

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Saat ini, kemajuan suatu lembaga pendidikan masih ditentukan oleh masyarakat. Karena kemajuan organisasi pendidikan menunjukkan terbukanya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga-lembaga pendidikan tersebut untuk menjalankan kewajibannya. Oleh karena itu, pimpinan pendidikan pada umumnya dan lembaga pendidikan pada khususnya perlu menyusun perencanaan yang memungkinkan terciptanya lingkungan lembaganya yang dinamis dan adaptif terhadap perkembangan kebutuhan masyarakat di lingkungan sekitarnya. Persaingan dalam organisasi pendidikan semakin sulit, sehingga mengharuskan *institusi* pendidikan untuk meningkatkan kualitas mutu pada lembaga pendidikan tersebut agar dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

Kepala lembaga pendidikan harus terus meningkatkan cara berpikir kreatif, dan mencari ide-ide inovatif untuk mengimbangi keunggulan dan menumbuhkan fondasi pendidikan sesuai perkembangan zaman sehingga bisa berkompetisi dalam perebutan merek sesuai dengan tujuan pendidikan serta kepuasan masyarakat dalam pelayanan pendidikan. Mutu dalam pendidikan yang terkait dengan upaya suatu lembaga pendidikan, dalam pelayanan jasa pendidikan bagi peserta didik perlu ditingkatkan, karena minat dan dukungan terhadap lembaga pendidikan dilihat kualitas mutu lembaga pendidikan tersebut. Hal ini harus diperhatikan dan diwujudkan oleh pihak sekolah agar senantiasa meningkatkan kemampuan dalam bersaing.

Guna meningkatkan persaingan antar lembaga pendidikan, dibutuhkan manajemen strategi untuk ikut serta dalam membangun lembaga pendidikan sehingga dapat tercapainya tujuan dalam bersaing, karena sebuah lembaga pendidikan akan dihadapkan dengan persaingan yang ketat untuk mempertahankan *image* lembaga pendidikannya seperti melalui perbaikan dan senantiasa meningkatkan kualitas dalam berbagai bidang seperti pelayanan, fasilitas, program unggulan, hingga sarana dan prasarananya. Mengimbangi hal itu membangun strategi *branding image* sangat perlu dilakukan untuk membangun kepercayaan masyarakat. dengan meningkatkan kualitas daya saingnya melalui strategi *branding image* diharapkan calon siswa akan lebih memilih bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.

Persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan bermacam-macam, sehingga senantiasa baik citra mereknya akan semakin mudah menarik perhatian konsumen. Maka dari itu manajemen strategi pendidikan menjadi penting, karena memandang dari pertumbuhan serta berkembangnya pendidikan ditentukan oleh bagaimana manajemen di lembaga pendidikan tersebut. Untuk melakukan pemasaran lembaga pendidikan merupakan tugas kepala sekolah dan *public relation*. Bagaimana agar menciptakan lembaga pendidikan yang sesuai dengan harapan masyarakat. Untuk mewujudkannya, mengadakan *event* dan berkerjasama dengan pihak luar, memasang baner atau poster sekolah yang menarik berisi kegiatan prestasi siswa yang dipasang dipinggir jalan atau luar sekolah, hal itu bisa dilakukan untuk menarik minat masyarakat. Kegiatan diatas juga bisa disebut membangun *branding image*

dari sebuah lembaga pendidikan. Selanjutnya sekolah tersebut akan mendapatkan citra positif sehingga mampu bersaing dengan sekolah-sekolah umum lainnya.

Salah satu sekolah di kecamatan Gombang yang mendapatkan citra positif dari Masyarakat adalah SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen, yang berlokasi di jalan kemukus No. 96 B Kec. Gombang, Kab. Kebumen. Dan kemudian dijadikan sebagai objek penelitian skripsi yang dilakukan oleh penulis, karena SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen merupakan sekolah berbasis pondok pesantren yang banyak diminati oleh calon peserta didik baru, sehingga jumlah siswanya setiap tahun selalu meningkat, hal ini menjadi bukti berhasilnya strategi *branding image* di sekolah tersebut. Dari banyaknya sekolah di kecamatan Gombang, SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen mempunyai strategi *branding image* yang lebih unggul dengan sekolah lain, sehingga menjadi salah satu sekolah yang bisa diperhitungkan. Hal ini menjadi alasan penulis, tertarik mempelajari serta memahami terkait bagaimana strategi yang diterapkan guna mengembangkan citra merek dalam meningkatkan daya saing sekolah tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis mengajukan penulisan yang berjudul “Strategi *Branding Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen”. dengan beberapa pertimbangan yang menjadi acuan penulis untuk melakukan penelitian di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen yaitu bagaimana sekolah membangun *branding image* sehingga menjadi salah satu sekolah yang banyak peminat,

serta menjadi sekolah yang mampu bersaing dengan sekolah unggulan lainnya.

## **B. Pembatasan Masalah**

Dalam sebuah penulisan pastilah memerlukan adanya pembatasan masalah agar penulis tidak terlalu jauh dalam meneliti sebuah objek penulisan, dan penulisan ini menjadi lebih valid, terarah dan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Adapun pembatasan masalahnya terkait dengan bagaimana strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing sekolah di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen.

## **C. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dikemukakan rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya dalam perencanaan membangun strategi *branding image* di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen ?
2. Bagaimana langkah-langkah dalam membangun strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing sekolah di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen ?
3. Bagaimana hasil dari strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing sekolah di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen ?

#### **D. Penegasan Istilah**

Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan istilah dalam judul proposal, maka perlu dibuat penjelasan terhadap istilah-istilah tersebut yaitu :

##### **1. Strategi**

Strategi adalah suatu program jangka panjang sebuah lembaga atau organisasi yang terkait dengan bagaimana lembaga memperluas aset internalnya dan mengatasi kekurangannya dengan memanfaatkan peluang serta menaklukkan berbagai ancaman dari pihak luar agar tetap unggul. lembaga pendidikan dapat berhasil mencapai tujuannya dan memperoleh keunggulan kompetitif melalui strategi yang tepat. Strategi juga dapat dilihat untuk menjadi sebuah acuan dalam menentukan sebuah tindakan dengan cara (taktik) yang dilakukan secara tepat agar kegiatan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan.<sup>1</sup> Menurut Morrisey strategi dipandang sebagai proses yang menunjukkan sebuah arah yang dimana seharusnya dituju oleh sebuah organisasi sebagai faktor pendorong, dan faktor utama lainnya yang akan membantu pengelola organisasi dalam menentukan produk, jasa dan pasar bagi organisasi di masa mendatang.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>) Nazarudin, *Manajemen Strategik*, (Palembang: Amanah, 2020), hal. 13.

<sup>2</sup>) George Morrisey, *Pedoman Pemikiran Strategis Membangun Landasan Perencanaan*, (Jakarta, Prenhalindo, 1997), hal. 7.

## 2. *Branding Image*

Menurut Lilis Suryanti *Brand Image* di artikan “*the set of beliefs consumers hold about a particular brand*” adalah *brand image* yang merupakan suatu kepercayaan yang dipegang masyarakat terkait dengan lembaga. Intinya adalah keyakinan masyarakat yang tercermin mengenai lembaga yang terbentuk dalam ingatan mereka.<sup>3</sup> Terkait ini *brand image* merupakan citra dari sebuah lembaga pendidikan. Citra yang positif pada sebuah lembaga pendidikan pasti akan memperoleh penilaian baik dari masyarakat, dari citra positif tersebut tentu akan muncul dari pemikiran masyarakat, bahwa sekolah tersebut mempunyai kualitas yang baik.

## 3. Daya Saing

Menurut Prim Masrokan Mutohar daya saing berasal dari bahasa Inggris “*competitiveness*” yang berarti kapasitas atau kekuatan bersaing. Daya saing merupakan hasil dari berbagai manfaat dan nilai tambah yang menciptakan sesuatu berupa organisasi atau layanan pendidikan. Daya saing tercipta dari pengembangan yang terjadi terus menerus dalam berbagai hal di lembaga pendidikan, ketika sebuah lembaga pendidikan melakukan perkembangan secara terus menerus akan lebih meningkatkan kinerja dari lembaga pendidikan tersebut.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>) Lilis Suryati, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), hal 28.

<sup>4</sup>) Prim Masrokan Muntohar, *Manajemen Strategik Pendidikan*, (Tulungagung: Cahaya Abadi, 2019), hal.12.

#### 4. SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan kejuruan pada tingkat pendidikan menengah. Di sinilah SMK berspesialisasi dalam mempersiapkan siswa untuk bekerja. SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen adalah sebuah sekolah SMK yang berada dikabupaten kebumen, terletak di jalan kemukus No. 96 B Gombang, kebumen, Jawa Tengah 54416 . Email : [Smkmadugo@Yahoo.com](mailto:Smkmadugo@Yahoo.com) Telp : (0287)472843 dengan Akreditasi B.<sup>5</sup>

#### E. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai penulis ketika melakukan penulisan ini adalah untuk :

1. Mengetahui upaya perencanaan dalam membangun strategi *branding image* di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen.
2. Mengetahui bagaimana langkah-langkah atau rencana strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing sekolah di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen.
3. Mengetahui bagaimana hasil dari strategi *branding image* dalam meningkatkan daya saing sekolah di SMK Ma'arif 2 Gombang Kebumen.

#### F. Kegunaan Penulisan

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi orang lain yang membutuhkan data dalam konteks kajian yang sejenis.

---

<sup>5)</sup> <https://www.smkmaarif2gombang.com>. Diakses, 5 Januari 2023, jam 23.00.

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Kegunaan secara teoretis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat diterapkan pada lembaga pendidikan lainnya dalam upaya mengembangkan sekolah dan meningkatkan daya saing lembaga pendidikan sebagai lembaga unggulan. dan diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan kajian manajemen pendidikan Islam terkait membangun strategi *brand image* lembaga pendidikan.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi penulis

Penulisan ini dapat bermanfaat sebagai sarana untuk menambah pemahaman dan pengalaman yang berkaitan dengan *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, serta dapat menerapkan ilmu dan teori yang didapat selama perkuliahan.

b. Bagi sekolah

Temuan dari penulisan ini diharapkan dapat meningkatkan *brand image* dan manajemen pemasaran lembaga pendidikan tersebut, serta menjadi kajian dan motivasi untuk terus berkembang menjadi sekolah unggulan yang diakui masyarakat.