

BAB I

PENDAHULUAN

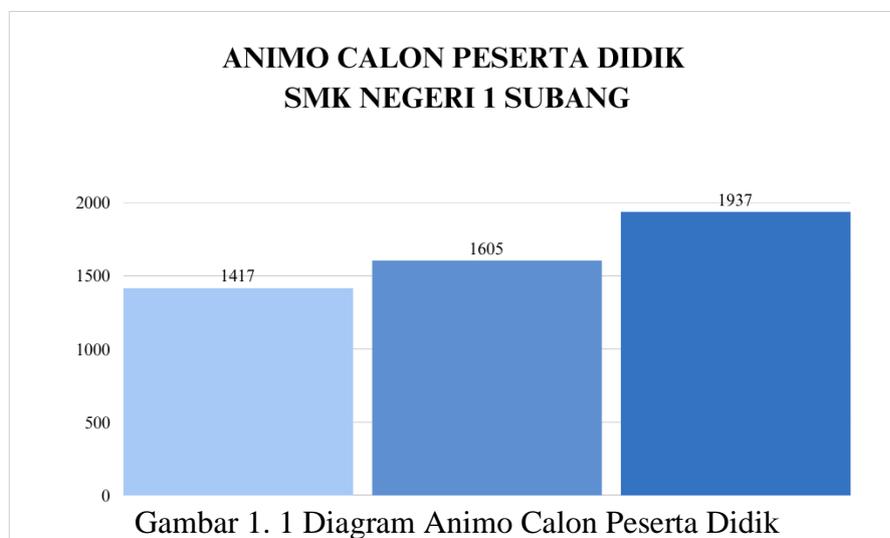
1.1 Latar Belakang

Tantangan di dunia pendidikan semakin kompleks, persaingan antar lembaga pendidikan semakin ketat. Prestasi sekolah, sarana dan prasarana yang dimiliki sekolah, kemampuan dan kualitas tenaga pendidiknya, program kerja sekolah, kegiatan sekolah, kebijakan sekolah, hingga lulusan dari sekolah menjadi faktor dalam persaingan dunia pendidikan. Sekolah negeri maupun swasta akan menggunakan berbagai strategi untuk dapat bersaing, salah satunya dengan membangun citra merek (*brand image*) sekolah. Sekolah tidak hanya memberikan layanan pendidikan yang berkualitas, tetapi juga harus membangun persepsi positif di mata masyarakat. Citra merek (*brand image*) yang baik akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, mampu menarik calon peserta didik, serta dapat memperkuat persaingan antar lembaga pendidikan.

Citra merek (*brand image*) menurut Kotler (2016) menggambarkan sifat ekstrinsik suatu produk atau layanan, termasuk cara merek tersebut berupaya memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan. Dalam konteks pendidikan, citra merek (*brand image*) adalah sebuah simbol yang digunakan oleh sekolah, hal itu bisa dalam bentuk keunggulan atau keunikannya yang dibangun oleh sekolah dalam upaya meningkatkan daya saing di lembaga pendidikan. Citra merek (*brand image*) memiliki peran yang sangat penting untuk keberlangsungan sebuah lembaga pendidikan. Melalui citra merek (*brand image*), sekolah dapat bersaing dalam persaingan yang sehat dengan menyempurnakan kualitas profesionalisme dan profesionalisme manajemen yang ada. Selain itu, menurut Sadat dalam Manurung dan Siagian (2021) citra merek (*brand image*) yang kuat akan memberikan jaminan kualitas yang tinggi kepada masyarakat, hal itu juga berakibat pada lembaga pendidikan.

SMK Negeri 1 Subang sebagai salah satu sekolah kejuruan yang berada di Kabupaten Subang memiliki peran strategis dalam mencetak tenaga terampil yang siap bersaing di dunia industri. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan

peneliti, di antara 214 sekolah lainnya (SMA, SMK, SLB baik Negeri maupun Swasta) SMK Negeri 1 Subang mampu menunjukkan kemampuan strategisnya dalam bersaing. Hal itu terbukti dari data 3 (tiga) tahun ke belakang yang memperlihatkan adanya peningkatan partisipasi atau animo calon peserta didik. Keberhasilan SMK Negeri 1 Subang menunjukkan bahwa masyarakat percaya pada kualitas sekolah. Berdasarkan gambar diagram animo calon peserta didik di SMK Negeri 1 Subang di bawah ini, bahwa pada tahun 2022 jumlah calon peserta didik yang mendaftar di SMK Negeri 1 Subang sebanyak 1.417 orang, kemudian mengalami peningkatan secara berturut-turut menjadi 1.605 orang (2023) dan 1.937 orang (2024).



Gambar 1. 1 Diagram Animo Calon Peserta Didik

Sumber: Data PPDB Sekolah (2024)

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa animo masyarakat atau calon peserta didik terhadap SMK Negeri 1 Subang secara bertahap terus meningkat.

SMK Negeri 1 Subang terakreditasi A sejak tahun 2023. Akreditasi sekolah merupakan kegiatan penilaian sekolah yang terstruktur dan menyeluruh melalui penilaian internal dan eksternal untuk menentukan kelayakan kinerja sekolah (dalam Yadnya, 2020). Sekolah yang berakreditasi A artinya sekolah telah memenuhi Standar Nasional Pendidikan (SNP) yang ditetapkan oleh pemerintah,

yaitu standar kompetensi lulusan, standar isi, standar proses, standar penilaian pendidikan, standar tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, dan standar pembiayaan. Akreditasi juga menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing sekolah, sehingga membuka peluang terjalannya kemitraan sekolah dengan berbagai pihak. Hal itu juga yang menyebabkan kepercayaan masyarakat dan calon peserta didik semakin tinggi.

Implementasi Kurikulum Merdeka di SMK Negeri 1 Subang didukung dengan penerapan model pembelajaran TEFA (*Teaching Factory*), di mana model pembelajaran ini berfokus pada pembelajaran berbasis produksi nyata, bukan hanya sekedar simulasi dan mengintegrasikan kegiatan produksi barang/jasa dengan proses pembelajaran guna menghasilkan lulusan yang siap kerja. Kegiatan khas lain yang dilakukan SMK Negeri 1 Subang yaitu kegiatan literasi. Untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan berdaya saing global, SMK Negeri 1 Subang mengadakan kegiatan literasi berbagai Bahasa (Bahasa Indonesia, Inggris, Arab, dan Jepang) yang wajib diikuti oleh seluruh peserta didik di setiap pagi hari sebelum memulai kegiatan pembelajaran. Dari kegiatan tersebut, SMK Negeri 1 Subang berhasil menorehkan prestasi sebagai sekolah aktif Literasi Nasional tahun 2021. Kemudian SMK Negeri 1 Subang juga meraih penghargaan pada kategori SMK Inovatif dalam ajang *SMK Awards* Tahun 2022.

Dalam hal sarana dan prasarana, SMK Negeri 1 Subang sudah memiliki fasilitas yang sesuai Standar Nasional Pendidikan. Sebagai inovasi sekolah, SMK Negeri 1 Subang telah memiliki minimarket tersendiri, yang disebut dengan *Mimakemart*. Pengelolaan minimarket ini melibatkan siswa dalam mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK). Kemudian untuk memfasilitasi praktik jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga, sekolah menyediakan pelayanan bank profesional pada umumnya berupa bank mini. Bank mini ini telah berdiri selama 10 tahun dan bekerja sama dengan Bank BPR-KU Subang.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwiyama (2019) menekankan pentingnya strategi membangun citra merek (*brand image*) bagi lembaga pendidikan yang kurang mampu bersaing, dengan fokus pada identifikasi pasar, segmentasi dan

positioning, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran, serta kualitas layanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi positif masyarakat terhadap sekolah sangat dipengaruhi oleh pengelolaan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk memperluas pemahaman tentang strategi membangun citra merek (*brand image*) secara menyeluruh melalui manajemen strategi, peningkatan mutu layanan pendidikan, penguatan kepercayaan publik, hubungan dengan alumni dan mitra industri, serta optimalisasi komunikasi sekolah dengan masyarakat.

Dari uraian di atas, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai strategi SMK Negeri 1 Subang dalam membangun citra merek (*brand image*) yang kuat untuk meningkatkan daya saing sekolah, memperkuat identitas sekolah, dan memberikan nilai tambah bagi peserta didik maupun masyarakat. Oleh karena itu peneliti mengajukan penelitian yang berjudul “Strategi membangun citra merek (*brand image*) dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (studi kasus di SMKN 1 Subang)”. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan contoh praktik baik yang dilakukan SMK Negeri 1 Subang kepada sekolah lainnya dalam membangun citra merek (*brand image*) sekolah.

1.2 Batasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, agar penelitian lebih terarah dan fokus maka peneliti membatasi penelitian ini pada:

1. Strategi yang dilakukan sekolah dalam membangun citra merek (*brand image*).
2. Aspek citra merek yang diteliti adalah kualitas layanan, kepercayaan masyarakat, hubungan alumni dan jejaring profesional, serta komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah.
3. Responden dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah bidang Kurikulum, siswa, alumni, dan orang tua.
4. Penelitian ini dilakukan pada tahun ajaran 2024/2025.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi yang digunakan SMK Negeri 1 Subang dalam membangun citra merek (*brand image*) sebagai upaya meningkatkan daya saing diantara lembaga pendidikan?
2. Faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan strategi membangun citra merek (*brand image*) di SMK Negeri 1 Subang?
3. Bagaimana dampak citra merek (*brand image*) terhadap daya saing SMK Negeri 1 Subang di mata masyarakat dan calon peserta didik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dibagi menjadi dua:

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam strategi membangun citra merek (*brand image*) dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMKN 1 Subang.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

1. Tergambarkannya strategi yang digunakan SMK Negeri 1 Subang dalam membangun citra merek (*brand image*) sebagai upaya meningkatkan daya saing diantara lembaga pendidikan.
2. Teranalisisnya faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi membangun citra merek (*brand image*) di SMK Negeri 1 Subang.
3. Teranalisisnya dampak citra merek (*brand image*) terhadap daya saing SMKN 1 Subang di mata masyarakat dan calon peserta didik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dan akan memberikan manfaat secara teoritis bagi beberapa kepentingan sebagai pengembangan ilmu pendidikan, khususnya secara teoritis, diantaranya adalah:

1. Menjadi kajian berbagai bidang terutama mengenai strategi membangun citra merek (*brand image*) dalam meningkatkan daya saing.
2. Menjadi bahan referensi bagi penelitian dengan topik pembahasan yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memperluas pengetahuan khususnya untuk peneliti, dan bagi para pembaca.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada lembaga pendidikan, terkait strategi yang dilakukan dalam membangun kualitas sekolah sehingga menciptakan citra merek (*brand image*) sekolah yang baik dalam upaya meningkatkan daya saing yang unggul.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur skripsi ini bertujuan untuk menyajikan hasil penelitian secara sistematis, logis, dan mudah dipahami. Sebagai karya ilmiah, skripsi ini harus mematuhi prinsip-prinsip penulisan akademik dan struktur yang jelas untuk memenuhi standar yang ditetapkan. Sistematika skripsi ini disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran awal kepada pembaca tentang apa yang diteliti, mengapa penelitian itu penting, dan ke arah mana penelitian akan dibawa.

Bab II Kajian Pustaka. Bab ini berisi konsep teori penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir. Adapun konsep teori dalam penelitian ini adalah konsep manajemen pemasaran, strategi, citra merek (*brand image*), dan daya saing pendidikan.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini, berisi pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengolahan data, informan dan sumber data, lokasi

penelitian, dan teknik keabsahan data. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Bab ini memaparkan hasil penelitian sesuai fokus dan tujuan yang telah ditetapkan. Hasilnya disajikan secara terstruktur dan dianalisis dengan mengacu pada teori atau penelitain terdahulu yang relevan.

Bab V Kesimpulan, Implikasi, dan Saran. Bab ini merangkum temuan utama penelitian, serta memberikan saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan selanjutnya.