

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dari waktu ke waktu pendidikan terus menerus mengalami pembaruan mengikuti perkembangan zaman yang berlaku, tidak heran jika banyak lembaga pendidikan saling bersaing dalam pemasaran pendidikan untuk menarik minat masyarakat.¹ Lembaga pendidikan dan masyarakat merupakan dua elemen yang tidak terpisahkan, lembaga pendidikan sebagai tempat belajar dan lingkungan masyarakat sebagai bentuk proses berlangsungnya pembelajaran di sekolah.

Dalam perkembangannya lembaga pendidikan tidak terlepas dari seorang kepala sekolah untuk menyampaikan informasi mengenai program sekolah yang dapat dipahami dan transparan untuk menarik perhatian masyarakat. Kepala sekolah memiliki peran yang penting untuk mengembangkan lembaga pendidikan, karena sebuah lembaga pendidikan tidak dapat berkembang dengan baik tanpa adanya hubungan yang baik dengan masyarakat.

Keberadaan kepala sekolah merupakan faktor vital dalam menggerakkan sumber daya sekolah dan mendorong kerjasama tim untuk membangun citra yang positif di mata masyarakat. Kepemimpinan yang efektif dan inspiratif dari kepala sekolah dapat memobilisasi seluruh elemen sekolah, termasuk

¹⁾ Nurhalimah, 2023. "*Strategi Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Brand Image Sekolah Menuju Sekolah Unggul di MIS Nurus Salam Deli Tua Medan Sumatera Utara*", hal. 1.

guru, staf, peserta didik, dan orang tua, untuk bekerja sama dan bersinergi dalam mencapai tujuan bersama.²

Membangun *brand image* atau citra pada lembaga pendidikan untuk menciptakan persepsi yang baik dimata masyarakat sangat diperlukan. Hal tersebut merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan oleh lembaga pendidikan dalam membuat strategi untuk menarik minat peserta didik baru terutama orang tuanya. Setiap orang tua tentu saja menginginkan anaknya melanjutkan pendidikan ke sekolah yang memiliki mutu yang bagus. Hal ini didukung oleh pendapat Rio Septian bahwa tidak sedikit orang tua yang rela mengeluarkan biaya lebih banyak agar anaknya dapat bersekolah di sekolah yang bagus.³ Sehingga lembaga pendidikan perlu membangun *brand image* yang positif dengan perencanaan yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan sekolah.

Oleh sebab itu, hendaknya kepala sekolah memiliki strategi untuk mengembangkan *brand image* sebagai salah satu usaha untuk saling berkompetisi antar sekolah. Mengingat ketatnya persaingan dengan berbagai upaya dari setiap penyelenggara pendidikan dalam menggali keunikan dan keunggulan sekolah. Hal tersebut dilakukan untuk semakin meningkatkan *brand* sekolah agar semakin diminati masyarakat. Sehingga

²⁾ Aris Nurbawani, 2021. “Strategi Kepala Sekolah dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)”, *Journal of Islamic Education Management*, Vol. 2, No.1, hal. 53-74

³⁾ Rio Septian, 2022. “Manajemen Membangun Brand Image (Citra Sekolah) dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di SMP Muhammadiyah 3 Yogyakarta”, *Jurnal Media Manajemen Pendidikan*, Vol. 4, No.3, hal. 496-507

diperlukan membangun sekolah yang berkualitas dan memiliki *brand image* yang baik dan melekat di pandangan masyarakat.

Membahas mengenai sekolah yang memiliki *brand image*, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lembaga pendidikan SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen *brand image* yang dimiliki sekolah tersebut adalah sekolah berbasis pondok pesantren yang menghasilkan lulusan siap kerja yang beragama. *Brand image* tersebut sampai saat ini melekat, sehingga menjadikan SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen sebagai sekolah yang unggul dalam bidang teknik dan keagamaan.

SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen merupakan sekolah swasta yang mengangkat konsep *boarding school* berbasis kejuruan dan keagamaan, yang hadir untuk bersaing dengan berbagai lembaga pendidikan disekitar. Membentuk *brand image* sekolah kejuruan yang berbasis pondok pesantren bukan persoalan yang mudah. Kepala sekolah sesuai dengan perannya memiliki kemampuan megantisipasi, memiliki visi dan misi serta menyusun strategi untuk mencapai citra sekolah yang positif.

Dalam rangka memberikan kepercayaan dari masyarakat diperlukan strategi khusus. Dimasa digitalisasi saat ini membangun *brand image* lembaga pendidikan merupakan salah satu strategi yang tepat. Yang dilakukan oleh kepala SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen dalam mengembangkan strategi di antaranya yaitu mengenalkan *brand* yang di milik sekolah secara luas untuk menarik minat masyarakat. Selain itu SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen melakukan *branding* di media cetak, media

online seperti *website* sekolah, *instagram*, *facebook*, *tiktok* dan *youtube*. Kemudian untuk memperkuat *brand image* yang dimiliki, sekolah berusaha untuk membuktikannya dengan menghasilkan lulusan yang siap kerja dengan bekal ilmu agama yang baik.

Dengan merinci gambaran di lapangan mengenai *brand image* di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen untuk menghadapi persaingan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah menengah kejuruan yang berbasis pondok pesantren, maka peneliti mengambil judul penelitian Strategi Kepala Sekolah dalam Mengembangkan *Brand Image* di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang masalah yang peneliti ajukan, penulis membatasi masalah ini yaitu: meneliti tentang strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen dan faktor pendukung serta faktor penghambat yang mempengaruhi keberhasilan strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.

Peneliti difokuskan pada strategi yang disusun oleh kepala sekolah SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen dalam mengembangkan *brand image* sekolah dengan dibatasi untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal dengan pendekatan *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity*

(kesempatan), *threat* (ancaman) untuk mengembangkan *brand image* sekolah tersebut, memformulasikan strategi yang akan dilakukan setelah menganalisis lingkungan dan mengimplementasikan strategi yang sudah dirumuskan serta melakukan monitoring dan evaluasi strategi.

C. Perumusan Masalah

1. Bagaimana strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi keberhasilan strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen?

D. Penegasan Istilah

1. Strategi

Strategi menurut Adri merupakan salah satu upaya yang penting dalam keberlangsungan terlaksananya sebuah organisasi, oleh sebab itu guna mencapai tujuan yang efektif dan efisien sebuah organisasi mau tidak mau perlu menghadapi hambatan-hambatan yang ada di organisasi itu sendiri ataupun diluar itu.⁴

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani yakni *strategia* yang artinya ilmu perang atau panglima perang. Dari pengertian tersebut, strategi merupakan seni dalam mendesain oprasi dalam perang yang

⁴⁾ Adri Efferi, 2019. "Strategi Rekrutmen Peserta Didik Baru Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di MA Nahdlotul Muslimin Undakan Kudus", *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, Vol. 14, No. 1, hal. 25-48

mana di dalamnya memuat cara untuk mengatur siasat perang baik angkatan darat atau laut. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi memiliki pengertian yaitu merupakan perencanaan untuk melangsungkan kegiatan guna mencapai sasaran khusus.⁵ Dalam hal ini strategi yang dimaksud adalah strategi yang digunakan kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.

2. Kepala Sekolah

Kepala sekolah yakni berasal dari dua kata kepala dan lembaga pendidikan, kepala diartikan sebagai ketua atau pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan. Dan sekolah sebagai sebuah tempat lembaga pendidikan untuk mentransfer pembelajaran. Sebagai seorang guru yang diberi tugas juga untuk memimpin sekolah dalam menyelenggarakan proses pembelajaran antara tenaga pendidik dan peserta didik.

Kepala sekolah memiliki dua jabatan penting dalam keberlangsungan pembelajaran di lembaga pendidikan yaitu sebagai pemimpin formal di sekolah yang didalamnya terdapat kegiatan belajar mengajar dan pengelola pendidikan di sekolah secara keseluruhan yang artinya kepala sekolah memiliki tanggung jawab terhadap keberlangsungan kegiatan belajar secara keseluruhan.⁶ Berdasarkan pengertian diatas, maka tugas kepala sekolah begitu kompleks dan berat.

⁵) KBBI Web, <https://kbbi.web.id/strategi> diakses pada 21 Februari 2024, hal. 1

⁶) Ramayulis dan Mulyadi, 2017. "*Manajemen & Kepemimpinan Pendidikan Islam*", Jakarta: Kalam Mulia, hal. 227

Kepala sekolah disini yang dimaksud merupakan kepala sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.

3. *Brand Image*

Brand yang artinya merek merupakan nama yang dikenalkan untuk sebuah produk atau jasa sehingga memiliki perbedaan dengan produk atau jasa lainnya yang ada. Menurut istilah kata *brand* berasal dari kata *to brand* yang artinya aktivitas yang terus dilakukan peternak sapi di Amerika dengan memberikan tanda agar memiliki identitas dan mudah diidentifikasi kepemilikannya sebelum dijual.

Image adalah citra atau persepsi yang dimiliki oleh masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Dalam hal ini, *brand image* SMK adalah citra atau persepsi yang dilihat oleh masyarakat terhadap SMK. *Image* terbentuk dari bagaimana lembaga pendidikan menjalankan operasional yang landasan utamanya adalah pelayanan.

Brand image itu sendiri merupakan kesan pertama yang timbul sebagai gambaran pada diri seseorang terhadap suatu produk atau jasa.⁷ Lembaga pendidikan yang memiliki *brand image* yang baik akan berdampak positif yang tidak memungkiri pemahaman persepsi yang baik terhadap sekolah tersebut.

⁷⁾ Reno Nugroho El Muiz, 2021. "*Strategi Brand Image dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif NU 1 Ajibarang*", hal. 1-67

4. SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen

SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen merupakan salah sekolah menengah kejuruan yang berada di Kebumen dan bergerak di bawah naungan Lembaga Pendidikan Ma'arif Nahdlatul Ulama (LP Ma'arif NU) Kebumen. Lembaga pendidikan SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen sudah terakreditasi B dengan kompetensi keahlian Teknik Kendaraan Ringan Otomotif, Akutansi dan Keuangan Lembaga, Multimedia, Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran. Dengan guru yang sudah profesional pada masing-masing bidangnya, sehingga akan mempermudah dalam pelaksanaan proses kegiatan pembelajaran maupun kegiatan praktek di sekolah.

SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen sebagai lembaga pendidikan swasta, untuk mengejar ketertinggalan atau menyetarakan dengan sekolah-sekolah lainnya kepala sekolah dengan mengembangkan segala potensi non akademik yang dimiliki peserta didik sesuai dengan bakat minatnya. Di tahun 2024 ini SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen mendapat penghargaan sebagai salah satu dari beberapa sekolah kejuruan di Kebumen yang menjadi sekolah pusat keunggulan.

E. Tujuan Penelitian

Dari penegasan istilah yang diuraikan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi keberhasilan strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Harapan dari penelitian ini yakni dapat dijadikan sebagai salah satu acuan dalam mempertimbangkan strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* pada sekolah, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi lembaga sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam melakukan strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.
- b. Bagi kepala sekolah menambah wawasan dan pengetahuan dalam membuat strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah di SMK Ma'arif 5 Gombang Kebumen.
- c. Bagi pembaca menambah pengetahuan mengenai strategi kepala sekolah dalam mengembangkan *brand image* sekolah.