dalam lembaga pendidikan, sebagaimana dikemukakan oleh Balmer dan Greyser (2006:732), bahwa institusi pendidikan modern perlu membangun citra berbasis kinerja akademik, komunikasi publik, dan keterlibatan sosial. Strategi digitalisasi informasi melalui media sosial menjadikan pesantren lebih terbuka terhadap masyarakat luas, sekaligus menjawab tantangan era disrupsi informasi. Peningkatan mutu pendidikan melalui integrasi kurikulum diniyah dan formal memperkuat positioning pesantren sebagai lembaga unggulan yang menyiapkan lulusan kompeten di ranah keislaman dan umum. Strategi emosional-spiritual pun menjadi pendekatan khas pesantren yang mampu membangun keterikatan publik melalui pengajian, kegiatan sosial, dan haflah akbar, yang secara emosional memperkuat citra pesantren di tengah masyarakat.

Adapun faktor pendukung dan penghambat kepemimpinan visioner di pesantren ini memperkuat temuan bahwa keberhasilan branding tidak hanya ditentukan oleh visi pimpinan, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia dan budaya organisasi. Komitmen pimpinan dan dukungan tim yang solid merupakan modal utama, sebagaimana dijelaskan oleh Northouse (2016:171) bahwa kepemimpinan transformatif memerlukan keselarasan antara pemimpin dan tim dalam menjalankan visi perubahan. Namun, tantangan seperti keterbatasan SDM di bidang teknologi digital dan resistensi kultural internal mencerminkan perlunya upaya sistematis dalam pelatihan, penyadaran, dan perencanaan keuangan untuk mendukung branding yang berkelanjutan. Oleh karena itu, transformasi branding di pesantren tidak hanya bersandar pada figur pimpinan visioner, tetapi memerlukan sinergi kelembagaan secara menyeluruh.

BAB V: PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Kepemimpinan visioner di Ponpes Modern As Syuja'iyah Blitar ditandai dengan visi jangka panjang yang jelas, keterbukaan terhadap inovasi, serta penerapan nilai-nilai Islam dalam tata kelola modern. Pimpinan pesantren mampu mengintegrasikan peran spiritual dan manajerial secara efektif dalam membangun arah kelembagaan.*
2. *Strategi branding pesantren dilakukan melalui digitalisasi informasi, peningkatan mutu pendidikan berbasis integrasi kurikulum diniyah dan formal, serta penguatan kedekatan emosional dan spiritual dengan masyarakat melalui kegiatan sosial keagamaan.*
3. *Keberhasilan kepemimpinan visioner didukung oleh komitmen pimpinan, tim yang solid, dan budaya adaptif. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan SDM digital, minimnya dana promosi, dan resistensi internal terhadap inovasi, yang memerlukan perhatian dalam penguatan kelembagaan ke depan.*

5.2 Saran

Bagi Kepala Sekolah: Diharapkan terus mengembangkan sistem supervisi yang berkelanjutan dan memberikan penghargaan atas hasil PTK guru sebagai bentuk motivasi.

1. *Bagi Pimpinan Pesantren, disarankan untuk terus mengembangkan kapasitas kepemimpinan visioner dengan memperkuat kompetensi manajerial dan komunikasi publik, serta melibatkan lebih banyak elemen internal dalam perumusan visi dan strategi branding agar tercipta kepemilikan bersama terhadap perubahan lembaga.*
2. *Bagi Lembaga Pesantren, perlu dilakukan investasi pada penguatan sumber daya manusia, khususnya dalam bidang teknologi digital dan media promosi, melalui pelatihan, kolaborasi dengan pihak eksternal, serta pengalokasian anggaran khusus untuk mendukung branding pesantren secara profesional dan berkelanjutan.*
3. *Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif antara beberapa pondok pesantren dengan pendekatan kepemimpinan yang berbeda, guna memperkaya referensi empiris tentang efektivitas model kepemimpinan visioner dalam pengembangan branding lembaga pendidikan Islam di era modern.*

DAFTAR PUSTAKA

- Arkaan, A., Maulidi, H., & Riyanto, T. (2024). Kepemimpinan Transformatif di Era Disrupsi Pendidikan. Surabaya: Literasi Abadi Press.*
- Balmer, J. M. T., & Greyser, S. A. (2006). Corporate marketing: Integrating corporate identity, corporate branding, corporate communications, corporate image and corporate reputation. European Journal of Marketing, 40(7/8), 730–741.*
- Falah, M., Rahman, A., & Syihabuddin, A. (2022). Analisis Transformasi Kurikulum di Pesantren Modern. Jurnal Ilmu Pendidikan Islam, 10(1), 35–44.*

- Ghazali, R., & Nasrullah, M. (2023). *Digitalisasi Manajemen Pesantren: Peluang dan Tantangan di Era 4.0*. *Jurnal Teknologi Pendidikan Islam*, 8(1), 55–62.
- Goleman, D. (2002). *The New Leaders: Transforming the Art of Leadership into the Science of Results*. London: Little, Brown.
- Haryanti, R., & Indarti, T. (2022). *Strategi Branding dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan*. *Jurnal Komunikasi dan Manajemen*, 6(2), 12–19.
- Hasibuan, M. S. P. (2018). *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imaduddin, M. (2022). *Manajemen Mutu Pendidikan di Pesantren Salaf*. *Jurnal Kependidikan Islam*, 7(1), 73–80.
- Kastaji, A., Mutohar, I., & Sujianto, A. (2021). *Kepemimpinan Visioner dalam Pendidikan Islam: Nilai dan Implementasi*. *Jurnal Tarbawi*, 5(1), 60–70.
- Kastaji, A., Mutohar, I., & Sujianto, A. (2024). *Manajemen Strategis Pesantren di Era Digital*. Yogyakarta: Samudra Biru Publisher.
- Komariah, A., & Triatna, C. (2006). *Visionary Leadership: Menuju Sekolah Efektif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Maulana, M. (2020). *Nilai-nilai Kepemimpinan Visioner dalam Lembaga Pendidikan Islam*. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 100–110.
- Maulana, M. (2024). *Inovasi Pendidikan Islam dalam Menjawab Tantangan Zaman*. Bandung: Aksara Millenia.
- McLaughlin, M. (2001). *Visionary Leadership: Transforming Schools and Communities*. New York: RoutledgeFalmer.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. California: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E. (2017). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nanus, B. (1992). *Visionary Leadership: Creating a Compelling Sense of Direction for Your Organization*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Nanus, B. (1995). *The Visionary Leader*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Northouse, P. G. (2016). *Leadership: Theory and Practice (7th ed.)*. California: SAGE Publications.
- Sashkin, M., & Sashkin, M. G. (2003). *Leadership That Matters: The Critical Factors for Making a Difference in People's Lives and Organizations' Success*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, A., Fitriani, N., & Imran, A. (2021). *Peran Kepemimpinan Visioner dalam Transformasi Lembaga Pendidikan Islam*. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 9(2), 100–110.
- Wahib, M. (2023). *Integrasi Nilai-Nilai Pesantren dalam Kepemimpinan Modern*. *Jurnal*

Kepemimpinan Islam, 11(1), 2385–2395.

Wijaya, T., Suparman, M., & Mimar, A. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Visioner terhadap Kinerja Lembaga Pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 70–80.

Yaqin, A., Salsabila, N., & Taufiq, M. (2024). Strategi Penguatan Branding Pesantren di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 115–123.

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). California: SAGE Publications.

Zamroni. (2019). Kepemimpinan Pendidikan Islam di Era Global. *Jurnal Kependidikan Islam*, 6(1), 43–50.