

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kepala sekolah merupakan salah satu komponen pendidikan yang paling berperan dalam berjalannya proses pendidikan di lembaga sekolah. Mereka diberi tugas untuk memimpin suatu sekolah yang terdapat proses belajar mengajar di dalamnya. Sebagai kepala sekolah, mereka mendapatkan tugas yang berat namun sangat mulia, dia menjalankan tugasnya dengan tunduk dan patuh kepada aturan.

Kepala sekolah juga menjadi seorang pemimpin yang mempunyai peran aktif dan senantiasa berpengaruh dalam segala masalah yang berkaitan dengan kebutuhan staff, guru, dan siswa di sekolah. Kepala sekolah juga merupakan komponen yang sangat penting, karena kepala sekolah berperan dalam sistem pengelolaan sekolah, mengarahkan dari input, proses, dan output pendidikan di sekolah.¹ Kepala sekolah adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap keberhasilan penyelenggaraan pendidikan dengan cara melaksanakan administrasi sekolah dengan seluruh substansinya, di samping itu kepala sekolah juga bertanggung jawab terhadap kualitas sumber daya yang ada agar mereka semua mampu untuk menjalankan tugas-tugas sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing.

¹ Siti Julaiha, “*Konsep Kepemimpinan Kepala Sekolah*”, *Journal Tarbiyah Wa Ta’lim*, Vol 6, No. 3, November 2019, Hlm. 53.

Kepemimpinan kepala sekolah pada dasarnya merupakan tanggung jawab secara pribadi karena jabatannya sebagai seorang pimpinan atau kepala sekolah dan kelompok penyelenggaranya sendiri. Dengan demikian, jika mereka mampu mengelola pekerjaannya secara efektif, maka setiap sekolah ini akan terus berkembang sepanjang yang mereka inginkan. Fungsi utama kepala sekolah/madrasah sebagai pemimpin pendidikan adalah menciptakan situasi belajar mengajar para guru dan peserta didik dengan baik. Kepala sekolah memiliki tanggung jawab ganda yaitu melaksanakan administrasi sekolah sehingga tercipta situasi pembelajaran dengan baik melaksanakan supervise sehingga guru-guru bertambah berkualitas dalam menjalankan tugas-tugas pengajaran dan pembimbingan pertumbuhan peserta didik.²

Kedudukan kepala sekolah sebagai pemimpin merupakan posisi strategis dalam melaksanakan peranannya untuk membantu warga sekolah mencapai tujuan yang telah ditetapkan kepala sekolah diharapkan dapat menjadi agen pembaharuan dan pelaksana yang berwibawa, memiliki efektivitas kepemimpinan yang sesuai dengan tuntutan dan harapan warga sekolah, serta memiliki disiplin kerja yang tinggi terhadap aturan, memiliki pengetahuan manajemen yang cerdas intelektual maupun emosional, mandiri, dan unggul untuk bersaing dan komitmen di bidang pendidikan.³

² Novianty Djafri, *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017), Hlm. 44.

³ *Ibid*, Hlm. 23.

Strategi adalah suatu proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap para manajer yang mengarahkan pada suatu tujuan jangka panjang organisasi yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan. Sementara itu strategi juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang bersifat terus-menerus mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta diharapkan oleh para konsumen untuk diambil manfaatnya.⁴

Kepala sekolah harus mempunyai strategi untuk menjadikan sekolahannya lebih baik lagi dan dipandang sebagai sekolah yang maju oleh masyarakat sekitar. Strategi kepala sekolah merupakan cara atau metode yang digunakan oleh kepala sekolah dalam mencapai tujuan yang sudah direncanakan dalam upaya membangun sekolah. Dalam rangka meningkatkan citra sekolah, kepala sekolah harus dapat mengambil langkah atau metode yang tepat untuk meningkatkan citra sekolah sehingga dapat mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan. Oleh sebab itu kepala sekolah harus menetapkan langkah-langkah strategis untuk menjadikan sekolah yang lebih efektif dalam membangun sekolah sehingga kualitas sekolah meningkat. Kepala sekolah harus memiliki rasa tanggung jawab atas sekolah yang dikelola dan dapat menerapkan strategi untuk mendorong sekolah yang berkualitas lebih tinggi, dalam hal ini kepala sekolah sebagai pemimpin sekolah bertanggung jawab dalam

⁴ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), Hlm. 21.

menentukan strategi yang tepat demi keberlangsungan lembaga yang dikelola dengan memanfaatkan sumber-sumber yang ada salah satunya dalam upaya membangun citra positif sekolah.

Citra atau image merupakan sebuah perasaan, konsepsi atau penilaian yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu obyek, orang atau lembaga. Sedangkan pengertian lain citra dapat diartikan sebagai sebuah seperangkat keyakinan, ide, dan pengaruh yang didapat seseorang dari suatu obyek.⁵ Citra lembaga memiliki nilai tinggi bagi lembaga, karena citra merupakan penilaian dan persepsi masyarakat tentang lembaga. Citra yang baik bagi lembaga pendidikan dapat memberikan dampak bagi lembaga dan dapat kepercayaan dari masyarakat. Citra menjadi penunjang bagi lembaga sehingga dapat menciptakan pendidikan yang berkualitas. Kepala Sekolah merupakan salah satu komponen penting dalam citra lembaga, kepala sekolah sebagai garda terdepan dan kunci utama dalam menggerakkan kegiatan dan yang bertanggung jawab atas sekolah dengan itu dibutuhkannya strategi kepala sekolah yang efektif guna untuk membangun citra sekolah.

Citra atau image sekolah bermutu menjadi salah satu hal penting dan menjadi pertimbangan orang tua ketika mereka memutuskan untuk memilih sekolah. Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan pengaruh yang didapat seseorang dari suatu obyek. Selanjutnya sikap dan tindakan seseorang terhadap obyek sebagian besar karena obyek tersebut, sedangkan citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat dan

⁵ Siti Maamarah, “Strategi Peningkatan Mutu dan Citra Sekolah Dasar Negeri di Ungaran”, Jurnal Kelola, vol. 3, januari-juni 2016, Hlm. 117.

persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang. Citra mencerminkan apa yang dipikirkan, emosi, dan persepsi individu. Walaupun orang melihat hal yang sama, tetapi pandangan mereka bisa berbeda, persepsi inilah yang membentuk citra dari sebuah organisasi.

Apabila citra yang baik sudah terbentuk maka secara otomatis akan menjadi iklan berjalan yang sangat efektif dan efisien, karena dengan pemasaran "Gethok Tular", maka pesan akan berjalan cepat dan sebuah pesan akan dianggap memiliki kredibilitas yang sangat tinggi apabila disampaikan oleh pihak ketiga. Citra baik di mata orang tua dan peserta didik diperlukan oleh sebuah sekolah. Citra sekolah yang baik akan menjadi salah satu pertimbangan terjadinya pengambilan keputusan orang tua untuk menentukan pilihan terhadap sekolah tersebut. Apabila citra dari lembaga tidak diragukan lagi kredibelitasnya, maka pemilihan tidak lagi melalui pengambilan keputusan yang panjang.⁶ Pada kondisi ini jika diterapkan di sekolah dapat dikatakan bahwa apabila kepercayaan orang tua terhadap sekolah sudah terbentuk, maka orang tua cenderung memilih sekolah yang bersangkutan sebagai tempat mendidik putra-putri mereka.

Dari definisi di atas, citra atau image dapat terbentuk dari bagaimana sebuah lembaga melaksanakan kegiatan operasional yang memiliki landasan utama pada sebuah layanan berdasarkan impressi dan pengalaman. Image konsumen yang baik dan bersifat positif pada nama sekolah akan membuat konsumen untuk memilihnya serta dapat

⁶ Siti Maamarah & Supramono. "Strategi Peningkatan Mutu dan Citra Sekolah Dasar Negeri di Ungaran Semarang", Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2016, Hlm.118.

membangun citra lembaga yang positif dari waktu ke waktu, image akan menjadi perhatian public dan pada akhirnya pandangan positif akan terbentuk yang kemudian akan dikomunikasikan oleh satu mulut ke mulut yang lain. Image merupakan sebuah realitas, oleh karena itu jika terjadi ketidakcocokan maka akan muncul ketidakpuasan dan akhirnya memberikan persepsi yang buruk terhadap image sebuah lembaga pendidikan. Image lebih menekankan kepada pembentukan pemahaman objek atau citra pada pikiran seseorang. Dapat dikatakan, brand merupakan sebuah symbol sedangkan image merupakan gambaran mengenai simbol tersebut. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa brand image sebuah lembaga pendidikan merupakan sebuah gambaran suatu symbol yang dipergunakan oleh sebuah lembaga pendidikan. Brand image lembaga pendidikan dapat dibentuk dari sebuah proses penggambaran yang secara berkesinambungan yang dilakukan oleh lembaga kepada publik yang tentunya berbeda pada setiap lembaga pendidikan.⁷

Dengan adanya perkembangan zaman yang semakin maju mengakibatkan penyesuaian segala aspek kehidupan untuk bertahan termasuk timbulnya persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin pesat dengan menunjukkan keunggulan dari masing-masing lembaga bahwa lembaga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat demi kehidupan di masa depan, sehingga lembaga pendidikan memperoleh kepercayaan karena setiap orang tua menginginkan yang terbaik untuk

⁷ Junita Manurung, Harlyn L Siagian. "Membangun Brand Image sebagai Manajemen Strategi dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada Lembaga Pendidikan" Jurnal Inovatif Vol. 7, No. 2 September 2021, Hlm. 175.

anaknya.

Keunggulan suatu organisasi atau institusi dalam persaingan menunjukkan bagaimana suatu organisasi dapat dengan tepat memilih dan menerapkan strategi untuk memperoleh dan mempertahankan posisi dalam persaingan dengan memberikan hasil kinerja diatas rata-rata.⁸

Adapun Lembaga pendidikan Islam ialah suatu bentuk organisasi yang diadakan untuk mengembangkan lembaga-lembaga Islam yang baik, yang permanen, maupun yang berubah-ubah dan mempunyai pola-pola tertentu dalam memerankan fungsinya, serta mempunyai struktur tersendiri yang dapat mengikat individu yang berada dalam naungannya. Berbagai macam bentuk lembaga pendidikan Islam yaitu sekolah (madrasah), pesantren dan perguruan tinggi Islam. bahkan keluarga juga merupakan wadah dalam menyampaikan pendidikan Islam karena pendidikan anak yang pertama kali ialah pendidikan dari orang tuanya.⁹

Dalam dunia pendidikan, persaingan yang semakin ketat terbukti dengan adanya upaya lembaga pendidikan yang inovatif dan kreatif untuk terus menggali keunikan dan keunggulan lembaga pendidikannya agar brand atau merk lembaga pendidikannya semakin tinggi diminati oleh masyarakat. Di era sekarang ini muncul sekolah yang di kluster sebagai kelas unggulan, serta banyaknya kompetisi yang dilakukan oleh sekolah

⁸ Nafisatul Mukhafadlo & Nunuk Hariyati. “Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Citra Positif Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Tarbiyatut Tholabah Lamongan”, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, vol. 10, 2022, Hlm. 215.

⁹ Untung Khoiruddin, “Pengaruh Mata Kuliah Baca Tulis Al-Qur’an Terhadap Peningkatan Kemampuan Baca Tulis Al-Qur’an Pada Mahasiswa PAI” Journal of Humanities and Social Sciences, Vol. 3, No. 3, November 2022, Hlm. 366.

swasta maupun sekolah negeri untuk memberikan tawaran bermacam keunggulan fasilitas, kegiatan dan biaya pendidikan yang relatif murah untuk menarik perhatian konsumen agar mau bergabung pada lembaga pendidikan tersebut. Lembaga pendidikan harusnya menyadari bahwa mereka adalah produsen jasa yang harus membangun brand agar produknya laku di pasar dan terbeli oleh konsumen. Brand image memiliki posisi penting untuk keberlangsungan sebuah lembaga pendidikan yang tumbuh di antara persaingan antar lembaga. Untuk itu, sebuah lembaga pendidikan harus mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Namun kenyataan yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak lembaga pendidikan yang belum menyadari dan memahami hal tersebut sehingga dalam persaingan yang dihadapi mengalami berbagai kesulitan terutama dengan sekolah swasta yang mempunyai modal besar dan memiliki brand image yang bagus dan telah populer di kalangan masyarakat.

Banyaknya jumlah lembaga pendidikan baik yang berstatus negeri maupun swasta maka semakin jelas bahwa hal tersebut mampu memunculkan sebuah persaingan. Persaingan merupakan tolok ukur nilai dari kesuksesan dan kegagalan sebuah organisasi. Persaingan yang terjadi pada antar lembaga pendidikan mampu memberikan peluang bagi sebuah lembaga untuk terus berkembang dan juga sebaliknya. Daya saing berasal dari dua kata yaitu daya dan saing, yang artinya suatu kemampuan makhluk hidup agar mampu mengembangkan diri secara normal di antara makhluk hidup atau pesaing lainnya dalam satu bidang usaha. Sedangkan

daya saing lembaga pendidikan adalah kemampuan yang dimiliki oleh sebuah lembaga pendidikan untuk menarik konsumennya sehingga produk jasa yang ditawarkan laku dan diminati oleh masyarakat dan para pihak yang memiliki kepentingan dalam bidang pendidikan.¹⁰

SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri adalah sekolah dasar swasta yang memiliki citra lembaga yang baik di mata masyarakat sekitar. Hal ini dapat terlihat dari animo atau antusias masyarakat sekitar untuk menyekolahkan anaknya di sekolah dasar tersebut, bahkan terdapat anak yang bersekolah di sekolah dasar tersebut yang letak tempat tinggalnya berada jauh dengan letak sekolah itu. Tidak hanya itu, sekolah ini menjadi sasaran utama bagi masyarakat sekitar untuk mendaftarkan anaknya yang baru mau masuk sekolah tingkat dasar, sehingga untuk penerimaan siswa baru di SD Plus Sunan Ampel mengalami peningkatan drastis yang menyebabkan beberapa siswa yang tidak dapat bersekolah di sekolah dasar tersebut dikarenakan ruang kelas yang terbatas.

SD Plus Sunan Ampel merupakan sekolah yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan baik dari aspek kuantitas ataupun kualitasnya. Sekolah ini beralamatkan di Jl. Ronggo Mulyo, Rejomulyo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur.

Strategi kepala sekolah SD Plus Sunan Ampel dalam membangun citra lembaga tentu melalui berbagai cara yang telah dilakukan oleh kepala sekolah, proses demi proses telah dilakukan guna membangun

¹⁰ Junita Manurung, Harlyn L Siagian. “Membangun Brand Image sebagai Manajemen Strategi dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada Lembaga Pendidikan”, Jurnal Inovatif Vol. 7, No. 2 September 2021, h.177.

citra lembaga yang lebih baik hingga saat ini.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melihat bagaimana kepala sekolah membangun citra sekolah di SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri. Dengan demikian kepala sekolah harus mempunyai strategi yang terencana dengan tepat dan baik untuk keberhasilan lembaga pendidikan sehingga terbentuk citra yang positif dan memberikan dampak positif terhadap pencapaian tujuan pendidikan. Terlebih untuk sekolah swasta yang sering kali dianggap sebelah mata oleh masyarakat karena keterbatasannya. Sehingga ketika orang tua menyekolahkan anak mereka ke sekolah tersebut menjadi pertimbangan dan memilih sekolah yang terlebih dahulu memiliki citra yang baik dengan keunggulan dan daya saing yang lebih kuat.¹¹ Maka penulis menjadikan hal tersebut sebagai topik dalam penulisan hasil penelitian ini yaitu dengan judul “Strategi Kepala Sekolah Dalam Membangun Citra SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kepala sekolah di SD Plus Sunan Ampel dalam membangun citra sekolah. Sedangkan manfaat penelitian ini diharapkan menjadi masukan sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan sekolah dalam menentukan kebijakan strategi disekolah pada masa mendatang. Strategi yang dilakukan kepala sekolah SD Plus Sunan Ampel dalam membangun dan meningkatkan citra sekolah dapat dijadikan referensi bagi sekolah lain sehingga dapat meningkatkan citra sekolah dan memiliki daya saing dengan sekolah unggulan di sekitarnya.

¹¹ Nafisatul Mukhafadlo & Nunuk Hariyati. “*Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Citra Positif Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Tarbiyatut Tholabah Lamongan*”, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, vol. 10, 2022, h. 216.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi kepala sekolah dalam membangun citra SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri ?
2. Apa saja kendala kepala sekolah dalam membangun citra SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri ?
3. Apa saja solusi kepala sekolah dalam membangun citra SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi kepala sekolah dalam membangun citra SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui kendala kepala sekolah dalam membangun citra SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui solusi kepala sekolah dalam membangun citra SD Plus Sunan Ampel Rejomulyo Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil manfaat penelitian yang dilaksanakan, diantaranya yaitu:

1. Teoritis

Untuk menambah pengembangan keilmuan secara luas, serta dapat dijadikan acuan bagi penulis-penulis selanjutnya tentang bagaimana strategi kepala sekolah dalam membangun citra sekolah yang lebih baik lagi.

2. Praktis

a) Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini, diharapkan bisa menambah wawasan peneliti tentang strategi kepala sekolah dalam membangun citra sekolah di masa yang akan datang.

b) Bagi Kepala Sekolah

Manfaat penelitian ini, diharapkan bisa digunakan untuk menambah keilmuan kepala sekolah dalam memimpin sebuah sekolah dan membantu kepala sekolah dalam menjalankan tugasnya.

c) Bagi Sekolah

Manfaat penelitian ini, diharapkan bisa digunakan untuk bahan masukan dalam strategi membangun citra sekolah di masa yang akan datang.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai strategi kepala sekolah dalam membangun citra lembaga. Oleh karena itu peneliti melakukan menyajikan penelitian terdahulu terhadap beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Nor Azizah Aditya dan Chandra Setiawan (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Sekolah Dasar Kota Surabaya”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan

kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah dalam meningkatkan citra lembaga, SDN Gayungan II/423 Surabaya memiliki program unggulan yakni inklusi (sekolah ramah anak) dan batik. Program unggulan tersebut menjadi ciri khas sekolah SDN Gayungan II/423 Surabaya dengan lembaga sekolah yang lain. Dengan adanya program tersebut, banyak orang tua yang menilai bahwa sekolah tersebut adalah yang paling cocok bagi anaknya untuk bersekolah. Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama sekolah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang berbeda.¹²

2. Nafisatul Mukhafadlo dan Nunuk Hariyati (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Citra Positif Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Tarbiyatut Tholabah Lamongan”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi yang dilaksanakan dalam membangun citra positif sekolah antara lain: (a) Menganalisis kondisi sekolah secara internal dan eksternal, (b) Memperbaiki kondisi sekolah secara fisik dan non fisik, (c) Promosi kepada masyarakat dan kolaborasi dengan instansi lain. Dampak dari pembangunan citra MAS Tarbiyatut Tholabah Lamongan: (a) Mewujudkan Sekolah yang berkualitas dan mampu memenuhi tuntutan pendidikan masyarakat sekitar, (b) Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat, dan (c) Meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan MAS Tarbiyatut Tholabah Lamongan. Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang

¹² Nor Azizah Aditya dan Chandra Setiawan, “*Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Sekolah Dasar Kota Surabaya*”, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol. 10, No. 2, 2020.

dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama sekolah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang berbeda dan objek penelitian berupa yang lebih tinggi.¹³

3. Fathor Rahman (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam”. Peran Humas di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nurul Jadid Paiton Probolinggo” penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Peran humas dalam membangun citra dan mempromosikan SMP Nurul Jadid yaitu: a) peran humas sebagai komunikator terhadap publik internal yaitu siswa, karyawan/staf, guru, dan kepala sekolah dilakukan melalui rapat resmi dan rapat koordinasi. Sedangkan publik eksternal yaitu orang tua wali murid, DU/DI, masyarakat, Depnaker dan PJTKI melalui rapat wali murid, rapat komite, kerjasama dengan DU/DI, serta kerjasama dengan Depnaker dan PJTKI, b) peran humas sebagai pembina hubungan (relationship) yaitu menciptakan hubungan yang baik antar seluruh warga sekolah, masyarakat, DU/DI, Depnaker dan PJTKI. Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pokok pembahasan dalam penelitian terdahulu lebih cenderung untuk mengambil peran humas dalam membangun citra lembaga.¹⁴

¹³ Nafisatul Mukhafadlo & Nunuk Hariyati. “Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Citra Positif Sekolah Madrasah Aliyah Swasta Tarbiyatut Tholabah Lamongan”, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, vol. 10, 2022.

¹⁴ Fathor Rahman, “Strategi Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam”. Peran Humas di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nurul Jadid Paiton Probolinggo”, Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora, Vol. 1, No. 2, 2020.

4. M. Munir dan Toha Ma'sum (2022) dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan Mahasiswa STAI Darussalam, Nganjuk". Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian adalah strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan adalah hendaknya lembaga pendidikan selalu mengembangkan produk-produk pendidikan yang sudah berjalan dengan baik dan menambahkan produk unggulan yang tidak gampang ditiru oleh para pesaing karena dengan menambahkan produk unggulan yang unik/tidak gampang ditiru oleh para pesaing akan lebih meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Selain itu dapat menjaga serta meningkatkan lagi faktor pembentuk brand image dengan meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan untuk dapat berdaya saing lebih unggul lagi. Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama sekolah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang berbeda dan objek penelitian sekolah yang lebih tinggi dibandingkan sekolah dalam penelitian sekarang.¹⁵
5. Meila Hayudiyani dkk (2020) dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi kepala sekolah meningkatkan mutu pendidikan melalui program unggulan sekolah". Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Konsep peningkatan mutu pendidikan di SMA Kristen Kalam Kudus Surakarta mempunyai 3

¹⁵ M. Munir, Toha Ma'sum. 2022, "*Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan*", *Intizam*, vol. 5, no. 2, april 2022.

fokus yaitu: kerohanian, pembelajaran atau akademik, dan lifeskill. Program unggulan sekolah SMA Kristen Kalam Kudus dicanangkan untuk peserta didik, guru, dan staf sekolah. Program-program yang ada juga melibatkan peran serta orangtua dari peserta didik dan masyarakat di lingkungan sekolah. Program unggulan tersebut meliputi program yang berkaitan dengan kerohanian dan lifeskill. Dampak peningkatan mutu pendidikan di SMA Kristen Kalam Kudus dapat dilihat dari prestasi yang didapatkan oleh peserta didik dan juga para lulusannya. Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama sekolahan. Sedangkan perbedaannya adalah pokok pembahasan yang dimana penelitian terdahulu membahas peningkatan mutu pendidikan.¹⁶

6. Junita Manurung dan Harlyn L Siagian (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Membangun Brand Image sebagai Manajemen Strategi dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada Lembaga Pendidikan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah pemasaran pendidikan bukanlah dilakukan untuk komersial melainkan ditekankan pada persaingan mutu layanan lembaga pendidikan untuk masyarakat. Adapun cara yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam memasarkan jasa pendidikan agar daya saingnya meningkat adalah identifikasi pasar, melakukan segmentasi pasar, diferensiasi produk, melakukan komunikasi pemasaran dan memberikan layanan lembaga pendidikan sebaik mungkin. Persamaan dan perbedaan

¹⁶ Meila Hayudiyana, dkk. “Strategi kepala sekolah meningkatkan mutu pendidikan melalui program unggulan sekolah”, Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan, Vol. 8, No. 1, April 2020.

peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama berada di lembaga sekolah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang berbeda dan pembahasan penelitian ini dalam upaya meningkatkan daya saing pada lembaga pendidikan.¹⁷

7. Ahmad Nurdin Kholili dan Syarief Fajaruddin (2020), dalam penelitiannya yang berjudul “Manajemen strategik peningkatan mutu lembaga pendidikan Muhammadiyah di Kabupaten Gunungkidul”. Penelitian ini adalah penelitian studi kasus yang bersifat kualitatif, dengan menggunakan metode observasi, interview dan dokumentasi terhadap dua lembaga pendidikan Muhammadiyah. Hasil dari penelitian ini adalah implementasi manajemen strategik yang dilakukan oleh SMP Muhammadiyah Al-Mujahidin dan SMP Muhammadiyah Semin melibatkan semua stakeholder. Sekolah terlebih dahulu merumuskan visi misi sekolah dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal lingkungan sekolah, dilanjutkan merumuskan tujuan dan target mutu sekolah diikuti dengan penentuan strategi yang akan digunakan oleh sekolah demi terealisasinya semua target mutu yang disepakati. Implementasi strategi yang dilakukan SMP Muhammadiyah Al-Mujahidin dan SMP Muhammadiyah Semin dalam meningkatkan mutu sekolah adalah dengan menjabarkan dan melaksanakan semua strategi yang telah dirumuskan dalam bentuk kegiatan-kegiatan terprogram dan terukur. Evaluasi strategi yang digunakan SMP Muhammadiyah Al-Mujahidin dan SMP Muhammadiyah Semin adalah melalui rapat formal maupun informal.

¹⁷ Junita Manurung, Harlyn L Siagian. “Membangun Brand Image sebagai Manajemen Strategi dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada Lembaga Pendidikan”, Jurnal Inovatif Vol. 7, No. 2 September 2021.

Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama sekolah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang berbeda dan pokok pembahasan yang berbeda dari penelitian terdahulu berupa peningkatan mutu lembaga pendidikan.¹⁸

8. Nadia Abidatuz Zahidah Zubandi dan Ahmad Sahidah (2022), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Brand Image SD Darut Tholabah dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus untuk memahami dan menganalisa strategi SD Darut Thalabah dalam meningkatkan kualitas peserta didik. Hasil penelitian ini adalah strategi brand image dalam meningkatkan kualitas peserta didik di SD Darut Thalabah sangat diperhatikan agar lebih menarik dan memberikan kenyamanan kepada konsumen melalui berbagai aspek. Dengan beberapa aspek yang dapat menunjang kualitas peserta didik seperti dengan perekrutan tenaga pendidik, fasilitas pembelajaran, metode pembelajaran, dan evaluasi. Gaya kepemimpinan sekolah yang baik akan berpengaruh kepada motivasi kerja, prestasi belajar dan budaya organisasi, sekolah juga harus mempersiapkan daya saing pendidikan yang sudah menggunakan kecanggihan teknologi, sekolah perlu meningkatkan fasilitas sekolah terutama kelas. Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama sekolah.

¹⁸ Ahmad Nurdin Kholili dan Syarief Fajaruddin, “*Manajemen strategik peningkatan mutu lembaga pendidikan Muhammadiyah di Kabupaten Gunungkidul*”, Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan, Vol. 8, No. 1, April 2020.

Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang berbeda dan pokok pembahasan yang berbeda dari penelitian terdahulu berupa pembahasan peningkatan kualitas peserta didik.¹⁹

9. Aditia Fradito, Suti'ah, dan Mulyadi (2020), dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah". Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini adalah layanan jasa pendidikan di SD Islam Surya Buana memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan. Pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra dilakukan sekolah dalam beberapa strategi; strategi langsung, strategi tidak langsung, strategi perbedaan, strategi pembiayaan. Namun demikian strategi yang efektif di SD Islam Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut. Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap pencitraan di SDI Surya Buana adalah; a). Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan. b). Kepercayaan masyarakat semakin kuat, c). Adanya dukungan masyarakat, d). Terjalannya kerjasama yang efektif antara sekolah dan orang tua siswa. Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan objek yang diteliti sama-sama sekolah.²⁰

¹⁹ Nadia Abidatuz Zahidah Zubandi dan Ahmad Sahidah, "Strategi Brand Image SD Darut Tholabah dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik", Jurnal Ilmiah Indonesia, Vol. 7, No. 4, April 2022.

²⁰ Aditia Fradito, dkk. "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah", Jurnal Kependidikan Islam, Vol. 10, No. 1, 2020.

10. M. Munir dan Toha Ma'sum (2022), dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah untuk mewujudkan brand image yang eksis dalam dunia pemasaran jasa pendidikan diperlukan kreatifitas stake holders utamanya kepala satuan pendidikan dan para guru untuk terus mengerahkan kemampuannya dalam mengelola peserta didik untuk meningkatkan prestasi peserta didik. Brand image memiliki faktor penghambat dan pendukung yang diharapkan faktor penghambat dapat terselesaikan dengan langkah-langkah yang dapat menyelesaikan penghambat tersebut. Untuk faktor yang sudah menjadi pendukung supaya dapat terjaga dengan baik dengan terus meningkatkan kembali. Brand image memiliki banyak implikasi dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Supaya implikasi tetap terjaga dengan baik dan dapat meningkat maka hendaknya implikasi tersebut dijaga dan diperkuat. Sedangkan untuk Persamaan dan perbedaan peneliti sekarang dan terdahulu adalah jenis dan metode pendekatan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pokok pembahasan yang lebih cenderung ke strategi pemasaran.²¹

Dari kesepuluh penelitian yang relevan yang telah dijabarkan di atas menunjukkan bahwasannya penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang tidak mempunyai kesamaan dan perbedaan.

²¹ M. Munir, Toha Ma'sum. 2022, "*Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan*", *Intizam*, vol. 5, no. 2, april 2022

F. Definisi Istilah

1. Strategi Kepala Sekolah

Strategi adalah bentuk perencanaan program jangka panjang suatu organisasi yang berkaitan dengan cara organisasi dalam memaksimalkan kekuatan dan mengatasi kelemahan internalnya dengan memanfaatkan peluang dan mengatasi berbagai ancaman eksternal untuk mempertahankan keunggulan bersaing.²² Strategi juga dapat diartikan sebagai sebuah taktik dalam pertimbangan acuan untuk menetapkan tindakan dengan cara (*taktik*) yang harus dilakukan secara terpadu supaya kegiatan dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Drucker dikutip dari Prim Masrokan Mutohar taktik juga dapat diartikan sebagai cara dalam mengerjakan sesuatu yang benar (*doing the thing right*). Jadi, jika dalam organisasi lembaga pendidikan, strategi merupakan taktik yang digunakan oleh kepala sekolah untuk mengatur dan mengelola suatu lembaga dengan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengevaluasi dengan cara mensiasati agar tujuan lembaga pendidikan bisa tercapai secara efektif dan efisien.²³

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi dalam lembaga yaitu sekolah, strategi kepala sekolah adalah keputusan yang diambil oleh kepala sekolah berupa taktik atau langkah-langkah yang ditetapkan oleh kepala sekolah demi mencapai tujuan yang diinginkan. Tanpa adanya penyusunan strategi maka suatu organisasi tidak akan berjalan dengan maksimal, sehingga kepala sekolah harus mempunyai

²² Nazarudin, *Manajemen Strategik* (Palembang: Amanah, 2020), Hlm. 13.

²³ M. Munir, Toha Ma'sum. 2022, "*Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan*", *Intizam*, vol. 5, no. 2, april 2022, Hlm. 25.

strategi yang baik dalam membangun sekolahnya.

2. Citra Sekolah

Citra adalah penilaian oleh orang lain dalam memandang sebuah lembaga pendidikan, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra dapat juga diartikan sebagai sebuah kesan dari seseorang tentang suatu yang muncul dari hasil pengetahuan dan pengalamannya. Menurut David A. Arker dan John G. Mayer, citra adalah seperangkat anggapan, impresi atau gambaran sekelompok orang mengenai suatu objek yang bersangkutan. Kemudian menurut Kotler, citra adalah sebuah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.²⁴

Citra bisa juga disebut dengan image yang merupakan kesan, perasaan atau citra yang ada pada masyarakat mengenai suatu organisasi atau lembaga yang bersifat obyektif dari masyarakat atas tindakan dan perilaku serta etika lembaga pendidikan yang berhubungan dengan eksistensinya dalam masyarakat. Citra sekolah memiliki nilai tinggi bagi lembaga, karena citra merupakan penilaian dan persepsi masyarakat tentang lembaga. Citra yang baik bagi lembaga pendidikan dapat memberikan dampak bagi lembaga dan dapat kepercayaan dari masyarakat.²⁵ Citra menjadi penunjang bagi lembaga sehingga dapat menciptakan pendidikan yang berkualitas. Citra merupakan hal yang abstrak yang tidak dapat diukur secara sistematis namun dapat langsung dirasakan berdasarkan hasil penilaian masyarakat.

²⁴ Mukhlison Effendi, “*Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Lembaga Pendidikan Islam*”, *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, vol.2, no. 1, 2021, h 46.

²⁵ Sulistyorini, *Esensi Manajemen Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Kalimedia 2016), Hlm. 281.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa citra sekolah adalah kesan masyarakat yang didapat olehnya melalui pandangan yang mereka tangkap dari sebuah sekolah. Citra sekolah yang baik menentukan eksistensi lembaga, dengan demikian lembaga perlu membangun citra sekolah yang baik. Apalagi di zaman yang semakin maju ini persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat dengan menunjukkan keunggulan dan ciri khasnya masing-masing bahwa lembaga saat ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan adanya pendidikan yang baik, sehingga lembaga pendidikan ini memperoleh kepercayaan dari masyarakat maupun orang tua.