



**STRATEGI CERDAS PENGELOLAAN DANA BOS DALAM MEMBANGUN
BRANDING LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM SEBAGAI BASIS
DAYA SAING INSTITUSIONAL**

Usni¹, Hamdi Abdul Karim²

¹²Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

Email correspondence : usni.syafiq@gmail.com¹, hamdiabdulkarim@uinbukittinggi.ac.id²

History Article

Submission:

6 Februari 2026

Revised:

1 April 2026

Accepted:

27 April 2026

Published:

30 Mei 2026

E-ISSN:

2797-7668

P-ISSN:

2807-405X

DOI:

<https://doi.org/10.55062/2021/IJPI>

Publisher:

Institut Agama Islam
Sumatera Barat Pariaman

Abstract

This study aims to analyze smart strategies in managing School Operational Assistance (BOS) funds as a foundation for building the branding of Islamic educational institutions with competitive advantage. The focus of the study lies in planning, allocation, and implementation of financing that can generate specific institutional strengths as a distinctive identity. This research employs a qualitative approach with a library research method by reviewing relevant literature on educational financial management, development of flagship programs, and institutional branding in Islamic education. The findings indicate that well-structured planning, focused budget allocation on priority programs, and consistent implementation can produce tangible institutional excellence. These strengths subsequently transform into institutional branding that enhances public trust and attractiveness, particularly in the digital era. The integration of financial management and institutional identity development contributes significantly to the advancement of Islamic education management in a more strategic and value-oriented direction. This study is expected to serve as a reference for educational managers in designing innovative, effective, and sustainable financing policies.

Keywords: BOS Fund, Institutional Branding, Competitiveness

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi cerdas dalam pengelolaan dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) sebagai dasar pembangunan branding lembaga pendidikan Islam yang berdaya saing. Fokus kajian diarahkan pada aspek perencanaan, alokasi, dan implementasi pembiayaan yang mampu melahirkan keunggulan spesifik sebagai identitas

institusi. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi pustaka, melalui pengkajian berbagai literatur yang relevan dengan manajemen pembiayaan pendidikan, pengembangan program unggulan, dan branding lembaga pendidikan Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa perencanaan yang terarah, alokasi anggaran yang fokus pada program prioritas, serta implementasi yang konsisten mampu menghasilkan keunggulan institusional yang nyata. Keunggulan tersebut kemudian bertransformasi menjadi branding lembaga yang memperkuat daya tarik dan kepercayaan masyarakat, terutama dalam konteks era digital. Integrasi antara pengelolaan pembiayaan dan pembangunan identitas institusi memberikan kontribusi penting dalam pengembangan manajemen pendidikan Islam yang lebih strategis dan berorientasi pada nilai. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola lembaga pendidikan dalam merancang kebijakan pembiayaan yang inovatif, efektif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Dana BOS, Branding Lembaga, Daya Saing

PENDAHULUAN

Perkembangan lanskap pendidikan pada era digital menunjukkan perubahan yang semakin kompleks dan dinamis. Lembaga pendidikan tidak lagi cukup menjalankan fungsi transfer pengetahuan dan nilai, tetapi juga dituntut mampu membangun keunggulan institusional yang memiliki daya saing tinggi. Peningkatan ekspektasi masyarakat terhadap mutu layanan pendidikan memperkuat tuntutan tersebut (Hendrizal et al., 2024; Yanti, 2022). Pilihan terhadap sekolah kini didasarkan pada kualitas, karakter, serta ciri khas yang ditampilkan oleh Lembaga (Ningrum & Putera, 2025). Kondisi ini mendorong setiap institusi pendidikan, termasuk lembaga pendidikan Islam, untuk merumuskan strategi pengelolaan yang tidak hanya efektif secara administratif, tetapi juga unggul secara kompetitif.

Realitas sosial memperlihatkan bahwa persaingan antar sekolah semakin terbuka dan kompetitif. Masyarakat semakin selektif dalam menentukan lembaga pendidikan bagi peserta didik, baik dari aspek akademik, pengembangan karakter, fasilitas, maupun keunggulan program tertentu. Kehadiran sekolah yang dikenal unggul pada bidang olahraga, kepedulian lingkungan, serta penguatan nilai-nilai keagamaan menunjukkan bahwa diferensiasi institusi telah menjadi kebutuhan mendesak. Lembaga yang memiliki identitas jelas cenderung lebih mudah memperoleh kepercayaan publik dan mendapatkan legitimasi sosial. Sebaliknya, lembaga yang tidak memiliki ciri khas menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan eksistensi dan menarik minat peserta didik (Yanti et al., 2020).

Fenomena persaingan lembaga pendidikan tidak lagi bersifat konseptual, tetapi telah menjadi realitas empiris di berbagai daerah. Sejumlah sekolah mengalami kesulitan memperoleh peserta didik baru akibat meningkatnya preferensi masyarakat terhadap lembaga yang dianggap memiliki kualitas dan keunggulan tertentu. Data di Kabupaten Sukoharjo

menunjukkan bahwa 29 dari 50 SMP negeri dan swasta mengalami kekurangan peserta didik baru pada pelaksanaan PPDB, dengan lebih dari 2.000 kursi atau hampir 50% dari total daya tampung tidak terisi. Kondisi serupa juga ditemukan di Kota Tangerang Selatan, di mana beberapa SMP swasta hanya memperoleh antara satu hingga lima belas peserta didik baru sehingga menghadapi ancaman penutupan sekolah. Pada tingkat yang lebih luas, Menteri Pendidikan Dasar dan Menengah bahkan menyatakan bahwa banyak sekolah swasta mengalami penurunan jumlah peserta didik dan sebagian terpaksa menghentikan operasional karena tidak mampu bersaing dalam memperoleh murid. Fakta tersebut menunjukkan bahwa kemampuan membangun identitas, keunggulan, dan kepercayaan masyarakat telah menjadi faktor penting yang menentukan keberlanjutan suatu lembaga pendidikan di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) memiliki posisi strategis sebagai salah satu sumber pembiayaan utama dalam penyelenggaraan pendidikan. Pemanfaatan dana tersebut pada dasarnya tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan operasional rutin, tetapi juga berpotensi menjadi instrumen penting dalam mendorong pengembangan keunggulan Lembaga (Baihaqi & Miskiyah, 2025). Fakta di lapangan menunjukkan bahwa pengelolaan dana BOS masih banyak berorientasi pada aspek administratif dan kebutuhan jangka pendek. Fokus penggunaan anggaran umumnya diarahkan pada pengadaan sarana dasar, pembiayaan kegiatan rutin, serta kebutuhan operasional lainnya. Pola pengelolaan semacam ini belum sepenuhnya mendukung terbentuknya nilai tambah yang mampu memperkuat identitas dan daya saing lembaga pendidikan (Mustapa et al., 2021).

Kajian dalam literatur manajemen pendidikan selama ini lebih banyak menitikberatkan pada aspek akuntabilitas, transparansi, dan efisiensi pengelolaan anggaran. Penelitian yang mengkaji keterkaitan antara pembiayaan pendidikan dan pembangunan branding lembaga masih relatif terbatas. Padahal, pendekatan manajemen modern menempatkan pembiayaan sebagai bagian penting dari strategi pengembangan institusi. Pengelolaan anggaran yang terarah dapat menjadi fondasi bagi lahirnya program unggulan yang berkelanjutan dan berdampak luas. Keterbatasan kajian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan konseptual yang perlu mendapatkan perhatian serius, terutama dalam konteks lembaga pendidikan Islam yang memiliki karakteristik nilai dan tujuan yang khas.

Lembaga pendidikan Islam memiliki potensi besar dalam membangun branding berbasis nilai-nilai keislaman. Penguatan budaya religius, pembiasaan ibadah, pembentukan akhlak, serta pengembangan program tahfiz Al-Qur'an merupakan contoh keunggulan yang dapat dikembangkan secara sistematis. Pemanfaatan dana BOS yang dirancang secara strategis dapat mendukung pencapaian keunggulan tersebut. Hasil pengelolaan yang terarah akan membentuk identitas institusional yang kuat dan mudah dikenali oleh masyarakat. Identitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga mencerminkan kualitas, budaya, dan orientasi pendidikan yang dijalankan oleh lembaga.

Kemajuan teknologi informasi turut mempercepat proses pembentukan citra dan persepsi publik terhadap lembaga pendidikan. Informasi mengenai keunggulan sekolah dapat tersebar luas melalui berbagai platform digital dalam waktu yang relatif singkat. Kondisi ini menjadikan branding sebagai bagian penting dari strategi komunikasi institusi. Lembaga yang

memiliki keunggulan spesifik serta mampu mengelola pembiayaan secara strategis akan lebih mudah memperkuat posisinya di tengah persaingan (Alwi et al., 2026). Konsistensi antara program unggulan dan citra yang ditampilkan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Isu pengelolaan dana BOS dalam kaitannya dengan pembangunan branding lembaga pendidikan Islam memiliki tingkat urgensi yang tinggi. Fakta sosial menunjukkan kebutuhan yang semakin kuat terhadap diferensiasi dan daya saing institusional. Literatur yang ada belum banyak mengkaji integrasi antara manajemen pembiayaan dan strategi branding secara komprehensif. Kondisi ini membuka ruang bagi pengembangan kajian yang lebih mendalam dan terarah.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi cerdas dalam pengelolaan dana BOS sebagai dasar pembangunan branding lembaga pendidikan Islam. Fokus kajian diarahkan pada perencanaan, alokasi, dan implementasi pembiayaan yang mampu melahirkan keunggulan spesifik sebagai identitas institusi. Analisis juga mencakup upaya mengonstruksi keunggulan tersebut menjadi branding yang memiliki daya saing tinggi serta relevan dengan tuntutan era digital. Hasil kajian diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pendidikan Islam serta menjadi rujukan praktis bagi pengelola lembaga dalam merancang kebijakan pembiayaan yang strategis, inovatif, dan berorientasi pada penguatan identitas institusional.

KAJIAN LITERATURE

Manajemen Strategis dalam Pengelolaan Dana Pendidikan

Manajemen strategis merupakan pendekatan pengelolaan organisasi yang berorientasi pada pencapaian tujuan jangka panjang melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan berkelanjutan. Perspektif ini menempatkan pembiayaan pendidikan tidak hanya sebagai instrumen operasional untuk memenuhi kebutuhan rutin lembaga, tetapi sebagai sumber daya strategis yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif. Pengelolaan dana pendidikan yang terarah memungkinkan lembaga mengembangkan program unggulan, meningkatkan kualitas layanan, memperkuat budaya organisasi, serta membangun identitas institusional yang berbeda dari lembaga lain. Dalam konteks pendidikan Islam, pengelolaan dana yang strategis dapat diarahkan untuk memperkuat program keagamaan, pembinaan karakter, pengembangan kompetensi guru, serta inovasi pembelajaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Resource-Based View dan Keunggulan Institusional

Teori Resource-Based View (RBV) menjelaskan bahwa keunggulan suatu organisasi ditentukan oleh kemampuannya mengelola sumber daya yang bernilai, unik, sulit ditiru, dan berkelanjutan. Keunggulan tidak semata-mata berasal dari besarnya sumber daya yang dimiliki, tetapi dari kemampuan mengolah sumber daya tersebut menjadi kapasitas organisasi yang khas. Dana BOS dapat dipahami sebagai salah satu sumber daya strategis yang memungkinkan lembaga pendidikan Islam mengembangkan berbagai program unggulan. Program tahfiz Al-Qur'an, pembinaan akhlak, penguatan budaya religius, serta inovasi

pembelajaran berbasis teknologi merupakan bentuk transformasi sumber daya ke dalam keunggulan institusional. Keunggulan tersebut kemudian menjadi pembeda yang memperkuat posisi lembaga dalam persaingan pendidikan yang semakin kompetitif.

Branding Lembaga Pendidikan Islam

Branding lembaga pendidikan merupakan proses pembentukan identitas, citra, dan reputasi yang membedakan suatu institusi dari lembaga lainnya. Branding tidak hanya berkaitan dengan promosi atau publikasi, tetapi mencerminkan keseluruhan kualitas layanan, budaya organisasi, dan pengalaman yang dirasakan oleh masyarakat. Identitas lembaga yang kuat terbentuk melalui konsistensi antara visi, program unggulan, nilai-nilai yang dianut, serta kualitas pendidikan yang diberikan. Pada lembaga pendidikan Islam, branding dapat dibangun melalui integrasi nilai-nilai keislaman dalam seluruh aktivitas pendidikan sehingga menghasilkan karakter institusi yang khas dan mudah dikenali oleh masyarakat.

Marketing Pendidikan dan Daya Saing Institusional

Perkembangan dunia pendidikan telah mendorong lembaga pendidikan untuk menerapkan prinsip-prinsip pemasaran secara lebih profesional. Marketing pendidikan tidak dimaknai sebagai aktivitas komersialisasi pendidikan, melainkan sebagai upaya memperkenalkan nilai, kualitas, dan keunggulan lembaga kepada masyarakat. Program unggulan yang dirancang secara sistematis akan membentuk persepsi positif publik dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting dalam membangun daya saing institusional, terutama pada era digital ketika informasi mengenai kualitas sekolah dapat tersebar secara cepat melalui berbagai platform komunikasi.

Manajemen Keuangan Pendidikan Islam

Manajemen keuangan pendidikan Islam menempatkan prinsip amanah, transparansi, akuntabilitas, efisiensi, dan kemaslahatan sebagai dasar pengelolaan sumber daya keuangan. Dana pendidikan dipandang sebagai amanah yang harus digunakan secara bertanggung jawab untuk mendukung pencapaian tujuan pendidikan. Perspektif ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan dana tidak hanya diukur dari kepatuhan administratif, tetapi juga dari kemampuannya menghasilkan manfaat yang nyata bagi peningkatan mutu pendidikan dan penguatan identitas lembaga. Pengelolaan dana BOS yang berorientasi strategis menjadi bagian penting dalam mewujudkan tujuan tersebut.

Penelitian Relevan

Berbagai penelitian telah mengkaji pengelolaan pembiayaan pendidikan Islam dari beragam perspektif. Jannah (2024) menyoroti pengelolaan biaya pendidikan dalam perspektif pendidikan Islam dengan fokus pada aspek perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, serta prinsip transparansi dan akuntabilitas. Kajian tersebut menunjukkan pentingnya tata kelola keuangan yang baik dalam mendukung penyelenggaraan pendidikan, namun belum mengaitkan pembiayaan dengan pembangunan identitas dan daya saing lembaga (Jannah, 2024).

Penelitian Said, Sulhan, dan Hakim (2024) mengkaji optimalisasi manajemen dana BOS dalam meningkatkan mutu pendidikan Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas pengelolaan dana BOS berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan pendidikan melalui penerapan fungsi-fungsi manajemen yang sistematis. Fokus penelitian tersebut masih terbatas pada peningkatan mutu pendidikan sehingga belum membahas peran dana BOS dalam membangun branding institusional (Said et al., 2024).

Penelitian Aisi dan Zakir (2025) membahas strategi branding reputasi lembaga pendidikan Islam melalui integrasi nilai-nilai Islam dalam pembentukan identitas dan kepercayaan publik. Kajian tersebut menegaskan pentingnya budaya organisasi dan internalisasi nilai keislaman dalam membangun reputasi lembaga. Meskipun demikian, penelitian tersebut belum menjelaskan bagaimana aspek pembiayaan dapat menjadi faktor yang mendukung pembentukan branding lembaga (Aisi & Zakir, 2025).

Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian mengenai pengelolaan pembiayaan dan branding lembaga pendidikan Islam masih berkembang secara terpisah. Penelitian tentang pembiayaan lebih banyak berfokus pada aspek administrasi, akuntabilitas, dan peningkatan mutu pendidikan, sedangkan penelitian mengenai branding lebih menekankan pembentukan identitas dan reputasi lembaga. Belum banyak kajian yang mengintegrasikan pengelolaan dana BOS sebagai instrumen strategis dalam membangun branding lembaga pendidikan Islam yang berorientasi pada penguatan daya saing institusional. Celah inilah yang menjadi fokus utama penelitian ini sekaligus menunjukkan posisi kebaruannya dalam pengembangan kajian manajemen pendidikan Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka (library research). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian berfokus pada analisis konseptual mengenai strategi pengelolaan dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) dalam membangun branding lembaga pendidikan Islam sebagai basis daya saing institusional. Penelitian tidak melibatkan pengumpulan data lapangan, melainkan mengandalkan berbagai sumber literatur yang relevan untuk membangun sintesis konseptual dan menghasilkan formulasi strategi yang komprehensif.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa artikel ilmiah yang membahas pengelolaan dana BOS, manajemen pembiayaan pendidikan, branding lembaga pendidikan, manajemen strategis pendidikan, serta daya saing institusional yang diperoleh dari jurnal nasional terakreditasi dan jurnal internasional bereputasi. Data sekunder berupa buku akademik, laporan penelitian, prosiding, serta dokumen kebijakan pendidikan yang diterbitkan oleh Kementerian Pendidikan, Kementerian Agama, dan lembaga terkait lainnya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis menggunakan basis data Google Scholar, Garuda, Dimensions, Scopus, dan Crossref. Kata kunci yang digunakan meliputi “dana BOS”, “manajemen pembiayaan pendidikan”, “school operational assistance”, “educational branding”, “branding lembaga pendidikan”, “Islamic

educational management”, “competitive advantage”, dan “institutional competitiveness”. Literatur yang dipilih merupakan publikasi yang terbit dalam rentang tahun 2019–2026 agar mencerminkan perkembangan kajian yang mutakhir. Kriteria inklusi meliputi publikasi yang memiliki relevansi langsung dengan tema penelitian, tersedia dalam bentuk teks lengkap, serta memuat pembahasan mengenai pengelolaan pembiayaan, strategi pengembangan lembaga, atau branding pendidikan. Literatur yang tidak berkaitan secara langsung dengan fokus penelitian, bersifat duplikatif, atau tidak memenuhi standar akademik dikeluarkan dari proses analisis.

Tahap seleksi dilakukan melalui proses identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan, dan penetapan sumber yang dianalisis. Pada tahap identifikasi, seluruh literatur yang ditemukan melalui kata kunci dikumpulkan dan didokumentasikan. Tahap penyaringan dilakukan dengan menelaah judul, abstrak, dan kata kunci untuk menentukan tingkat relevansi terhadap fokus penelitian. Tahap penilaian kelayakan dilakukan dengan membaca isi literatur secara menyeluruh guna memastikan kesesuaian substansi dengan tujuan penelitian. Literatur yang memenuhi kriteria selanjutnya ditetapkan sebagai sumber data dan diklasifikasikan berdasarkan tema-tema utama penelitian.

Analisis data menggunakan teknik analisis isi (content analysis). Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilih informasi yang relevan dengan fokus kajian. Tahap kedua adalah kategorisasi data berdasarkan tema-tema utama yang meliputi manajemen dana BOS, manajemen strategis pendidikan, branding lembaga pendidikan Islam, dan daya saing institusional. Tahap ketiga adalah interpretasi data dengan mengidentifikasi hubungan antarkonsep, pola pemikiran, serta kecenderungan temuan yang muncul dalam berbagai literatur. Tahap terakhir adalah sintesis konseptual yang dilakukan dengan mengintegrasikan berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu untuk membangun kerangka pemikiran mengenai strategi pengelolaan dana BOS sebagai instrumen pembentukan branding lembaga pendidikan Islam.

Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai jenis literatur, baik artikel ilmiah, buku akademik, maupun dokumen kebijakan. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas hasil analisis sekaligus meminimalkan bias interpretasi. Hasil akhir penelitian disajikan dalam bentuk sintesis konseptual yang menjelaskan hubungan antara pengelolaan dana BOS, pembentukan branding lembaga pendidikan Islam, dan penguatan daya saing institusional pada era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Strategis Pengelolaan Dana BOS Berbasis Keunggulan Institusional

Perencanaan strategis menentukan arah pemanfaatan dana BOS sekaligus menjadi faktor yang membedakan antara pengelolaan yang bersifat administratif dan pengelolaan yang berorientasi pada pengembangan lembaga. Orientasi administratif umumnya berfokus pada pemenuhan kebutuhan operasional tahunan, sedangkan orientasi strategis menempatkan anggaran sebagai instrumen untuk membangun keunggulan yang dapat memperkuat posisi

lembaga dalam persaingan pendidikan (Adlini et al., 2022). Perbedaan orientasi tersebut berpengaruh langsung terhadap efektivitas penggunaan dana serta dampak yang dihasilkan bagi perkembangan institusi.

Kemampuan membaca kondisi internal dan eksternal menjadi prasyarat penting dalam proses perencanaan. Kualitas sumber daya manusia, budaya organisasi, karakteristik peserta didik, dan ketersediaan sarana pendidikan merupakan faktor internal yang menentukan arah pengembangan lembaga. Kebutuhan masyarakat, perubahan tren pendidikan, serta meningkatnya kompetisi antar sekolah membentuk faktor eksternal yang tidak dapat diabaikan (ADHISTI, 2025). Hubungan antara kedua faktor tersebut menunjukkan bahwa keunggulan institusional tidak muncul secara spontan, tetapi lahir dari proses identifikasi potensi yang dilakukan secara cermat dan berkelanjutan.

Fokus pengembangan yang jelas memiliki peran penting dalam menghasilkan diferensiasi lembaga. Banyak sekolah mengembangkan beragam program secara bersamaan, tetapi tidak semuanya mampu membangun identitas yang kuat. Penyebaran anggaran pada terlalu banyak program sering kali menghasilkan capaian yang tidak optimal. Kondisi berbeda terlihat pada lembaga yang memusatkan sumber daya pada bidang tertentu, seperti tahfiz Al-Qur'an, pembinaan karakter Islami, olahraga, atau pendidikan lingkungan. Konsentrasi anggaran pada program yang memiliki relevansi dengan karakter lembaga cenderung menghasilkan keunggulan yang lebih mudah dikenali oleh masyarakat (Budi et al., 2025).

Hubungan antara perencanaan dan pembentukan identitas lembaga menunjukkan bahwa keunggulan institusional tidak ditentukan oleh jumlah dana yang tersedia, melainkan oleh arah penggunaannya. Dana BOS yang dikelola secara konsisten pada bidang prioritas memungkinkan terbentuknya program unggulan yang berkelanjutan. Program tersebut kemudian berkembang menjadi ciri khas yang membedakan lembaga dari institusi lain. Perspektif ini sejalan dengan pandangan Resource-Based View yang menempatkan kemampuan mengelola sumber daya sebagai faktor utama pembentuk keunggulan kompetitif.

Keberlanjutan program menjadi aspek yang menentukan keberhasilan strategi tersebut. Identitas lembaga tidak dibangun melalui kegiatan yang bersifat insidental, tetapi melalui akumulasi program yang dijalankan secara konsisten dalam jangka panjang. Perencanaan jangka pendek berfungsi memperkuat fondasi program, perencanaan jangka menengah memperluas kualitas dan cakupan pelaksanaan, sedangkan perencanaan jangka panjang mengarahkan lembaga pada pengakuan publik terhadap keunggulan yang dimiliki. Pola tersebut menjelaskan mengapa reputasi lembaga sering kali merupakan hasil dari proses yang berlangsung bertahun-tahun (Ansori et al., 2026).

Karakteristik pendidikan Islam memberikan dimensi tambahan dalam proses perencanaan pembiayaan. Nilai amanah, tanggung jawab, kemaslahatan, dan pembentukan akhlak menjadi pertimbangan yang tidak dapat dipisahkan dari pengambilan keputusan anggaran. Dana BOS tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan efisiensi penggunaan sumber daya, tetapi juga mendukung penguatan budaya religius dan pembentukan karakter peserta didik. Integrasi antara pertimbangan manajerial dan nilai-nilai keislaman menghasilkan model pengelolaan yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga memiliki legitimasi moral yang kuat.

Perencanaan strategis pada akhirnya dapat dipahami sebagai proses transformasi sumber daya keuangan menjadi keunggulan institusional yang berkelanjutan. Arah pengembangan yang jelas, fokus program yang konsisten, serta kesesuaian antara kebutuhan masyarakat dan karakter lembaga memungkinkan dana BOS berfungsi lebih dari sekadar sumber pembiayaan operasional. Peran tersebut menjadikan pembiayaan sebagai fondasi pembentukan identitas, reputasi, dan daya saing lembaga pendidikan Islam.

Alokasi Dana BOS sebagai Instrumen Penguatan Program Unggulan

Alokasi dana BOS sebagai instrumen penguatan program unggulan menempati posisi yang sangat menentukan dalam keberhasilan strategi pembangunan branding lembaga pendidikan Islam. Alokasi tidak sekadar berarti membagi anggaran ke berbagai kebutuhan, tetapi merupakan proses penentuan prioritas yang mencerminkan arah kebijakan dan komitmen institusi terhadap keunggulan tertentu. Ketepatan dalam mengalokasikan dana akan berpengaruh langsung terhadap kualitas program yang dijalankan, sekaligus menentukan apakah suatu lembaga mampu membangun identitas yang kuat atau justru terjebak pada pola pengelolaan yang bersifat rutin dan tidak berdampak signifikan.

Penguatan program unggulan menuntut keberanian lembaga untuk mengarahkan sebagian anggaran secara lebih fokus pada bidang yang telah ditetapkan sebagai prioritas strategis. Keputusan ini sering kali menjadi tantangan, karena kebutuhan operasional dasar tetap harus dipenuhi secara seimbang. Namun, lembaga yang mampu mengelola keseimbangan tersebut akan memiliki peluang lebih besar untuk menghasilkan keunggulan yang nyata. Alokasi yang terarah memungkinkan program unggulan berkembang secara optimal, baik dari sisi kualitas kegiatan, intensitas pelaksanaan, maupun capaian hasil yang dapat diukur (Farid, 2025). Tanpa alokasi yang jelas dan konsisten, program unggulan cenderung berjalan setengah hati dan sulit memberikan dampak yang berarti.

Efektivitas alokasi dana BOS juga sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara perencanaan dan implementasi. Anggaran yang telah dirancang untuk mendukung program unggulan harus benar-benar digunakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Ketidaksesuaian antara rencana dan realisasi akan menghambat pencapaian target serta melemahkan arah pengembangan institusi. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme pengendalian yang memastikan bahwa setiap penggunaan dana tetap berada dalam koridor strategi yang telah disepakati. Transparansi dan akuntabilitas menjadi prinsip penting dalam menjaga konsistensi tersebut, sehingga alokasi dana tidak menyimpang dari tujuan utama penguatan keunggulan.

Penguatan program unggulan melalui alokasi dana BOS juga berkaitan erat dengan kualitas sumber daya yang terlibat. Anggaran yang dialokasikan perlu mendukung peningkatan kompetensi guru, penyediaan fasilitas yang relevan, serta pengembangan kegiatan yang berorientasi pada pencapaian prestasi. Investasi pada aspek sumber daya manusia menjadi kunci dalam memastikan bahwa program unggulan tidak hanya berjalan secara administratif, tetapi benar-benar menghasilkan perubahan yang nyata. Guru yang kompeten dan memiliki

komitmen tinggi akan mampu mengelola program secara kreatif dan inovatif, sehingga keunggulan yang dibangun menjadi lebih hidup dan berkelanjutan.

Karakteristik lembaga pendidikan Islam memberikan dimensi tambahan dalam proses alokasi dana. Penguatan program tidak hanya diarahkan pada aspek keterampilan atau prestasi, tetapi juga pada pembentukan karakter dan nilai-nilai keislaman. Alokasi dana perlu mempertimbangkan kegiatan yang mendukung pembiasaan ibadah, penguatan akhlak, serta pengembangan budaya religius yang menjadi ciri khas lembaga. Pendekatan ini akan menghasilkan keunggulan yang tidak hanya bersifat kompetitif, tetapi juga memiliki nilai moral dan spiritual yang kuat (Andayani, 2019). Identitas semacam ini cenderung lebih melekat dan memberikan dampak jangka panjang terhadap peserta didik.

Keberhasilan alokasi dana BOS sebagai instrumen penguatan program unggulan juga dipengaruhi oleh konsistensi kebijakan yang diterapkan oleh lembaga. Perubahan arah alokasi yang terlalu sering akan menghambat proses pembentukan keunggulan, karena setiap program membutuhkan waktu untuk berkembang dan mencapai hasil yang optimal. Konsistensi dalam mendukung program unggulan akan menciptakan kesinambungan yang memungkinkan lembaga membangun reputasi secara bertahap. Reputasi yang terbentuk dari konsistensi tersebut akan menjadi modal penting dalam membangun kepercayaan masyarakat dan memperkuat posisi lembaga di tengah persaingan.

Pemanfaatan dana BOS yang teralokasi secara strategis pada akhirnya akan menghasilkan dampak yang lebih luas, tidak hanya pada peningkatan kualitas internal, tetapi juga pada persepsi eksternal terhadap lembaga. Program unggulan yang didukung oleh pembiayaan yang memadai akan melahirkan prestasi, budaya, dan karakter yang dapat diamati secara nyata oleh masyarakat. Kondisi ini akan memperkuat citra lembaga sebagai institusi yang memiliki keunggulan spesifik dan dapat diandalkan. Alokasi dana yang tepat menjadi jembatan antara perencanaan strategis dan pembentukan identitas institusional yang memiliki daya saing tinggi.

Kualitas pengalokasian dana BOS mencerminkan tingkat kematangan manajemen lembaga pendidikan Islam dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Lembaga yang mampu menetapkan anggaran secara tepat dan strategis akan lebih terarah dalam mengembangkan institusi menuju keunggulan yang terukur serta berkelanjutan. Cara pandang ini menempatkan pembiayaan bukan sekadar penunjang aktivitas operasional, melainkan sebagai instrumen penting yang memengaruhi arah kebijakan, karakter kelembagaan, dan keberlangsungan masa depan pendidikan.

Implementasi Pembiayaan dalam Mewujudkan Identitas Lembaga

Implementasi pembiayaan dana BOS menunjukkan bagaimana rencana anggaran diterjemahkan menjadi kegiatan nyata di sekolah. Tahap ini menentukan apakah program yang sudah disusun benar-benar berjalan sesuai tujuan atau hanya berhenti pada tataran perencanaan. Keberhasilan pengelolaan dana terlihat dari sejauh mana pelaksanaan mampu mengikuti arah yang sudah ditetapkan sejak awal.

Keterkaitan antara perencanaan dan pelaksanaan tampak dari konsistensi sekolah menjalankan program yang menjadi prioritas (Fatimah et al., 2026). Program yang dijalankan secara teratur dan berkelanjutan cenderung menghasilkan dampak yang lebih jelas bagi sekolah. Program yang tidak konsisten biasanya hanya menghasilkan kegiatan sementara tanpa perkembangan yang berarti.

Peran kepala sekolah dan guru memiliki pengaruh besar terhadap hasil implementasi. Kepala sekolah mengarahkan penggunaan dana agar tetap sesuai prioritas lembaga, sementara guru dan tenaga kependidikan menjalankan kegiatan dalam proses pembelajaran. Keselarasan kedua pihak ini menentukan kelancaran program dan hasil yang dicapai.

Proses evaluasi membantu menjaga arah pelaksanaan agar tetap sesuai rencana. Evaluasi juga memberi gambaran bagian mana yang sudah berjalan baik dan bagian mana yang perlu diperbaiki. Tanpa evaluasi yang berjalan rutin, pelaksanaan program mudah menyimpang dari tujuan awal dan tidak berkembang secara optimal (Shalehah et al., 2025).

Keseluruhan proses implementasi memperlihatkan bahwa penggunaan dana BOS tidak hanya berkaitan dengan kegiatan administratif. Proses ini membentuk pola kerja sekolah dari waktu ke waktu. Pola tersebut kemudian memengaruhi arah pengembangan sekolah dan hasil akhir yang terlihat dalam kualitas program yang dijalankan.

Relevansi Branding dengan Daya Saing di Era Digital

Relevansi branding dengan daya saing di era digital semakin menguat seiring dengan perubahan cara masyarakat memperoleh informasi dan menentukan pilihan terhadap lembaga pendidikan. Branding tidak lagi dipahami sebagai sekadar simbol atau slogan, melainkan sebagai representasi menyeluruh dari kualitas, karakter, serta keunggulan yang dimiliki oleh suatu institusi. Era digital telah mengubah pola komunikasi menjadi lebih terbuka, cepat, dan luas jangkauannya, sehingga setiap lembaga pendidikan dituntut mampu menampilkan identitasnya secara jelas dan konsisten di ruang publik. Kejelasan identitas ini menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan menarik minat masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan ruang kompetisi baru yang tidak lagi terbatas pada wilayah geografis tertentu. Informasi mengenai keunggulan suatu sekolah dapat diakses oleh masyarakat secara luas melalui berbagai platform digital. Kondisi ini membuat lembaga pendidikan yang memiliki branding kuat lebih mudah dikenal dan diingat. Branding yang dibangun dari keunggulan nyata akan memperkuat posisi lembaga dalam persaingan, karena masyarakat cenderung memilih institusi yang memiliki reputasi jelas dan dapat dibuktikan melalui berbagai informasi yang tersedia (Hidayah et al., 2025). Situasi ini menunjukkan bahwa branding berfungsi sebagai jembatan antara kualitas internal lembaga dan persepsi eksternal masyarakat.

Kekuatan branding di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam mengomunikasikan keunggulan yang dimiliki secara efektif. Program unggulan yang telah dikembangkan melalui pengelolaan dana BOS perlu disajikan dalam bentuk informasi yang menarik, informatif, dan mudah dipahami oleh publik. Media digital seperti situs web sekolah,

media sosial, serta platform berbagi informasi lainnya menjadi sarana strategis untuk menampilkan aktivitas, prestasi, dan budaya sekolah. Penyajian informasi yang konsisten akan membentuk citra yang kuat dan memperkuat ingatan masyarakat terhadap identitas lembaga.

Daya saing lembaga pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kualitas program yang dijalankan, tetapi juga oleh kemampuan dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Era digital memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih intens antara lembaga dan publik. Komunikasi yang terbuka dan responsif akan meningkatkan kepercayaan serta memperkuat citra positif lembaga. Branding yang dikelola dengan baik akan mendorong terbentuknya loyalitas masyarakat, sehingga lembaga tidak hanya dikenal, tetapi juga dipercaya sebagai pilihan utama dalam pendidikan.

Karakteristik lembaga pendidikan Islam memberikan keunikan tersendiri dalam proses pembangunan branding di era digital. Nilai-nilai keislaman seperti kejujuran, amanah, dan akhlak mulia menjadi fondasi yang dapat memperkuat citra lembaga secara substansial. Branding yang dibangun tidak hanya menonjolkan prestasi, tetapi juga menampilkan budaya religius yang menjadi ciri khas institusi. Integrasi antara keunggulan program dan nilai-nilai keislaman akan menghasilkan identitas yang lebih kuat dan memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang menginginkan pendidikan yang holistik.

Konsistensi antara realitas internal dan citra yang ditampilkan menjadi aspek krusial dalam menjaga kredibilitas branding. Informasi yang disampaikan melalui media digital harus mencerminkan kondisi nyata yang ada di lembaga. Ketidaksesuaian antara citra dan realitas akan menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat serta merusak reputasi institusi. Oleh karena itu, branding harus dibangun berdasarkan keunggulan yang benar-benar dimiliki dan dikelola secara berkelanjutan (Andriani, 2025). Pendekatan ini akan memastikan bahwa citra yang terbentuk tidak bersifat semu, tetapi merupakan refleksi autentik dari kualitas lembaga.

Pemanfaatan teknologi digital juga membuka peluang bagi lembaga pendidikan Islam untuk memperluas pengaruh dan jejaring kerja sama. Branding yang kuat akan memudahkan lembaga dalam menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, baik dalam skala lokal maupun lebih luas. Jejaring ini dapat mendukung pengembangan program unggulan serta meningkatkan eksposur lembaga di tingkat yang lebih tinggi. Daya saing institusional pada akhirnya tidak hanya ditentukan oleh kekuatan internal, tetapi juga oleh kemampuan dalam membangun relasi yang strategis.

Relevansi branding dengan daya saing di era digital menunjukkan bahwa pengelolaan lembaga pendidikan tidak dapat dipisahkan dari strategi komunikasi yang efektif. Branding menjadi instrumen penting dalam memperkuat posisi lembaga di tengah persaingan yang semakin kompleks. Lembaga pendidikan Islam yang mampu mengintegrasikan kualitas program, nilai-nilai keislaman, serta pemanfaatan teknologi digital akan memiliki keunggulan yang lebih kuat dan berkelanjutan. Pendekatan ini menegaskan bahwa branding bukan sekadar pelengkap, tetapi merupakan bagian integral dari strategi pengembangan institusi di era modern.

Implikasi Teoretis dan Praktis dalam Manajemen Pendidikan Islam

Pembiayaan dana BOS mulai dipahami sebagai bagian penting dalam menentukan arah perkembangan lembaga pendidikan Islam. Dana tersebut tidak hanya digunakan untuk kebutuhan rutin, tetapi juga dapat mengarahkan sekolah dalam membangun keunggulan dan identitas yang lebih jelas. Cara sekolah mengelola dana ini sangat berpengaruh terhadap bagaimana lembaga tersebut berkembang dan dikenal oleh masyarakat.

Identitas sekolah tidak terbentuk secara tiba-tiba, tetapi melalui proses yang berjalan secara bertahap. Penggunaan dana yang diarahkan pada program tertentu secara konsisten akan menghasilkan ciri khas yang membedakan satu sekolah dengan sekolah lainnya. Sebaliknya, penggunaan dana yang hanya fokus pada kebutuhan harian membuat sekolah sulit memiliki keunggulan yang menonjol.

Nilai-nilai keislaman tetap menjadi dasar dalam pengelolaan dana. Sikap amanah, jujur, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap kemaslahatan memberi arah dalam setiap keputusan penggunaan anggaran. Nilai tersebut membuat pengelolaan dana tidak hanya berfokus pada hasil kerja, tetapi juga pada cara dan proses yang dijalankan (Robi, 2023).

Perubahan cara pandang terhadap dana BOS juga berdampak pada cara sekolah merancang kegiatan. Anggaran tidak lagi hanya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk membangun program yang memberi nilai tambah bagi sekolah. Kepala sekolah memiliki peran penting dalam menentukan arah penggunaan dana, sementara tim sekolah memastikan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana yang sudah disepakati.

Keberhasilan pelaksanaan program sangat bergantung pada keterlibatan guru dan tenaga kependidikan. Program yang sudah dirancang tidak akan berjalan maksimal tanpa dukungan pelaksana yang memahami tujuan dan mampu menjalankannya secara konsisten. Hal ini membuat kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberhasilan setiap kegiatan.

Pengelolaan dana juga perlu dilakukan secara terbuka agar dapat dipertanggungjawabkan. Kejelasan penggunaan anggaran membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah (PS & Ginanjar, 2024). Kepercayaan ini menjadi salah satu faktor yang memperkuat posisi sekolah di tengah persaingan pendidikan yang semakin terbuka.

Perkembangan teknologi memberikan ruang yang lebih luas bagi sekolah untuk memperkenalkan kegiatan dan program yang dijalankan. Program unggulan yang didukung oleh dana BOS dapat terlihat lebih jelas oleh masyarakat melalui media digital. Hal ini membantu membentuk pandangan positif terhadap sekolah dan memperkuat citra yang sudah terbentuk.

Keseluruhan proses menunjukkan bahwa pengelolaan dana BOS tidak hanya berkaitan dengan pengeluaran anggaran, tetapi juga berhubungan dengan arah perkembangan sekolah. Cara dana tersebut digunakan akan menentukan seperti apa sekolah tumbuh, berkembang, dan dikenal oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Dinamika pendidikan di era digital menempatkan lembaga pendidikan Islam pada situasi persaingan yang semakin terbuka dan menuntut kejelasan identitas institusional. Pengelolaan dana Bantuan Operasional Sekolah tidak lagi cukup dipahami sebagai aktivitas administratif, tetapi perlu diarahkan sebagai strategi utama dalam membangun keunggulan yang membedakan satu lembaga dari yang lain. Perencanaan yang matang menjadi fondasi penting untuk menentukan arah pengembangan yang terfokus, sehingga setiap kebijakan pembiayaan memiliki keterkaitan langsung dengan tujuan institusional yang ingin dicapai. Ketepatan dalam menetapkan prioritas program akan memudahkan lembaga dalam mengarahkan sumber daya secara optimal menuju pembentukan ciri khas yang berkelanjutan. Penguatan keunggulan institusi bergantung pada konsistensi dalam mengalokasikan dan mengimplementasikan pembiayaan yang telah dirancang. Alokasi dana yang terarah pada program prioritas memungkinkan terciptanya kegiatan yang lebih intensif, berkualitas, dan berdampak nyata terhadap perkembangan peserta didik. Implementasi yang dilakukan secara berkesinambungan akan melahirkan budaya sekolah yang kuat serta membentuk karakter khas yang mudah dikenali. Proses ini tidak berlangsung secara instan, melainkan melalui pembiasaan yang terus-menerus hingga menghasilkan identitas lembaga yang kokoh dan autentik. Kualitas pelaksanaan yang didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa setiap program benar-benar memberikan kontribusi terhadap penguatan institusi. Keunggulan yang telah terbentuk kemudian berkembang menjadi branding yang berfungsi sebagai representasi kualitas lembaga di ruang publik, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital. Penyajian informasi yang konsisten dan sesuai dengan kondisi nyata akan memperkuat kepercayaan masyarakat serta meningkatkan daya tarik lembaga. Pendekatan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan manajemen pendidikan Islam, karena menempatkan pembiayaan sebagai instrumen strategis yang terintegrasi dengan pembangunan identitas dan nilai-nilai keislaman. Arah pengelolaan yang inovatif dan berorientasi pada penciptaan nilai tambah akan mendorong lahirnya lembaga pendidikan yang tidak hanya unggul secara akademik dan religius, tetapi juga memiliki daya saing yang kuat dan relevan dengan perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhisti, N. U. R. A. (2025). *Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Dasar Islam*. Uin Raden Intan Lampung.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., & Chotimah, O. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka*. 6(1), 974–980.
- Aisi, R., & Zakir, S. (2025). Strategi Branding Reputasi Lembaga Pendidikan Islam: Integrasi Nilai Islam Dalam Membangun Identitas Dan Kepercayaan Publik. *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 23(3), 347–356.
- Alwi, M., Andhira, M. I., & Urwa, M. (2026). Model Sistem Pengelolaan Madrasah Berbasis

- Entrepreneurship Di Kota Parepare. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 1892–1915.
- Andayani, A. (2019). Strategi Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam Melalui Manajemen Pembiayaan. *Edulead: Journal Of Education Management*, 1(1), 1–16.
- Andriani, A. (2025). Merancang Rencana Strategis Satuan Biaya Dan Pendanaan Dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Progresif*, 6(2).
- Ansori, S. P. I., Fauzi, H., & Suparno, S. E. (2026). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan Islam*. Cv. Ra-Media Publishing.
- Baihaqi, A., & Miskiyah, A. Z. (2025). Strategi Pemasaran Pendidikan Muhammadiyah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(11), 12370–12379.
- Budi, M. H. S., Aziz, A., Efendi, N., Maesaroh, M., Alam, S. F., & Mahamida, L. (2025). Analisis Kritis: Kepemimpinan Dan Kebijakan Pendidikan Islam Di Indonesia. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 6(4), 947–959.
- Farid, M. (2025). Implementasi Manajemen Pembiayaan Di Lembaga Pendidikan Islam. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1190–1200.
- Fatimah, N., Syarif, D., Suhada, W., Badrudin, B., & Zaqiah, Q. Y. (2026). Audit Internal Dalam Pengelolaan Dana Bos Pada Madrasah Melalui Perspektif Manajemen Pendidikan. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 14(1), 77–93.
- Hendrizar, H., Joni, M., Hijrat, K., & ... (2024). Pendidikan Sebagai Investasi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *El-Kahfi| Journal Of ...*
- Hidayah, K. R. N., Bariroh, U., & Fahrurrozi, F. (2025). Strategi Efektif Fundraising Pada Lembaga Pendidikan Islam Swasta. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 10(3), 1011–1019.
- Jannah, S. N. (2024). Pengelolaan Biaya Pendidikan Dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Qazi: Journal Of Islamic Studies*, 1(1), 30–36.
- Mustapa, M., Yanti, N., Zaki, F., & Syamsurizal, S. (2021). Analisis Pengelolaan Dana Bos Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19 Di Sma Negeri 2 Sungai Limau. *Ikhtisar: Jurnal Pengetahuan Islam*, 1(2), 109–119.
- Ningrum, T. I., & Putera, R. P. (2025). Pemasaran Holistik Sebagai Strategi Tata Kelola Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Journal Of Golden Generation Education*, 1(2), 274–291.
- , A. K., & Ginanjar, W. (2024). Optimalisasi Pengelolaan Dana Bos Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Madrasah Aliyah. *Digdaya*, 1(1), 31–38.
- Robi, M. (2023). Peran Manajemen Keuangan Dalam Pengelolaan Dana Bos Di Madrasah. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan*, 2(1), 1–16.

- Said, M., Sulhan, A., & Hakim, L. (2024). Optimalisasi Manajemen Dana Bos Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Islam. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(3), 1864–1872.
- Shalehah, S., Arfa, V. D., Ermita, E., & Wildanah, F. (2025). Strategi Pengelolaan Dana Bos Untuk Mewujudkan Efisiensi Dan Efektivitas Keuangan Sekolah. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan* | E-Issn: 3062-7788, 2(1), 400–408.
- Yanti, N. (2022). Human Development Index: The Impact Of Human Resources Investment In Education And Regional Revenue. *Galore International Journal Of Applied Sciences And Humanities*, 6(2), 15–19.
- Yanti, N., Nurtati, N., & Misharni, M. (2020). Investasi Modal Manusia Bidang Pendidikan: Dampak Pengangguran Dan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 6(1), 21–37.