

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Pendidikan memiliki peranan strategis dalam pembangunan bangsa karena menjadi fondasi utama dalam mencetak sumber daya manusia yang unggul, berkarakter, dan kompetitif di era globalisasi. Perkembangan zaman mendorong dunia pendidikan untuk terus bergerak maju. Proses globalisasi tidak dapat dibendung, sehingga pendidikan perlu meresponsnya dengan membangun sistem yang lebih adaptif terhadap perubahan. Dengan demikian, lulusan yang dihasilkan mampu berperan secara optimal dalam kehidupan bermasyarakat. Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam menjamin keberlangsungan serta kemajuan suatu bangsa, sekaligus menjadi indikator utama dan cerminan tingkat kemajuan masyarakatnya.

Pada era sekarang, masyarakat semakin memahami bahwa pendidikan merupakan faktor utama yang keberadaannya tidak dapat dihindari. Melalui pendidikanlah peradaban dapat berkembang, derajat dan status sosial seseorang di tengah masyarakat dapat meningkat serta memperoleh penghormatan. Lebih jauh lagi, pendidikan menjadi salah satu jalan penting untuk mengubah hakikat manusia menuju pribadi yang sesungguhnya. Hal ini karena manusia yang memiliki pengetahuan tentu berbeda kedudukannya dengan mereka yang tidak berilmu. Perbedaan tersebut merupakan suatu kepastian yang telah menjadi hukum kehidupan.

Pendidikan yang bermutu mempunyai visi, misi, tujuan, program yang baik, efektifitas, produktifitas, akuntabilitas, kurikulum yang terarah, fasilitas belajar yang memadai merupakan sarana untuk dijadikan modal dalam bersaing. Dalam era persaingan yang berkembang amat ketat, setiap lembaga dipaksa berhadapan dengan lembaga lainnya dalam arena persaingan. Semua lembaga pada umumnya berkeinginan untuk dapat tampil yang terbaik guna menarik perhatian pasar.<sup>2</sup> Kunci sukses yang harus dimiliki dan sekaligus merupakan daya saing yang paling efektif adalah mutu/kualitas. Siapapun yang memiliki kualitas maka peluang untuk dapat menjadi pemenang akan sangat terbuka.<sup>3</sup> Implikasi dari peningkatan mutu pendidikan ini adalah daya saing/ *brand image* sekolah secara keseluruhan.

Dalam dunia pendidikan modern, *brand image* lembaga pendidikan menjadi faktor yang sangat penting. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa *brand image* merupakan persepsi masyarakat terhadap suatu merek, yang terbentuk dari pengalaman, keyakinan, serta informasi yang diterima.<sup>4</sup> Jika dalam konteks bisnis *brand image* memengaruhi loyalitas konsumen, maka dalam konteks pendidikan *brand image* berpengaruh terhadap kepercayaan orang tua, calon peserta didik, serta *stakeholders* lainnya. Sekolah dengan *brand image* positif akan lebih mudah mendapatkan

---

<sup>2</sup> Irawati dan Mhd Subhan, "Kepemimpinan Pendidikan untuk Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Aliyah Kampar Timur", *Jurnal Dirāsāt*, Vol 3, No 1, 2017, 34.

<sup>3</sup> Moh. Rois Abin, "Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan (Studi Multikasus di MAN Kunir Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dan MAN Kota Blitar)", *Jurnal Ta'allum*, Vol.5, No.1, 2017, 24.

<sup>4</sup> Kotler, P., & Keller, K. L, *Marketing Management*, 15th Edition, (Pearson, 2016), 292.

kepercayaan masyarakat, memperoleh dukungan dari berbagai pihak, serta menjaga eksistensinya di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat.

Untuk membangun *brand image* yang kuat, lembaga pendidikan memerlukan manajemen strategi yang efektif. Menurut David, manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.<sup>5</sup> Dalam konteks lembaga pendidikan, manajemen strategi tidak hanya terkait dengan pengelolaan kurikulum dan pembelajaran, tetapi juga mencakup strategi komunikasi, manajemen sumber daya, peningkatan kualitas tenaga pendidik, serta kegiatan pengembangan siswa yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Kenyataannya, tidak semua lembaga pendidikan mampu menyusun dan menjalankan manajemen strategi secara optimal. Banyak sekolah masih terjebak pada rutinitas administratif dan teknis, sehingga kurang memperhatikan pentingnya strategi dalam membangun citra kelembagaan. Padahal, seperti ditegaskan oleh Nawawi pada bukunya, manajemen strategi berfungsi sebagai pedoman untuk menghadapi perubahan lingkungan eksternal dan internal organisasi, sehingga lembaga mampu beradaptasi sekaligus meningkatkan daya saingnya.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> David, F. R, *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13th Edition, (New Jersey: Pearson Education, 2011), 5.

<sup>6</sup> Nawawi, H, *Manajemen Strategik: Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2000), 23.

Fenomena tersebut juga dapat diamati pada lembaga pendidikan dasar di daerah, termasuk di Kabupaten Trenggalek khususnya di Kecamatan Munjungan, Jawa Timur. Persaingan antar sekolah semakin terasa, baik antara sekolah negeri maupun swasta. SD Negeri 1 Munjungan sebagai lembaga pendidikan negeri merupakan contoh nyata bagaimana sekolah berusaha membangun citra positif di tengah keragaman perspektif masyarakat. Di era saat ini, baik sekolah negeri maupun swasta sama-sama menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensi dan menarik kepercayaan masyarakat. Faktor seperti jumlah peserta didik, prestasi akademik maupun non-akademik, inovasi pembelajaran, serta keterlibatan masyarakat menjadi indikator penting yang menentukan *brand image* lembaga. Di sinilah peran manajemen strategi menjadi krusial, karena tanpa formulasi, implementasi, dan evaluasi yang sistematis, upaya membangun citra positif hanya akan bersifat sesaat dan tidak berkelanjutan.

Lembaga pendidikan yang memiliki kualitas baik serta mampu bersaing dengan yang lainnya, yaitu SD Negeri 1 Munjungan. SD Negeri 1 Munjungan sudah menyanggah gelar akreditasi A dari BAN-PDM sejak tahun 2016.<sup>7</sup> Hal berikut membuktikan bahwa sekolah tersebut memiliki kualitas yang unggul dan memiliki daya saing yang tinggi, dilihat dari banyaknya peminat yang mempercayakan pendidikan anak-anak di

---

<sup>7</sup> BAN-PDM (Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar Dan Pendidikan Menengah), *Tentang Data Akreditasi Satuan Pendidikan Riwayat Akreditasi SD Negeri 1 Munjungan*, <https://ban-pdm.id/satuanpendidikan/20541986>, diakses dengan PC pada 21 Mei 2025 10.53 WIB.

sekolah tersebut. Menurut salah satu guru disana, SD Negeri 1 Munjungan mendapat julukan sebagai SD MUTU. Selain karena singkatan dari (Munjungan Satu) sebutan mutu ini juga karena SD Negeri 1 Munjungan menjadi *center* yang dijadikan patokan sekolah dasar maupun madrasah di wilayah Munjungan.<sup>8</sup> Sekolah sekolah lain mengadaptasi dari kurikulum, program pendidikan, dan sistem pendidikan yang ada di SD Negeri 1 Munjungan, yang kemudian dikembangkan di sekolah mereka masing-masing. Oleh karena itu, Penelitian ini dianggap penting oleh peneliti karena *brand image* sekolah di zaman sekarang sangatlah berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah sekolah tersebut. Mengingat banyaknya pesaing sekolah yang mulai bermunculan seperti yayasan dari berbagai pondok pesantren dengan berbagai tawaran yang dipromosikan kepada masyarakat umum. Oleh karena itu penting bagi kepala sekolah sebagai pemimpin lembaga untuk memiliki langkah yang bijak dalam mempertahankan *brand image* lembaganya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji manajemen strategi lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah dengan menggunakan studi kasus di SD Negeri 1 Munjungan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana formulasi, implementasi, serta evaluasi strategi dijalankan oleh lembaga. Serta untuk menemukan faktor-faktor pendukung maupun penghambat yang memengaruhi keberhasilan strategi

---

<sup>8</sup> Observasi wawancara awal pada tanggal 20 Mei 2025.

tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan manajemen strategi pendidikan yang berorientasi pada pembentukan *brand image* yang kompetitif dan berkelanjutan. Berangkat dari uraian temuan di atas peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian secara mendalam di SD Negeri 1 Munjungan, karena beberapa keunikan dan keistimewaan pada sekolah tersebut serta peminat yang stabil setiap tahunnya. Maka dengan penuh keyakinan peneliti membuat penelitian skripsi yang berjudul, **Manajemen Strategi Lembaga Pendidikan Dalam Membangun *Brand Image* Sekolah (Studi Kasus Di SD Negeri 1 Munjungan)**.

#### **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dijelaskan, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini difokuskan pada pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana formulasi strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan ?
2. Bagaimana implementasi strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan ?
3. Bagaimana evaluasi strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui formulasi strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan.
3. Untuk mengetahui evaluasi strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Secara fundamental, suatu penelitian dilaksanakan dengan tujuan memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik dalam ranah teoretis maupun praktis, yang dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan di bidang manajemen pendidikan, terutama yang berkaitan dengan strategi manajerial lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah. Penelitian ini juga berpotensi menjadi pijakan bagi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengkaji aspek formulasi strategi,

implementasi, serta evaluasi strategi yang digunakan dalam membentuk citra lembaga pendidikan yang unggul dan mampu bersaing.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi, acuan, maupun referensi bagi pihak-pihak terkait dalam mengembangkan kualitas lembaga pendidikan. Secara khusus, penelitian ini dapat mendukung upaya peningkatan mutu SDN 1 Munjungan melalui *brand image* yang dibangun secara strategis oleh lembaga pendidikan, sehingga lembaga pendidikan mampu tampil sebagai institusi yang memiliki daya saing di tengah dinamika perkembangan zaman.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Sekolah

Temuan penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam upaya pengembangan SD Negeri 1 Munjungan guna membentuk *brand image*.

### b. Bagi Lembaga Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai rujukan bagi lembaga pendidikan dalam merumuskan strategi pembangunan *brand image* sehingga lembaga pendidikan memiliki daya saing yang optimal.

c. Bagi Perpustakaan UIN SATU TULUNGAGUNG

Temuan penelitian ini diharapkan mampu memperkaya *khazanah* referensi dalam bidang Manajemen Pendidikan Islam, khususnya yang berhubungan dengan penerapan strategi manajerial oleh lembaga pendidikan.

d. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dalam memahami pentingnya kualitas dan citra lembaga pendidikan sebagai dasar dalam memilih sekolah yang tepat bagi peserta didik. Melalui informasi mengenai formulasi, implementasi dan evaluasi strategi pembangunan *brand image*, masyarakat dapat memiliki gambaran yang lebih jelas terkait indikator sekolah yang unggul, baik dari segi program, prestasi, maupun layanan pendidikan yang diberikan.

e. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung kepada peneliti dalam memahami proses manajemen strategik, khususnya terkait formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi dalam membangun *brand image* lembaga pendidikan. Melalui proses penelitian ini, peneliti memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai keterkaitan antara teori yang dipelajari dengan praktik nyata di lapangan.

f. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas serta memperdalam pemahaman terkait manajemen strategi lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan.

### **E. Penegasan Istilah**

Guna mencegah terjadinya kesalahpahaman dalam menafsirkan judul penelitian ini, penulis merasa penting untuk memberikan penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan. Penegasan istilah dalam penelitian ini ada 2, Istilah-istilah tersebut adalah:

#### **1. Secara Konseptual**

Secara konseptual penegasan istilah dalam penelitian ini meliputi :

##### **a. Manajemen Strategi**

Menurut Wheelen, manajemen strategi adalah rangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang berfokus pada penyusunan strategi efektif guna mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan analisis S.W.O.T. Sementara itu, Pearce dan Robinson menjelaskan bahwa manajemen strategis merupakan kumpulan langkah yang meliputi perumusan (formulasi) serta pelaksanaan (implementasi) rencana yang dirancang untuk mewujudkan sasaran organisasi. Secara keseluruhan, manajemen strategis dapat dipandang sebagai sebuah sistem yang utuh, di mana setiap komponen saling

terkait, saling memengaruhi, dan bergerak bersama menuju arah yang sama.<sup>9</sup>

Manajemen Strategi menurut Flavel dan Williams yang dikutip oleh Hassel Nogi S. adalah sebagai keseluruhan sistem manajemen, di mana di dalamnya yang terkandung formulasi, implementasi dan evaluasi guna mencapai hasil yang realistis dan obyektif.<sup>10</sup> Sedangkan menurut David Hunger dalam buku Julianto Agung. Manajemen strategi merupakan suatu rangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan (lembaga) dalam jangka panjang.<sup>11</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah suatu proses sistematis yang dilakukan organisasi untuk merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi strategi agar tujuan jangka panjang dapat tercapai. Proses ini melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal, penentuan langkah-langkah tindakan yang konsisten, serta penyesuaian strategi sesuai perubahan kondisi. Dengan demikian, manajemen strategi tidak hanya berfokus pada perencanaan semata, tetapi juga pada implementasi dan pengendalian agar organisasi mampu

---

<sup>9</sup> Murpin Josua Sembiring dan Didin Fatihudin, *Manajemen Strategi dari Teori ke praktik*, (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2020), 4.

<sup>10</sup> Hassel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Modern untuk Sektor Publik*, (Yogyakarta: Balairung, 2003), 9.

<sup>11</sup> J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, ter. Julianto Agung, (Yogyakarta: Andi, 2003), 4.

meningkatkan kinerja, daya saing, dan keberlanjutan dalam menghadapi dinamika lingkungan.

b. *Brand Image*

*Brand* (merek) termasuk salah satu elemen paling penting dari sebuah produk, karena dapat memberikan nilai tambah baik pada barang maupun jasa. Merek sendiri merupakan nama, simbol, tanda, atau kombinasi dari ketiganya yang digunakan sebagai identitas bagi individu, organisasi, atau perusahaan. Fungsi utamanya adalah untuk membedakan produk atau jasa yang dimiliki dari produk atau jasa lain yang sejenis di pasaran.

Suyanto mengartikan merek sebagai kombinasi nama, kata, simbol, maupun *design* yang memberi identitas produk.<sup>12</sup> Sedangkan menurut Kotler merek yaitu nama, istilah, tanda simbol, rancangan ataupun kombinasi dari hal-hal yang ada, yang dimaksudkan guna mengidentifikasi barang maupun jasa dari seseorang ataupun kelompok penjual guna membedakan dari produk pesaing.<sup>13</sup>

*Image* adalah persepsi, kesan, atau citra yang dimiliki masyarakat terhadap suatu organisasi atau lembaga, yang terbentuk secara obyektif berdasarkan tindakan, perilaku, dan etika lembaga pendidikan tersebut, khususnya yang berkaitan dengan eksistensinya di tengah masyarakat. Sedangkan *image*

---

<sup>12</sup> M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2017), 77.

<sup>13</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalilindo, 2020), 148.

menurut R. Abratt dalam konteks strategi lembaga adalah terkait dengan *corporate image management*. *Image* dalam benak khalayak adalah akumulasi pesan yang terekam di alam pikiran mereka. *Image* terbentuk tidak hanya karena pengalaman menggunakan layanan pendidikan, tetapi juga karena interaksi dengan pihak lembaga.<sup>14</sup>

Secara keseluruhan, *brand image* dapat dipahami sebagai persepsi atau citra yang terbentuk dalam benak konsumen mengenai suatu merek, yang mencerminkan gabungan antara identitas visual (seperti nama, simbol, atau desain) dan pengalaman yang dialami konsumen terhadap produk atau layanan tersebut. *Brand image* terbentuk melalui kesan, interaksi, serta informasi yang diterima masyarakat, dan berperan penting dalam membedakan produk atau lembaga dari pesaing.

Dalam konteks lembaga, pembangunan *brand image* tidak hanya bergantung pada kualitas layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh etika, perilaku, dan komunikasi yang dijalankan lembaga terhadap publik.

## 2. Secara Operasional

Penegasan operasional dalam penelitian berjudul  
*“Manajemen Strategi Lembaga Pendidikan dalam Membangun*

---

<sup>14</sup> Sulistyorini, *Esensi Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2016), 282

*Brand Image Sekolah di SD Negeri 1 Munjungan*” difokuskan pada strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan untuk membentuk citra positif sekolah di mata masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mutu layanan sekolah sekaligus memperkuat daya saing lembaga. Penelitian ini menitikberatkan pada tiga fokus utama: pertama, formulasi strategi yang dijalankan lembaga pendidikan untuk membangun *brand image* sekolah; kedua, pelaksanaan atau implementasi strategi tersebut; dan ketiga, evaluasi terhadap efektivitas strategi dalam membangun *brand image* yang unggul.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung di lingkungan sekolah, serta studi dokumentasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengembangan strategi dalam membangun *brand image* yang kompetitif, sehingga sekolah mampu meningkatkan daya saing di era modern.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Agar proses penyusunan skripsi lebih mudah dan sistematis, perlu diperhatikan struktur atau sistematika penulisannya. Sebuah skripsi yang baik umumnya dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu awal, isi, dan akhir.

- a. Bagian awal mencakup halaman sampul depan, halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan penguji, pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak.
- b. Bagian isi terdiri dari beberapa bab:

**Bab I Pendahuluan**, yang memuat latar belakang penelitian, fokus dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah-istilah yang digunakan, serta sistematika pembahasan skripsi.

**Bab II Kajian Teori**, berisi kerangka teori yang membahas secara mendalam manajemen strategi lembaga pendidikan, *brand image* sekolah, formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi lembaga pendidikan, serta paradigma penelitian yang dijadikan dasar.

**Bab III Metode Penelitian**, menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian, peran peneliti di lapangan, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan dan analisis data, pengecekan keabsahan data, serta tahapan penelitian.

**Bab IV Hasil**, memaparkan hasil penelitian dan pembahasan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, termasuk temuan-temuan yang relevan dan analisis data.

**Bab V Pembahasan**, membahas pokok permasalahan penelitian, yakni strategi lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sekolah di SD Negeri 1 Munjungan, dan menjelaskan hasil sesuai fokus penelitian.

**Bab VI Penutup**, berisi kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti.

- c. Bagian akhir skripsi memuat daftar rujukan serta lampiran-lampiran yang mendukung penelitian.