

***INTANGIBLE ASSETS PESANTREN:  
KESESUAIAN ANTARA CITRA DAN  
IDENTITAS PESANTREN  
DALAM MEWUJUDKAN *GOOD REPUTATION****

**Firdaus Ainul Yaqin**

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong  
[firdoz10@gmail.com](mailto:firdoz10@gmail.com)

**Hambali**

Universitas Nurul Jadid Probolinggo  
[hambali.amien@gmail.com](mailto:hambali.amien@gmail.com)

**Fathor Rozi**

Universitas Nurul Jadid Probolinggo  
[fathorrozi330@gmail.com](mailto:fathorrozi330@gmail.com)

**Ahmad Muktashim Billah**

Universitas Nurul Jadid Probolinggo  
[ahmadmuktashimbillah@gmail.com](mailto:ahmadmuktashimbillah@gmail.com)

**Abstract:** The purpose was to reveal the form of non-physical assets carried out by Islamic boarding schools as a step to adjust the image with the identity of the Islamic boarding school so that it can create a good reputation among the community. This research method used a qualitative case study type. Nurul Hikmah Pesisir Besuki Situbondo boarding school was the location and object of

this research. Data collection techniques used observation, interviews with 5 informants (the caregivers, the head of the Islamic boarding school, and 2 community leaders), and documentation. The analysis technique applied the interactive analytical model of Miles, Huberman, and Saldana by condensing the data, presenting the data, which then draws conclusions. Source triangulation was a technique for checking the validity of data. The results of the study explained that the Nurul Hikmah Islamic boarding school had a fairly good reputation. There were several intangible assets in building this reputation, including (1) good and positive relations with community leaders. (2) the risk of crisis becomes smaller. (3) mutual understanding between target audiences, both internal (such as increasing the loyalty of pesantren staff) and externally. The pesantren management had a high commitment to carry out pesantren activities in accordance with what is stated in the vision and mission, and pays attention to crucial issues related to the routines carried out by the pesantren. This fact once again confirmed that the reputation of the pesantren is formed from the non-physical assets of the pesantren rather than physical assets.

**Keywords :** Intangible assets, image, identity, pesantren, good reputation

## PENDAHULUAN

Kehidupan pesantren sesungguhnya sangat bergantung dengan pihak lainnya dalam sebuah lingkungan yang lebih luas. Kontribusi konsep dan desain manajemen sebuah pesantren akan menentukan adaptasinya terhadap arah perubahan. Pihak manajemen lembaga dihadapkan pada kenyataan lingkungan yang terus berubah<sup>1</sup>. Pada saat bersamaan, publik atau *stakeholder* pesantren selaku lembaga pendidikan menuntut pegawai atau komponen di dalamnya lebih terbuka dan peduli terhadap organisasi dan lingkungan. Lingkungan pesantren berubah dengan sangat cepat dewasa ini<sup>2</sup>. Para pemimpin pesantren (kiai)

---

<sup>1</sup> Muslihun, "Pesantren Sebagai Identitas Islam Nusantara," *Al-Tsiqob : Islamic Economy and Da'wa Journal* 2, no. 01 (2017): 50–59.

<sup>2</sup> Agus Ainul Yaqin M S and Reza Fahlifi, "Strategi Humas Pondok Pesantren Al-Qodiri Dalam Mempertahankan Citra Pesantren," *Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian Dalam Bidang Pendidikan Dan Pengajaran* 1, no. 1 (2023): 33–48.

menghadapi sebuah kenyataan dimana mereka tumbuh dalam lingkungan yang berbeda dengan yang mereka hadapi sekarang ini. Kondisi sosial, ekonomi, dan politik nasional dan global telah menciptakan sebuah lingkungan dimana keterbukaan menjadi hal yang tidak terhindarkan jika pesantren ingin bertahan hidup<sup>3</sup>. Globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pihak manajemen pesantren perlu mencermati hal ini dan mengambil manfaat dari situasi yang ada<sup>4</sup>.

Pengharapan pemangku kepentingan (*stakeholder*) terhadap pesantren pun mengalami perubahan. Semakin kritisnya pemangku kepentingan terhadap berbagai aktivitas yang dijalankan pesantren, membuat hubungan pesantren dengan pemangku kepentingan menjadi lebih setara dibanding dulu. Pesantren harus menyadari bahwa sesungguhnya mereka bisa menjalankan aktivitas pesantren karena adanya penerimaan pemangku kepentingan terhadap keberadaan dan aktivitas yang dijalankan pesantren<sup>5</sup>. Adanya pengharapan dari publik seiring dengan keberadaan di tengah lingkungan kiranya perlu mendapatkan perhatian pihak manajemen pesantren. Publik yang merasa apa yang diharapkan dari pesantren ternyata tidak terpenuhi, akan mengambil tindakan yang bisa mengarah pada munculnya isu yang berpotensi menghambat aktivitas pesantren<sup>6</sup>. Isu yang diabaikan bisa berkembang menjadi krisis. Dalam konteks ini kiranya pihak manajemen pesantren perlu memahami relasi lingkungan dengan pesantren dan bagaimana ini semua bisa memicu munculnya isu<sup>7</sup>.

Pengamatan kritis publik terhadap aktivitas pesantren cenderung meningkat. Seperti kondisi yang dialami pondok pesantren Nurul Hikmah Pesisir Besuki Situbondo. Isu-isu seperti kesejahteraan karyawan

---

<sup>3</sup> Saiful Romadon, "MANAJEMEN RISIKO REPUTASI PONDOK PESANTREN TERHADAP PEMBERITAAN PELECEHAN SEKSUAL (Studi Kasus Pada Yayasan Madani Boarding School Cibiru Kota Bandung)," *Jurnal Akrab Juara* 7, no. 1 (2022): 361–68.

<sup>4</sup> Hasan Baharun and Intania, "Interaksi Simbolik Dan Imaji Religious Dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Nurul Jadid," *ATTHULAB* 5, no. 1 (2020): 71–85.

<sup>5</sup> Ihsan Harun, "PONDOK PESANTREN MODERN: POLITIK PENDIDIKAN ISLAM DAN PROBLEMATIKA IDENTITAS MUSLIM," *Jurnal As-Salam* 2, no. 1 (2018): 28–35.

<sup>6</sup> Sa'dullah Assa'idi, "The Growth of Pesantren in Indonesia as the Islamic Venue and Social Class Status of Santri," *Eurasian Journal of Educational Research* 93, no. 2 (2021): 425–40, <https://doi.org/10.14689/ejer.2021.93.21>.

<sup>7</sup> Belen Gutierrez-Villar, Purificación Alcaide-pulido, and Mariano Carbonero-ruz, "Education Sciences Measuring a University 's Image : Is Reputation an Influential Factor?," *Education Sciences* 12, no. 19 (2022): 1–13.

yang rendah, tanggung jawab sosial terhadap publik pesantren yang terabaikan, dominannya intervensi pemilik pesantren dalam pembuatan kebijakan dan kesenjangan sistem pengajaran antara pihak manajemen dengan karyawan merupakan contoh beberapa isu krusial yang perlu dicermati. Jika isu ini diabaikan, sangat besar kemungkinannya isu berkembang menjadi krisis yang bisa berdampak pada menurun atau hancurnya reputasi pesantren. Krisis yang terjadi dalam sebuah pesantren sebenarnya ialah isu yang tadinya dianggap tidak penting oleh pihak manajemen; meski ada krisis yang terjadi tapi tidak didahului dengan isu. Dengan demikian, pesantren yang menerapkan sistem manajemen terbuka mengenai upaya peningkatan *intangible assets* pesantren, dimana informasi mengalir tidak hanya dari pihak manajemen pesantren kepada beragam publik, tapi juga sebaliknya akan lebih sadar dan cepat mengambil kebijakan ketika isu muncul dan mencegahnya berkembang menjadi krisis yang dapat mengancam pesantren.

Dalam konteks yang lebih luas, Ubaedullah<sup>8</sup> menjabarkan “reputasi dapat terbentuk ketika ada kesesuaian antara citra (*image*) yang terbentuk dengan identitas (*identity*) yang dibangun pesantren”. Reputasi yang dibangun dalam waktu yang cukup lama dan komitmen yang tinggi dari seluruh anggota pesantren akan memiliki dampak strategik bagi pesantren. Misalnya, reputasi bisa memunculkan aspek-aspek menarik atau keunggulan pesantren dan memperluas pilihan yang ada bagi manajer seperti menerapkan program inovatif dan proaktif. Konsekuensinya, keseluruhan reputasi yang *intangible* tidak dapat dipungkiri merupakan sumber keunggulan kompetitif. Baharun et.al<sup>9</sup> menyampaikan pesantren dengan reputasi yang kuat dan positif dapat menarik dan mempertahankan rekan kerja dan konsumen loyal yang semuanya berkontribusi positif pada keberhasilan komersial dan pertumbuhan.

Hubungan antara isu dan krisis dengan reputasi sesungguhnya dapat dilihat dari aset yang dimiliki pesantren. Pada prinsipnya ketika sebuah pesantren hendak berdiri atau ingin berkembang, ada dua aset yang perlu diperhatikan: aset fisik dan non fisik (*tangible* dan *intangible assets*)<sup>10</sup>. Yang membedakan keduanya adalah butuh waktu lebih lama untuk membangun apa yang disebut dengan aset non fisik, namun hanya

---

<sup>8</sup> Ubaedullah (2019)

<sup>9</sup> Baharun et al. (2021)

<sup>10</sup> M Munir and Toha Ma’sum, “Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan,” *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2022): 21–41.

butuh waktu sekejap untuk menghancurkannya<sup>11</sup>. Begitu dinamisnya lingkungan dan kritisnya publik pesantren menuntut pesantren untuk lebih cepat dan mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar dengan tetap menjadikan misi dan visi pesantren sebagai dasar pembuatan dan pengambilan kebijakan pada tingkat koalisi dominan pesantren<sup>12</sup>. Kemampuan beradaptasi pesantren dapat dibangun jika pesantren memiliki pemahaman bahwa isu dan krisis dapat menimpa pesantren dan oleh karenanya perlu melakukan persiapan antisipasi (*pre-emptive strategy*)<sup>13</sup>.

Marwa et.al<sup>14</sup> dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *intangible asset* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai pesantren. Aset tak berwujud didefinisikan sebagai aset nonmoneter teridentifikasi tanpa wujud fisik. Aset tak berwujud merupakan komponen *intellectual capital* yang penting dan memiliki dampak sangat nyata bagi pesantren. Erwati dan Sudana<sup>15</sup> menerangkan bahwa menentukan *value* dari *intangible assets* secara objektif memang sulit dilakukan apabila tidak terjadi transaksi akuisisi. *Intangible assets* umumnya memiliki dua karakteristik utama, yaitu (1) ketiadaan eksistensi fisik dan (2) tingkat ketidakpastian yang tinggi terkait dengan manfaat masa depannya. Sementara menurut Suarsa et.al<sup>16</sup>, “aset tidak berwujud dipandang sebagai aset berharga baik dalam organisasi yang berorientasi pada laba maupun yang tidak berorientasi pada laba yang mencakup nilai-nilai yang dapat diterima dan norma-norma yang tercermin dalam interaksi antara individu dari masyarakat, pesantren atau organisasi mana pun”.

Penelitian ini tentu didesain berbeda dibanding beberapa penelitian di atas. *Intangible assets* biasanya hanya dicermati di lingkungan perusahaan yang berprofit secara materil. Sementara penelitian ini memprioritaskan pengamatan terhadap aset non-fisik yang dimiliki lembaga pendidikan Islam (pesantren) sebagai tonggak pergerakan dinamika sosial masyarakat muslim. Uniknya, penelitian ini mengilustrasikan beragam upaya pesantren yang sama-sama memperhatikan kebutuhan internal maupun

---

<sup>11</sup> Akmal Mandiri, “STRATEGI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM MEMBANGUN BRANDING IMAGE,” *Jurnal Pedagogik: Jurnal Pendidikan* 3, no. 2 (2016): 58–72.

<sup>12</sup> Sayed Yusuf and Ahmed Rashid, “Education Quality, and Teaching and Learning in the Post-2015 Education Agenda,” *International Journal of Educational Development* 40, no. 1 (2015): 330–338.

<sup>13</sup> Akmal Mandiri, “Organizational Culture Base On Total Quality Management In Islamic Educational Institution,” *ADRI International Journal Of Islamic Studies and Social Sciences* 1, no. 1 (2017): 1–11.

<sup>14</sup> Marwa et al. (2017)

<sup>15</sup> Erawati & Sudana (2018)

<sup>16</sup> Suarsa et al. (2019)

eksternal pesantren seperti identitas, citra, dan reputasi pesantren di kalangan masyarakat. Tentu menjadi hal yang tak lumrah bahwa pesantren sebagai lembaga non-profit saat ini peduli terhadap dinamika sosial masyarakat dan adaptif terhadap harapan masyarakat.

Sudah menjadi kewajiban bagi lembaga sosial-pendidikan seperti pesantren, penting memperhatikan eksistensi dan reputasinya di tengah-tengah masyarakat. Reputasi terbentuk dari citra yang dibentuk, sementara citra dibentuk dari identitas/kekhasan, dan identitas dibentuk dari upaya atau bentuk aset yang dimiliki. Maka tujuan penelitian ini ialah untuk mengungkapkan beberapa bentuk *intangible assets* yang berangkat dari kesesuaian antara citra dan identitas dalam mewujudkan reputasi yang baik di kalangan masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang terbatas pada upaya mendeskripsikan suatu permasalahan atau fakta. Dengan makna bahwa penelitian ini menganalisis data berbentuk tulisan atau lisan dari subjek penelitian serta menyajikan data sesuai data analisis. Pondok pesantren Nurul Hikmah Pesisir Besuki Situbondo menjadi lokasi dan objek penelitian ini. Data yang dikumpulkan diperoleh dari proses observasi, wawancara kepada 5 informan yakni salah satu pengasuh, kepala pesantren, dan 2 tokoh masyarakat, dan dokumentasi. Teknik analisis suatu data penelitian ini menerapkan model analisis interaktif milik Miles, Huberman, dan Saldana dengan mengondensasi data, menyajikan data, yang selanjutnya ditarik kesimpulan. Triangulasi sumber menjadi satu-satunya teknik pengecekan keabsahan data penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pihak manajemen pesantren yang tidak siap akan melihat isu dan krisis sebagai sebuah hambatan. Konsekuensinya, kebijakan yang diambil pun lebih cenderung bersifat reaktif dan sporadis daripada proaktif dan menyeluruh. Hal ini biasanya karena adanya persepsi di kalangan manajemen bahwa isu atau krisis tertentu tidak akan mungkin menimpa pesantren. Sedangkan pihak manajemen yang siap terhadap berbagai kemungkinan yang terjadi terhadap pesantren akan melihat isu dan krisis sebagai sebuah tantangan untuk meningkatkan citra dan reputasi pesantren<sup>17</sup>. Harus dipahami bahwa isu dan krisis dapat terjadi kapan

---

<sup>17</sup> Maria Efstratopoulou et al., "Assessing Children ' At Risk ': Translation and Cross-Cultural Adaptation of the Motor Behavior Checklist ( MBC ) into Arabic and Pilot Use in the United Arab Emirates ( UAE )," *Journal of Intelligence* 10, no. 11 (2022): 1–12.

saja, dimana saja dan dalam beragam bentuk yang terkadang tidak diduga-duga. Isu dan krisis dapat terjadi pada pesantren baik berskala kecil maupun besar dengan sistem manajemen sederhana maupun kompleks<sup>18</sup>.

Pesantren Nurul Hikmah memiliki reputasi yang terbilang cukup bagus. Ada beberapa aset tak terwujud dalam pembentukan reputasi tersebut, di antaranya, yakni (1) hubungan yang baik dan positif dengan para pemuka masyarakat. (2) resiko krisis menjadi lebih kecil. (3) saling pengertian antara khalayak sasaran, baik internal (seperti meningkatkan kesetiaan para staf pesantren) maupun eksternal. Tuntutan transparansi kinerja pihak manajemen pesantren yang meningkat, dan mencuatnya isu-isu krusial yang berhubungan dengan pesantren seperti tanggung jawab sosial, hak asasi manusia, keselamatan kerja - semua ini mengarah pada tuntutan yang lebih besar terhadap pesantren untuk membangun dan mempertahankan reputasi yang kuat. Karena reputasi dibentuk oleh persepsi publik, pesantren harus mengungkap persepsi tersebut dan mengevaluasi apakah sesuai dengan identitas dan nilai pesantren.

### ***Hubungan yang baik dan positif dengan para pemuka masyarakat***

Pemuka masyarakat dalam konteks ini mencakup tokoh agama dan tokoh masyarakat (tokoh adat, tokoh budaya, dan tokoh pejabat setempat). Pondok pesantren Nurul Hikmah menjadikan hubungan positif dengan para pemuka masyarakat sebagai salah satu interaksi aktif pesantren dengan masyarakat berpengaruh di daerah setempat. Salah satu upaya yang dilakukan pesantren dalam menjalin hubungan positif ini yakni membuka untuk umum sholat Jum'at bagi muslimin setempat, dan mengundang beberapa pemuka masyarakat pada perayaan besar ke-Islam-an atau acara kebesaran pesantren. Seperti acara halal bihalal pada hari Raya, perayaan hari santri, perayaan maulid Nabi, peringatan haul pendiri pesantren, dan haflatul imtihan setiap tahunnya. Selain itu, pemerintah setempat dibutuhkan perannya dalam pelayanan administrasi keberadaan pesantren atau untuk urusan koordinasi penertiban lingkungan pesantren di desa.

Salah satu pengasuh pesantren Nurul Hikmah menjelaskan bahwa tokoh agama maupun pejabat pemerintah setempat harus diposisikan sebagai *stakeholder* demi kemaslahatan umat dan stabilitas eksistensi pesantren di masyarakat setempat. Pemuka masyarakat di sebuah daerah atau desa biasanya kental akan partisipasinya dalam kegiatan dan aktivitas

---

<sup>18</sup> Zamroni et al., "Intercultural Communication: Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand," *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6, no. 4 (2022): 2886–95, <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2123>.

masyarakat, jadi kontribusinya akan selalu disinergikan dengan keberadaan pesantren sebagai lembaga sosial di tengah-tengah masyarakat. Kemudian pernyataan salah satu tokoh masyarakat menyatakan bahwa respon masyarakat terhadap keberadaan pesantren juga terlihat dalam partisipasi dan kesediaan pemuka masyarakat menghadiri dan mengikuti beberapa agenda sebagaimana yang disebutkan di atas. Pesantren juga tidak segan untuk selalu melibatkan masyarakat dalam setiap agenda yang digelar. Jelas bahwa hal ini berbanding lurus dengan pentingnya hubungan masyarakat yang seharusnya dilakukan sebuah lembaga dengan masyarakat.

### ***Kontrol resiko krisis menjadi lebih kecil***

Resiko datang dari sebuah isu yang terabaikan. Namun, kadang resiko juga datang dari ketidakterdugaan suatu hal. Pesantren Nurul Hikmah tergolong pesantren rintisan (berdiri sejak tahun 2010) sehingga dalam pelaksanaannya memerlukan banyak identifikasi isu untuk mencegah krisis di kemudian hari. Pada awal tahun berdirinya, minat masyarakat terhadap pesantren Nurul Hikmah masih rendah yang berdampak pada jumlah santri baru yang sedikit. Hal ini disebabkan dari identitas pesantren yang belum banyak orang mengetahuinya, berlanjut kepada isu rendahnya minat masyarakat sebab tergolong pesantren rintisan. Isu tersebut menjadi citra pertama pesantren. Kemudian pada pemerintahan pengasuh selanjutnya, pesantren melakukan persiapan antisipasi (*pre-emptive strategy*) dengan proses mengidentifikasi kebenaran atau bentuk isu, menerima konsekuensi kebenaran isu, menerima tanggung jawab untuk memperbaiki (evaluasi), menghindari segala pertanyaan yang tidak relevan secara langsung, sesama pihak intern saling bersimpati dan berempati, dan melakukan solusi yang sesuai krisis.

Dengan langkah tersebut, pesantren menuntut semua internal pesantren bisa menempatkan visi, misi, dan tujuan lembaga demi menyematkan identitas pesantren dalam diri mereka. Krisis reputasi pesantren Nurul Hikmah jelas disampaikan juga oleh salah satu tokoh masyarakat yang menerangkan “pada awal berdirinya, memang pesantren belum bisa membuat identitasnya sendiri sehingga reputasi pesantren berada di bawah pesantren yang lain. Sampai pada akhirnya ada manajemen pesantren yang terstruktur dan mengorganisir kelembagaan dengan sistematis. Seperti adanya tim humas, penyematan promosi pesantren secara manual (media cetak banner dan brosur) dan virtual (sosial media).” Organisasi lembaga dan kecanggihan teknologi informasi disusun sebagai catatan tuntutan zaman dan kebutuhan *stakeholder*. *Stakeholder* dari dalam (internal sekolah) perlu dikoordinir organisasinya dan bentuk teknologi jalinan komunikasi untuk menggapai masyarakat



lebih luas. *Stakeholder* dari luar (pemuka masyarakat) perlu diidentifikasi isu yang berkembang sehingga bisa diatasi kebutuhan, harapan, serta dinamisasi keadaan sosial masyarakat lebih luas.

### ***Saling pengertian dengan khalayak stakeholder***

Hitungan dalam lembaga pendidikan, yang menjadi *stakeholder* terbagi menjadi *stakeholder* internal dan eksternal<sup>19</sup>. Pada pesantren Nurul Hikmah, *stakeholder* internal seperti kepala pesantren, staf kepesantrenan, guru, siswa, dan wali santri. Sementara *stakeholder* eksternal terdiri dari pemerintah, pejabat setempat, tokoh agama, dan masyarakat luas. Aset non-fisik berharga yang ketiga yakni sikap *take and give* pesantren dengan para *stakeholder*. Sikap memberikan empati dan simpati dilakukan pesantren dengan masyarakat setempat ataupun masyarakat luas untuk menyumbangkan rasa tanggung jawab, kepedulian dan toleransi. Terbentuknya suatu identitas, citra, hingga reputasi pesantren dipengaruhi oleh tingkat kesadaran para *stakeholder* sebagai pemangku kepentingan. Sebagaimana yang disebutkan dalam ungkapan kepala pesantren, “semua pihak yang bersangkutan dengan pesantren memiliki kepentingannya masing-masing. Jadi pesantren menjalin hubungan hubungan dengan mereka dengan rasa simpati, empati, hingga sadar akan kepentingan bersama.”

Pesantren membangun kesadaran *stakeholder* dengan cara menjalin hubungan yang simpatik (kecenderungan merasakan) dan empatik (kecenderungan memahami) dengan mereka. Dengan cara ini, pesantren membuka gerbang pikiran dan kesadaran *stakeholder* untuk menganggap pesantren ini adalah milik bersama dan patut untuk selalu dievaluasi dan ditingkatkan kualitas kelembagaannya. Pesantren sebagai salah satu lembaga kontrol moral generasi muda Islam, menempatkan *stakeholder* sebagai kolaborator dan evaluator dalam pelaksanaannya. Sebagaimana dijelaskan oleh Nors (dalam Mundiri et.al)<sup>20</sup> “mempertahankan citra dan kredibilitas lembaga, bisa melalui usaha membangun kesadaran. Kesadaran untuk memelihara dan mengembangkan kondisi lembaga secara berkesinambungan dari waktu ke waktu, dengan menganalisis kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh lembaga.”

Tokoh masyarakat lainnya menyebutkan bahwa mengelola hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) merupakan salah satu cara membangun citra pesantren, sehingga melalui

---

<sup>19</sup> Mehmet H Tuna, “The Professionalisation of Islamic Religious Education Teachers,” *British Journal of Religious Education* 44, no. 2 (2022): 188–99, <https://doi.org/10.1080/01416200.2021.1999905>.

<sup>20</sup> (dalam Mundiri et al., 2021)

hubungan yang baik dan strategis tersebut dapat tujuan pesantren secara realistis. Di sisi lain, melalui interaksi timbal balik antara masyarakat (*stakeholders*) dengan lembaga/institusi yang baik akan terbangun sikap percaya (*trust*) masyarakat terhadap pesantren. Citra pesantren juga dapat dibangun melalui identitas fisik seperti nama pesantren yang unik, popularitas yayasan atau lembaga yang menaungi pesantren, fasilitas pesantren yang lengkap, lingkungan pesantren yang aman, pelayanan yang prima, relasi dengan pelanggan lembaga pendidikan yang baik, atau melalui tradisi pesantren yang ada.

Strategi tersebut kemudian dapat membentuk sebuah karakteristik pesantren. Karakteristik yang kuat dan unik menjadikan pesantren memiliki ciri khas dan pembeda dengan pesantren atau lembaga pendidikan lainnya<sup>21</sup>. Karakteristik ini disebut identitas lembaga pendidikan (*institutional identity*). Identitas pesantren yang kuat dan unik menjadi salah satu unggulan pesantren Nurul Hikmah sekaligus memiliki daya saing dengan pesantren lainnya. Selanjutnya melalui identitas pesantren (*institutional identity*) membentuk dan menciptakan citra pesantren (*institutional image*) sesuai dengan visi dan misi pesantren.

Reputasi dihasilkan oleh persepsi dan identitas pesantren yang menyatu. Artinya, pihak manajemen memiliki komitmen yang tinggi untuk menjalankan aktivitas pesantren sesuai dengan apa yang tertuang dalam visi dan misi, dan memperhatikan isu-isu krusial yang berhubungan dengan rutinitas yang dijalankan pesantren. Maka kontinuitas pesantren terjaga dan aktivitas pesantren dapat diterima dengan baik oleh publik. Kenyataan ini sekali lagi menegaskan bahwa reputasi pesantren merupakan aset non fisik pesantren yang jauh lebih besar daripada aset fisik.

## **PENUTUP**

Pesantren Nurul Hikmah memiliki reputasi yang terbilang cukup bagus. Ada beberapa aset tak terwujud dalam pembentukan reputasi tersebut, di antaranya, yakni (1) hubungan yang baik dan positif dengan para pemuka masyarakat. (2) resiko krisis menjadi lebih kecil. (3) saling pengertian antara khalayak sasaran, baik internal (seperti meningkatkan kesetiaan para staf pesantren) maupun eksternal. Reputasi dihasilkan oleh persepsi dan identitas pesantren yang menyatu. Artinya, pihak manajemen memiliki komitmen yang tinggi untuk menjalankan aktivitas

---

<sup>21</sup> Toha Ma'sum, "Eksistensi Manajemen Pemasaran Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan," *Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman* 10, no. 2 (2020): 133–53.

pesantren sesuai dengan apa yang tertuang dalam visi dan misi, dan memperhatikan isu-isu krusial yang berhubungan dengan rutinitas yang dijalankan pesantren. Kenyataan ini sekali lagi menegaskan bahwa reputasi pesantren merupakan aset non fisik pesantren yang jauh lebih besar daripada aset fisik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assa'idi, Sa'dullah. "The Growth of Pesantren in Indonesia as the Islamic Venue and Social Class Status of Santri." *Eurasian Journal of Educational Research* 93, no. 2 (2021): 425–40. <https://doi.org/10.14689/ejer.2021.93.21>.
- Baharun, Hasan, and Intania. "Interaksi Simbolik dan Imaji Religious dalam Membangun Citra Pondok Pesantren Nurul Jadid." *Attubulab* 5, no. 1 (2020): 71–85.
- Baharun, Hasan, Adi Wibowo, Heny Mulyani, and Rofikatul Maula. "Quality Service in Improving the Profitability of Educational Institutions Based on Pesantren." *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 6, no. 2 (2021): 171–86.
- Efstratopoulou, Maria, Hala Elhoweris, Abeer Arafa Eldib, and Eleni Bonti. "Assessing Children ' At Risk ': Translation and Cross-Cultural Adaptation of the Motor Behavior Checklist ( MBC ) into Arabic and Pilot Use in the United Arab Emirates ( UAE )." *Journal of Intelligence* 10, no. 11 (2022): 1–12.
- Erawati, Ni Made Adi, and I Putu Sudana. "Intangible Assets, Nilai Perusahaan, dan Kinerja Keuangan." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2018): 1–15.
- Gutierrez-Villar, Belen, Purificacion Alcaide-pulido, and Mariano Carbonero-ruz. "Education Sciences Measuring a University's Image : Is Reputation an Influential Factor?" *Education Sciences* 12, no. 19 (2022): 1–13.
- Harun, Ihsan. "Pondok Pesantren Modern: Politik Pendidikan Islam dan Problematika Identitas Muslim." *Jurnal As-Salam* 2, no. 1 (2018): 28–35.
- Ma'sum, Toha. "Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan." *Intelektual : Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman* 10, no. 2 (2020): 133–53.
- Marwa, Annisa, Deannes Isynuwardhana, and Annisa Nurbaiti.

- “Intangible Asset, Profitabilitas, dan Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer (JRAK)* 9, no. 2 (2017): 80–88.
- Mundiri, Akmal. “Organizational Culture Base on Total Quality Management in Islamic Educational Institution.” *ADRI International Journal of Islamic Studies and Social Sciences* 1, no. 1 (2017): 1–11.
- . “Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membangun Branding Image.” *Jurnal Pedagogik: Jurnal Pendidikan* 3, no. 2 (2016): 58–72.
- Mundiri, Akmal, Hasan Baharun, Abd Hamid Wahid, Zamroni, Khoiriyah Ramadhani, Latifatul Imamah, and Ummi Zakiyah. “Digital Branding in Increasing Civic Engagement; A Public Relation Strategy in the Battle of Perceptions.” *Proceedings of the First International Conference on Science, Technology, Engineering and Industrial Revolution (ICSTEIR 2020)* 536, no. Icsteir 2020 (2021): 61–64. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210312.010>.
- Munir, M, and Toha Ma’sum. “Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan.” *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2022): 21–41.
- Muslihu. “Pesantren Sebagai Identitas Islam Nusantara.” *Al-Tsiqob: Islamic Economy and Da’wa Journal* 2, no. 01 (2017): 50–59.
- Romadon, Saiful. “Manajemen Risiko Reputasi Pondok Pesantren terhadap Pemberitaan Pelecehan Seksual (Studi Kasus Pada Yayasan Madani Boarding School Cibiru Kota Bandung).” *Jurnal Akrab Juara* 7, no. 1 (2022): 361–68.
- S, Agus Ainul Yaqin M, and Reza Fahlifi. “Strategi Humas Pondok Pesantren Al-Qodiri dalam Mempertahankan Citra Pesantren.” *Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian dalam Bidang Pendidikan Dan Pengajaran* 1, no. 1 (2023): 33–48.
- Suarsa, Abin, Verawaty, and Toto Sugihyanto. “Local Wisdom Values Governance as Non-Financial Intangible Assets in Supporting Indigenous Peoples’ Sustainability in Kampung Pulo Kabupaten Garut.” *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 3, no. 1 (2019): 19–28. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss1.pp19-28>.
- Tuna, Mehmet H. “The Professionalisation of Islamic Religious

Education Teachers.” *British Journal of Religious Education* 44, no. 2 (2022): 188–99.  
<https://doi.org/10.1080/01416200.2021.1999905>.

Ubaedullah, Dudun. “Strategi Membangun Citra Pesantren.” *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan* 3, no. 2 (2019): 1–17.

Yusuf, Sayed, and Ahmed Rashid. “Education Quality, and Teaching and Learning in the Post-2015 Education Agenda.” *International Journal of Educational Development* 40, no. 1 (2015): 330–338.

Zamroni, Hasan Baharun, Fathor Rozi, Wahidatus Sholeha, and Yuliana Anggraini. “Intercultural Communication : Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand.” *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6, no. 4 (2022): 2886–95.  
<https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2123>.