

***Integrating Sports Innovation into School Branding: Promoting Character Development and Institutional Image in Religious-Based Education***

**Integrasi Inovasi Olahraga dalam Branding Sekolah: Mendorong Pengembangan Karakter dan Citra Lembaga pada Pendidikan Berbasis Agama**

**Suryono\*<sup>1</sup>, Baidi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

\*Corresponding email: Suryonospd808@gmail.com

Received: October 13, 2025; Accepted: December 22, 2025; Published: January 17, 2026.

**ABSTRACT**

*In an increasingly competitive educational landscape, sports is no longer merely a supplementary physical activity but a strategic instrument capable of transforming a school's identity and appeal. The penetration of interest-based innovations, such as specialized sports classes, has become a primary catalyst in building the unique reputation of religious-based educational institutions. This study aims to examine sports class management strategies in a madrasah and their impact on institutional branding. Adopting a qualitative case study approach, data were gathered through in-depth interviews with the madrasah principal, program coordinator, sports teachers, and students. The results identified four main themes: (1) sports class management as educational innovation, (2) the role of sports in character building, (3) implementation challenges, and (4) community contributions in strengthening branding. The findings indicate that sports integration effectively facilitates comprehensive character development while reinforcing the madrasah's position as a progressive institution. Synergistic stakeholder support is a crucial factor in ensuring program sustainability and reputation enhancement. This research theoretically expands the educational management paradigm by integrating the sociology of sports into school marketing strategies. Practically, it formulates a specialized class management model that other madrasahs can adopt to optimize local resources, creating a strong differentiation value within the currently saturated educational market.*

*Keywords: Sports Innovation, School Branding, Character Development, Religious-Based Education, Education Management*

**ABSTRAK**

Di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin kompetitif, olahraga bukan lagi sekadar aktivitas fisik tambahan, melainkan instrumen strategis yang mampu mentransformasi identitas dan daya tarik sebuah sekolah. Penetrasi inovasi berbasis minat, seperti kelas olahraga khusus, kini menjadi katalisator utama dalam membangun reputasi unik lembaga pendidikan berbasis agama di mata publik. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi pengelolaan kelas olahraga di madrasah serta dampaknya terhadap branding lembaga. Menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan kepala madrasah, koordinator program, guru olahraga, dan siswa. Hasil penelitian mengidentifikasi empat tema utama: (1) pengelolaan kelas olahraga sebagai inovasi pendidikan, (2) peran olahraga dalam pembentukan karakter, (3) tantangan implementasi, dan (4) kontribusi masyarakat dalam memperkuat branding. Temuan menunjukkan bahwa integrasi olahraga efektif memfasilitasi pengembangan karakter siswa sekaligus memperkuat posisi madrasah sebagai institusi progresif. Dukungan sinergis pemangku kepentingan menjadi faktor krusial dalam memastikan keberlanjutan program dan reputasi institusi. Kontribusi penelitian ini secara teoretis memperluas paradigma manajemen pendidikan dengan mengintegrasikan sosiologi olahraga ke dalam strategi pemasaran sekolah. Secara praktis, penelitian ini merumuskan model manajemen kelas khusus yang dapat diadopsi oleh madrasah lain untuk mengoptimalkan sumber daya lokal guna menciptakan nilai diferensiasi yang kuat di pasar pendidikan yang jenuh saat ini.

**Kata kunci:** Inovasi Olahraga, Branding Sekolah, Pengembangan Karakter, Pendidikan Berbasis Agama, Manajemen Pendidikan

## 1. Pendahuluan

Pendidikan merupakan pilar strategis dalam pembentukan karakter dan kualitas sumber daya manusia di era transformasi digital yang serba cepat (Garcez et al., 2022; Kesa et al., 2024; Mahdi & Dewi, 2025). Dalam lanskap global saat ini, lembaga pendidikan menghadapi tantangan dualistik: di satu sisi mereka harus mempertahankan standar kualitas akademik yang ketat, namun di sisi lain mereka dituntut untuk memiliki keunikan yang membedakan mereka di tengah pasar pendidikan yang semakin jenuh (Mhlanga, 2024; Scott & Guan, 2023). Fenomena ini memicu lahirnya strategi branding institusional yang tidak lagi hanya mengandalkan fasilitas fisik atau prestasi ujian nasional, melainkan pada inovasi kurikulum dan program khusus yang menyentuh aspek emosional dan minat bakat siswa secara mendalam.

Di Indonesia, sektor pendidikan terus beradaptasi dengan tuntutan zaman melalui pengembangan kelas-kelas khusus sebagai respons terhadap kebutuhan diversifikasi keterampilan. Kelas khusus olahraga yang mulai merambah ke berbagai pelosok daerah, termasuk pada institusi pendidikan berbasis agama (Mustarsyidah, 2022). Kehadiran kelas olahraga di dalam madrasah mencerminkan pergeseran paradigma bahwa pendidikan agama dan aktivitas fisik kompetitif bukanlah dua entitas yang terpisah, melainkan dapat diintegrasikan untuk membentuk profil lulusan yang tangguh secara spiritual dan fisik. Inovasi ini menjadi sangat krusial karena selama ini madrasah sering kali terjebak dalam persepsi publik sebagai lembaga yang hanya berfokus pada aspek teologis tradisional, sehingga kurang kompetitif dalam menjaring siswa dengan potensi non-akademik yang unggul.

Secara fenomenologis, pengelolaan kelas olahraga pada lembaga pendidikan berbasis agama menawarkan dinamika sosiologis yang menarik. Olahraga bukan sekadar aktivitas fisik, melainkan media inkubasi nilai-nilai seperti disiplin, sportivitas, dan kerja sama tim yang selaras dengan nilai-nilai luhur agama (Asry & Hidayat, 2025; Salahudin et al., 2024). Namun, dalam implementasinya, tantangan besar sering kali muncul, mulai dari keterbatasan infrastruktur hingga resistensi terhadap perubahan model pembelajaran tradisional (Fadli, 2025; Lestari, 2025). Observasi awal pada salah satu lembaga pendidikan berbasis agama di daerah menunjukkan adanya jurang antara potensi besar siswa di bidang olahraga dengan strategi manajemen yang belum terintegrasi secara profesional. Para pemangku kepentingan dalam lembaga tersebut mulai menyadari bahwa kelas olahraga tidak hanya bertujuan untuk mencetak atlet, tetapi lebih luas lagi sebagai mesin penggerak citra lembaga yang progresif dan berkualitas.

Urgensi penelitian ini semakin meningkat seiring dengan tren global yang menekankan pentingnya integrasi antara pendidikan formal dan pengembangan bakat sebagai bagian dari strategi pemasaran pendidikan. Di tingkat internasional, banyak negara maju telah membuktikan bahwa program olahraga yang dikelola dengan manajemen profesional dapat meningkatkan loyalitas orang tua dan ketertarikan calon siswa baru (Bañbula, 2024; Cho et al., 2022; Nguyen et al., 2023). Sementara itu, di Indonesia, penerapan kelas olahraga yang terstruktur secara strategis dalam konteks madrasah masih terbilang langka. Banyak sekolah belum menyadari bahwa prestasi di lapangan olahraga sering kali memiliki daya sebar informasi (viralitas) yang lebih kuat dalam membangun reputasi publik dibandingkan prestasi akademik di dalam ruang kelas.

Kajian literatur terkini menunjukkan bahwa program pengelolaan kelas khusus, seperti kelas olahraga, memiliki korelasi positif terhadap peningkatan kualitas pendidikan secara menyeluruh (Giménez-Meseguer et al., 2022; Hasnah et al., 2023; Sari et al., 2024). Namun, terdapat celah penelitian yang signifikan di mana mayoritas riset terdahulu lebih fokus pada efektivitas fisik dari kurikulum olahraga itu sendiri (Buulolo & Jainurakhma, 2025; Tran et al., 2024) atau dampaknya terhadap prestasi belajar siswa secara individu (Lambert et al., 2024; Mahedero et al., 2022). Sangat sedikit penelitian yang secara mendalam menelaah bagaimana mekanisme manajemen operasional kelas olahraga dapat dikonversi menjadi modal simbolik untuk penguatan branding institusional, khususnya pada lembaga yang memiliki karakteristik keagamaan yang kuat. Kesenjangan inilah yang menjadi titik tolak penelitian ini untuk mengeksplorasi peran strategis manajemen olahraga dalam membangun identitas sekolah yang kompetitif.

Melalui pendekatan kualitatif dan studi kasus yang mendalam, penelitian ini diharapkan mampu membedah unsur-unsur penting dalam manajemen kelas olahraga yang berkontribusi langsung pada upaya pemasaran sekolah. Fokus kajian diarahkan pada interaksi antara kebijakan manajerial yang dilakukan oleh pimpinan lembaga dengan praktik lapangan yang dijalankan oleh para pendidik olahraga. Kontribusi teoretis dari penelitian ini terletak pada pengembangan model manajemen pendidikan yang tidak hanya berorientasi pada proses pembelajaran, tetapi juga pada manajemen reputasi berbasis inovasi kurikulum khusus. Secara praktis, temuan ini akan memberikan panduan strategis bagi pengelola madrasah dalam merancang program unggulan yang relevan dengan kebutuhan pasar pendidikan modern tanpa kehilangan jati diri religiusnya.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan konsep inovasi olahraga (*sports innovation*) dengan strategi citra lembaga (*institutional image*) dalam lingkungan pendidikan berbasis agama yang selama ini dianggap konservatif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang melihat olahraga hanya sebagai ekstrakurikuler, penelitian ini memposisikan olahraga sebagai pilar utama branding yang mampu menciptakan diferensiasi nilai di tengah kompetisi global. Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggali dan mendeskripsikan secara

komprehensif strategi pengelolaan kelas olahraga serta dampaknya dalam memperkuat branding pada lembaga pendidikan berbasis agama, sehingga dapat dirumuskan sebuah kerangka kerja manajemen yang mampu mengoptimalkan potensi lokal menjadi prestasi reputasional yang berkelanjutan.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam dinamika manajemen kelas olahraga di MTs Negeri 6 Sragen. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami proses sosial dan makna subjektif yang melandasi strategi branding institusi melalui inovasi program pendidikan. Fokus penelitian diarahkan pada interaksi antara kebijakan manajerial dengan pengalaman nyata para praktisi di lapangan dalam menciptakan citra sekolah yang kompetitif. Dengan menempatkan MTs Negeri 6 Sragen sebagai unit analisis tunggal, penelitian ini mampu menginvestigasi secara intensif bagaimana keterbatasan sumber daya dikelola menjadi sebuah nilai diferensiasi yang kuat.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi-terstruktur dengan lima partisipan kunci yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu kepala madrasah, ketua program, guru olahraga, dan siswa. Kriteria pemilihan partisipan didasarkan pada keterlibatan langsung dan pengetahuan mendalam mereka terhadap pengelolaan kelas khusus olahraga. Selain wawancara, teknik studi pustaka dilakukan untuk mengintegrasikan landasan teoretis mengenai manajemen pendidikan dan branding ke dalam analisis data. Pendekatan multisumber ini memastikan bahwa fenomena inovasi olahraga ditinjau dari berbagai perspektif pemangku kepentingan untuk menghasilkan pemahaman yang holistik.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi, mengorganisasi, dan melaporkan pola-pola (tema) yang muncul dari transkrip wawancara. Proses ini meliputi tahap pengkodean data, pengelompokan tema-tema utama terkait inovasi pendidikan dan pembentukan karakter, hingga interpretasi makna yang terkandung dalam narasi partisipan. Untuk menjamin validitas dan keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi antar partisipan serta melakukan member check untuk memastikan keakuratan interpretasi peneliti. Prosedur ini dilakukan guna memastikan bahwa temuan penelitian mengenai dampak inovasi olahraga terhadap branding lembaga bersifat konsisten dan dapat dipercaya sesuai standar publikasi ilmiah internasional.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Transformasi Kurikulum: Kelas Olahraga sebagai Inti Inovasi Pendidikan

Pengelolaan kelas khusus olahraga di MTsN 6 Sragen bukan sekadar penambahan jadwal aktivitas fisik, melainkan sebuah strategi inovasi pendidikan yang fundamental untuk menciptakan diferensiasi di pasar pendidikan yang kompetitif. Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan madrasah, kebijakan ini diambil sebagai langkah strategis untuk membedakan institusi dari sekolah menengah pertama lainnya, di mana olahraga diposisikan sebagai keunggulan kompetitif yang setara dengan prestasi akademik. Inovasi ini mencerminkan pemahaman manajerial yang disampaikan oleh Nurohman (2024), Padliyan *et al.* (2024) dan Walid & Malik (2023) bahwa keberhasilan sebuah lembaga pendidikan saat ini sangat bergantung pada kemampuannya menawarkan program yang relevan dengan minat dan bakat generasi muda yang beragam.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa melalui manajemen yang terstruktur, olahraga memberikan ruang bagi siswa untuk mengeksplorasi potensi diri dalam lingkungan yang bebas namun tetap memegang teguh nilai-nilai religius. Didukung oleh Afif *et al.* (2025) dan Fauzen (2025) bahwa integrasi olahraga dalam sekolah dilakukan untuk membentuk pola pikir siswa yang disiplin dan positif. Oleh karena itu, dengan menjadikan olahraga sebagai bagian integral dari ekosistem pembelajaran, madrasah berhasil melakukan transformasi identitas dari lembaga pendidikan tradisional menjadi institusi yang progresif dan responsif terhadap perubahan zaman.

### 3.2. Sinergi Nilai: Olahraga sebagai Medium Internalisasi Karakter dalam Budaya Madrasah

Olahraga di MTsN 6 Sragen berfungsi sebagai laboratorium karakter yang sangat efektif dalam menanamkan nilai-nilai disiplin, kerja sama, dan kepemimpinan pada diri siswa. Para partisipan dalam penelitian ini, khususnya guru olahraga, menekankan bahwa melalui aktivitas fisik yang kompetitif, siswa belajar mengenai arti sportivitas dan integritas yang merupakan nilai inti dalam pendidikan Islam. Proses internalisasi nilai ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan melalui desain manajemen kelas yang mengedepankan pembentukan perilaku positif sebagai luaran utama dari setiap program latihan.

Menurut Harvianto *et al.* (2025) dan Habyarimana *et al.* (2022), pengembangan karakter melalui olahraga menjadi pilar utama dalam membangun fondasi moral siswa yang utuh. (Kim *et al.*, 2024) dan Jukić (2024) menambahkan bahwa keberhasilan siswa dalam menunjukkan perilaku yang disiplin dan tangguh di lapangan secara langsung membentuk citra positif bagi suatu sekolah di mata publik. Dengan demikian, integrasi nilai-nilai olahraga ke dalam budaya madrasah bukan hanya soal prestasi atletik, melainkan tentang bagaimana menciptakan "manusia seutuhnya"

yang memiliki keseimbangan antara ketangkasan fisik dan kemuliaan akhlak, yang pada akhirnya menjadi aset terpenting dalam strategi pemasaran pendidikan lembaga tersebut.

### **3.3. Rekayasa Citra: Mengonversi Prestasi Non-Akademik menjadi Ekuitas Brand Institusi**

Strategi branding yang dijalankan oleh MTsN 6 Sragen secara sadar memanfaatkan eksistensi kelas olahraga sebagai instrumen untuk menarik minat masyarakat luas. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengelola madrasah berharap adanya kelas khusus ini dapat memperluas jangkauan promosi sekolah, terutama bagi orang tua yang mencari lingkungan pendidikan yang mampu memfasilitasi perkembangan hobi dan bakat anak secara holistik. Prestasi yang diraih oleh siswa di bidang olahraga menjadi bukti nyata keunggulan madrasah yang lebih mudah dilihat dan diapresiasi oleh masyarakat umum dibandingkan dengan nilai ujian yang bersifat abstrak.

Proses rekayasa citra ini dilakukan melalui pengelolaan pengalaman positif seluruh pemangku kepentingan yang berinteraksi dengan program olahraga tersebut. Seusai dengan yang disampaikan oleh Hayati & Abidin (2023) dan Smith *et al.* (2023) bahwa keberhasilan sekolah dalam memperkenalkan diri sebagai lembaga yang peduli pada pengembangan minat bakat non-akademik telah membantu menghapus stigma negatif bahwa madrasah adalah lembaga yang kurang progresif. Penguatan branding institusional ini pada akhirnya meningkatkan daya saing madrasah dalam menarik calon siswa baru yang potensial, serta memperkuat posisi lembaga sebagai institusi pendidikan berbasis agama yang modern dan berkualitas di wilayah Sragen.

### **3.4. Navigasi Kendala: Dialektika Keterbatasan Sumber Daya dan Strategi Manajerial**

Implementasi kelas khusus olahraga di MTsN 6 Sragen tidak lepas dari tantangan yang signifikan, terutama terkait dengan keterbatasan infrastruktur dan fasilitas olahraga yang memadai. Guru olahraga mencatat bahwa fasilitas yang ada sering kali tidak sesuai dengan standar ideal untuk mendukung pelatihan prestasi yang maksimal, ditambah lagi dengan kurangnya pelatihan rutin bagi tenaga pendidik untuk mengelola kelas olahraga secara profesional. Tantangan fisik ini menjadi ujian bagi fleksibilitas manajerial kepala madrasah dalam mengalokasikan anggaran yang sangat terbatas.

Namun, menurut Wahidah & Aziz (2025) dan Ayu *et al.* (2024), keterbatasan sumber daya ini justru memicu lahirnya strategi manajerial yang kreatif dalam pengalokasian dana pendidikan. Adanya konflik antara visi pengembangan kelas yang ideal dan realitas anggaran yang minim mendorong pihak manajemen untuk menetapkan skala prioritas dalam pengadaan alat dan pemeliharaan fasilitas. Meskipun menghadapi berbagai kendala operasional, semangat untuk mempertahankan inovasi kelas olahraga tetap kuat, yang menunjukkan bahwa komitmen kepemimpinan merupakan kunci utama dalam menjaga keberlangsungan program di tengah keterbatasan finansial lembaga pendidikan.

### **3.5. Modal Sosial: Partisipasi Stakeholder dalam Keberlanjutan Reputasi Madrasah**

Dukungan dan harapan dari masyarakat, khususnya orang tua dan siswa, menjadi modal sosial yang sangat berharga bagi keberlanjutan branding MTsN 6 Sragen. Siswa yang terlibat langsung dalam kelas olahraga memiliki antusiasme tinggi untuk membawa nama baik madrasah melalui prestasi di berbagai ajang kompetisi. Di sisi lain, orang tua siswa menunjukkan peran aktif dalam mendukung program-program madrasah karena mereka melihat adanya hasil nyata pada pengembangan karakter dan kepercayaan diri anak-anak mereka melalui aktivitas olahraga tersebut.

Keinginan masyarakat agar madrasah terus meningkatkan kualitas pendidikan di bidang non-akademik memberikan tekanan positif bagi pengelola untuk tetap konsisten menjalankan inovasi ini. Hal ini didukung oleh Wulyatiningsih & Mandagi (2023) dan Nisar *et al.* (2025), partisipasi aktif dari ekosistem internal dan eksternal, termasuk dukungan dari alumni, memperkuat resonansi brand lembaga pendidikan di mata masyarakat luas. Kolaborasi yang sinergis antara pihak sekolah, orang tua, dan komunitas lokal menjadi penentu utama bagi keberhasilan branding institusi dalam jangka panjang, sekaligus memastikan bahwa MTsN 6 Sragen tetap menjadi pilihan utama di tengah kompetisi antar lembaga pendidikan berbasis agama.

## **4. Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi inovasi olahraga melalui manajemen kelas khusus secara efektif mentransformasi citra madrasah menjadi lembaga pendidikan yang progresif dan kompetitif. Pengelolaan kelas olahraga terbukti bukan sekadar aktivitas fisik, melainkan instrumen strategis untuk mendorong pengembangan karakter siswa seperti disiplin, kerja sama, dan kepemimpinan yang berfungsi sebagai pilar utama dalam memperkuat branding institusional. Temuan menunjukkan bahwa meskipun menghadapi tantangan sumber daya, strategi ini berhasil menciptakan nilai diferensiasi yang kuat di mata publik, di mana keberhasilan branding tersebut sangat bergantung pada dukungan sinergis antara pemangku kepentingan internal dan partisipasi aktif masyarakat.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu lokasi studi kasus tunggal dan lebih menitikberatkan pada aspek manajemen sosial serta budaya branding dibandingkan dengan analisis prestasi fisik atletik secara teknis. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan studi komparatif di berbagai madrasah dengan latar belakang geografis yang berbeda atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak langsung prestasi olahraga terhadap efektivitas rekrutmen siswa baru. Kontribusi penelitian ini secara teoretis memperluas paradigma manajemen pemasaran pendidikan melalui lensa sosiologi olahraga, sedangkan secara praktis, hasil ini merumuskan kerangka kerja bagi pengelola pendidikan dalam mengoptimalkan potensi lokal sebagai keunggulan kompetitif untuk membangun reputasi lembaga yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., Santoso, D. A., & Setiabudi, M. A. (2025). Analisis Ekstrakurikuler Olahraga terhadap Karakter Siswa di SMP Darul Ilmi Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekreasi*, 11(1), 50–66.
- Asry, W., & Hidayat, M. H. (2025). Internalisasi Nilai-Nilai Spiritual dalam Pembinaan Karakter Atlet melalui Pendidikan Agama Islam di Sekolah Olahraga. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(2), 126–137.
- Ayu, D. M., Girindratta, R., Nurfadillah, N., Fariz, F., & Al Mashur, M. (2024). Strategi pengelolaan keuangan sekolah untuk meningkatkan efisiensi sumber daya. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1596–1603.
- Bañbula, J. (2024). Effects of brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty on overall brand equity in sport. A case study of an amateur football sports club. *Physical Culture and Sport*, 104(1), 36–47.
- Buulolo, D., & Jainurakhma, J. (2025). Efektivitas Model Pembelajaran Kooperatif Jigsaw Dalam Upaya Peningkatan Kebugaran Jasmani Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Mandalika Education (MADU)*, 3(1), 39–48.
- Cho, N., Shin, M., & Ahn, H. (2022). Psychosocial Characters and Their Behavioural Indexes for Evaluation in Secondary School Physical Education Classes and Sports Club Activities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(11), 6730. <https://doi.org/10.3390/ijerph19116730>
- Fadli, M. H. (2025). Resistensi Sehari-Hari Guru Madrasah ITH Di Desa Ranupani. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2(01), 37–47.
- Fauzen, M. N. R. (2025). Dampak Progam Ekstrakurikuler Olahraga Terhadap Pembentukan Karakter Siswa. *Penjaga: Pendidikan Jasmani Dan Olahraga*, 6(1), 85–92.
- Garcez, A., Silva, R., & Franco, M. (2022). Digital transformation shaping structural pillars for academic entrepreneurship: A framework proposal and research agenda. *Education and Information Technologies*, 27(1), 1159–1182. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10638-5>
- Giménez-Meseguer, J., Ferriz-Valero, A., & Baena-Morales, S. (2022). Impact of Sport Education Model on Sports Lifestyle and Attitudes of Vocational Education Training Students. *Education Sciences*, 12(12), 896. <https://doi.org/10.3390/educsci12120896>
- Habyarimana, J. de D., Tugirumukiza, E., & Zhou, K. (2022). Physical Education and Sports: A Backbone of the Entire Community in the Twenty-First Century. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(12), 7296. <https://doi.org/10.3390/ijerph19127296>
- Harvianto, Y., Ulfa, Z. D., Perdana, J. A., PS, U. H., Razzi, F., & Wahyudi, A. N. (2025). *Penguatan Karakter dan Kesadaran Hidup Sehat melalui PJOK bagi Siswa*. CV Eureka Media Aksara.
- Hasnah, S., Susanto, N., Syafruddin, S., Solehuddin, M., & Yuniarti, E. (2023). Implementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Pendidikan Jasmani Dan Olahraga Untuk Membentuk Karakter Ulul Albab. *At-Ta'dib*, 18(1), 18–27.
- Hayati, N., & Abidin, Z. (2023). School Principal's Strategy in Improving Students' Non-Academic Achievement of State Elementary School in Jember. *EDUCARE: Journal of Primary Education*, 4(2), 175–188.
- Jukić, D. (2024). School Branding: The Role of School Culture and Teachers. *Revista Tinerilor Economisti*, 42, 32–47.
- Kesa, D. D., Wu, M., Abdillah, F., Harjadi, D., & Ningsih, A. (2024). The Impact of Digital Entrepreneurship Courses and Motivation on Fostering a Green Entrepreneurial Spirit in Students' Perceptions. *International Journal of Educational Qualitative Quantitative Research*, 3(2), 46–55. <https://doi.org/10.58418/ijeqr.v3i2.120>
- Kim, E., Smith, J., Cordes, S., & Wohlstetter, P. (2024). "Positive Discipline Doesn't Sound Like Discipline": Experiences with Restorative Justice Implementation. *Leadership and Policy in Schools*, 23(3), 530–549. <https://doi.org/10.1080/15700763.2023.2174143>
- Lambert, K., Ford, A., & Jeanes, R. (2024). The association between physical education and academic achievement in other curriculum learning areas: A review of literature. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 29(1), 51–81. <https://doi.org/10.1080/17408989.2022.2029385>

- Lestari, A. (2025). Keterbatasan Infrastruktur dan Implikasinya terhadap Proses Pembelajaran di SMAN 15 Muaro Jambi. *Al-Marsus: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 79–89.
- Mahdi, M. A., & Dewi, D. S. (2025). Students' Experiences, Engagement, and Attitudes in the English Education Revolution: The Role of Interactive Technology. *International Journal of Educational Qualitative Quantitative Research*, 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.58418/ijeqq.v4i1.134>
- Mahedero, P., Calderón, A., de Ojeda, D. M., & Arias-Estero, J. L. (2022). Impact of two sport education units on learning outcomes in primary school. *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 22(1), 160–175.
- Mhlanga, D. (2024). Digital transformation of education, the limitations and prospects of introducing the fourth industrial revolution asynchronous online learning in emerging markets. *Discover Education*, 3(1), 32. <https://doi.org/10.1007/s44217-024-00115-9>
- Mustarsyidah, Z. R. (2022). Manajemen Program Kelas Unggulan Untuk Meningkatkan Daya Saing MTsN 1 Dan MTsN 2 Ponorogo. *Excelencia: Journal of Islamic Education & Management*, 2(02), 137–152.
- Nguyen, T. T., Cao, T. Q., Phung, H. T. T., Nguyen, T. T., Phan, T. T. T., & Pham, H. H. (2023). Parents as customers: The influence of school reputation on satisfaction, feedback, and loyalty of Vietnamese secondary students' parents. *Corporate Reputation Review*, 26(3), 167–178.
- Nisar, N., Raza, A., Pathan, P. N., Sattar, M. M., & Memon, U. (2025). Alumni-driven sustainability strategies: paving a way forward for sustainable development of public HEIs. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 17(5), 1626–1641. <https://doi.org/10.1108/JARHE-03-2024-0140>
- Nurohman, D. A. (2024). *Membangun Citra Sekolah: Strategi Promosi dan Layanan Berkualitas*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Padliyan, R., Pratiwi, N., Fitri, V., & Rifki, A. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Pendaftaran Siswa (Studi Kasus di SMA Negeri 6 Kota Jambi. *Journal of Economic Education*, 3(2), 37–42.
- Salahudin, S., Irawan, E., & Furkan, F. (2024). The Role of Physical Education and Sports in Shaping the Nation's Character. *Champions: Education Journal of Sport, Health, and Recreation*, 2(1), 1–8.
- Sari, Y. Y., Ulfani, D. P., & Ramos, M. (2024). Pentingnya pendidikan jasmani olahraga terhadap anak usia sekolah dasar. *Jurnal Tunas Pendidikan*, 6(2), 478–488.
- Scott, T., & Guan, W. (2023). Challenges facing Thai higher education institutions financial stability and perceived institutional education quality. *Power and Education*, 15(3), 326–340. <https://doi.org/10.1177/17577438221140014>
- Smith, S. L., Dawson-Amoah, M., Tong, T., Pardo, N., Alonso-Morris, E. A., & Kho, A. (2023). Public School Choice Options in the United States. *Encyclopedia*, 4(1), 60–78. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia4010006>
- Tran, T., Do, C., & Ha, T. (2024). The effectiveness of the physical education curriculum following the Sports Club model on the physical development of high school students in Vietnam. *Pedagogy of Physical Culture and Sports*, 28(5), 396–406.
- Wahidah, R., & Aziz, A. (2025). Manajemen Pembiayaan dalam Peningkatan dan Pengembangan Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(2), 203–211.
- Walid, A., & Malik, A. (2023). Increasing Public Interest through School Image Branding through a Trending Approach. *Educazione: Journal of Education and Learning*, 1(1), 41–53.
- Wulyatiningsih, T., & Mandagi, D. W. (2023). A Systematic Review of Strategic Brand Management in Educational Institution: Towards an Integrative Approach. *EDUKASIA Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 2961–2972.