Copyright © 2025 The Author(s)
Didaktika: Jurnal Kependidikan Vol. 14 No. 3 Agustus 2025

Manajemen Strategik Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan

(Studi Multi Situs di SMPN 1 Basarang dan SMPN 2 Basarang)

Ervina Lailaturrahmah[1], Aslamiah[2], Novitawati[3]

[1,2,3]Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

[1]2220111320027@mhs.ulm.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan lembaga pendidikan yang semakin pesat di era modern. Meningkatkan persaingan dalam menyediakan layanan pendidikan yang memerlukan strategi bagi lembaga pendidikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen strategik membangun *brand image* guna meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang dan SMP Negeri 2 Basarang. Jenis penelitian adalah penelitian lapangan *(field research)* dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yang hasilnya saling dibandingkan dan dikonfirmasi untuk memperoleh data yang akurat dan dapat dipercaya. Metode analisis data menggunakan model Miles & Huberman berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini dikaji formulasi, implementasi dan evaluasi manajemen strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategik membangun *brand image* dilaksanakan di kedua sekolah dengan membentuk Tim Pengembang Sekolah untuk melakukan analisis lingkungan, merumuskan visi, misi dan tujuan, menentukan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* serta menentukan *brand identity*. Dalam implementasinya sekolah melaksanakan program unggulan, pendidikan karakter, meningkatkan prestasi, menjalin kemitraan dan publikasi. Adapun kegiatan evaluasi dilaksanakan melalui penilaian program, pengukuran kinerja, dan penyusunan rencana tindak lanjut.

Kata kunci: manajemen strategik, *brand image*, daya saing

Pendahuluan

Pendidikan merupakan salah satu fondasi yang harus dibangun dalam upaya menuju kemajuan suatu bangsa. Penyelenggaraan pendidikan secara formal dilakukan oleh lembaga pendidikan. Oleh sebab itu, mutu lembaga pendidikan sangat menentukan motor perubahan dan wadah pengetahuan bagi generasi penerus bangsa. Dari masa ke masa, lembaga pendidikan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, khususnya di Provinsi Kalimantan Tengah. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Kalimantan Tengah Tahun 2023, jumlah sekolah untuk jenjang SMP di Provinsi Kalimantan Tengah sebanyak 873 sekolah. Jumlah ini meningkat dibandingkan dengan tahun 2022 yakni sejumlah 863 sekolah. Peningkatan jumlah lembaga pendidikan disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah meningkatnya permintaan dari masyarakat terhadap bentuk lembaga pendidikan yang berkualitas, yang didorong oleh informasi yang mereka peroleh melalui media, sehingga terbentuklah paradigma-paradigma baru dalam ruang lingkup lembaga pendidikan. Salah satunya adalah paradigma yang bergeser tentang lembaga pendidikan bukan hanya sekadar lembaga sosial masyarakat tetapi juga merupakan bisnis dalam bidang pendidikan. Peningkatan ini mendorong persaingan yang semakin ketat antar sekolah dalam menarik minat peserta didik

serta menjawab tuntutan masyarakat terhadap mutu pendidikan. Namun demikian, secara teoritis, pengelolaan manajemen strategik terutama dalam membangun *brand image* yang belum terintegrasi secara optimal di sekolah negeri. Hal ini berdampak pada reputasi dan daya saing sekolah dalam menghadapi kompetisi yang semakin kompleks.

Suatu lembaga pendidikan perlu memiliki kekhasan lembaga yang membedakannya dari lembaga lain yang disebut citra merek atau *brand image*. Bailey & Milligan (2022) menyebutkan bahwa merek bisa menjadi jalan dalam mendirikan label diri serta mendirikan keterikatan dengan gagasan bahwa kita merupakan apa yang kita beli dengan membubuhkan warna, minat dan kesukaan dapat menolong konsumen dalam mengambil keputusan karena merek bisa ada dimanapun. *Brand image* merupakan elemen identitas yang bersifat unik dan membedakan suatu lembaga pendidikan dari lembaga lainnya (Prayogi;Muslihun, 2024). Menurut Keller "*brand images as perception about a brand a reflected by the brand association held in consumer memory*". Adapun Freddy Rangkuti memaknai *brand image* sebagai berbagai hal yang perlu diingat oleh konsumen bisa disambung sehingga menjadi sebuah asosiasi yang dapat membentuk citra tentang *brand image* atau merk (Manurung & Siagian, 2021). *Brand image* atau sebuah citra merek dapat meningkatkan daya tarik konsumen, sehingga membuka peluang lembaga pendidikan menarik siswa sesuai dengan target yang diharapkan. *Brand image* berperan penting dalam membentuk persepsi publik serta meningkatkan daya saing lembaga di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Namun, fakta di lapangan masih banyak lembaga pendidikan di Kalimantan Tengah yang belum menyadari pentingnya membangun *brand image,* sehingga banyak sekolah cenderung stagnan dan tidak ada perkembangan dari tahun ke tahunnya, terutama sekolah negeri. Beberapa sekolah di antaranya belum mengintegrasikan aspek ini ke dalam strategi kelembagaan sebagai bagian dari upaya membangun keunggulan kompetitif secara berkelanjutan (Wardah et al., 2020). Peneliti melakukan penelitian untuk mengkaji upaya lembaga pendidikan untuk membangun *brand image* dalam bersaing dan mengambil kepercayaan masyarakat, dengan melakukan penelitian di dua sekolah di Kabupaten Kapuas. Kapuas dipilih karena Kabupaten Kapuas memiliki sekolah jenjang SMP paling banyak di Kalimantan Tengah.

Dalam membangun *brand image,* lembaga pendidikan perlu menerapkan strategi yang terukur agar upaya dapat berjalan efektif dan efisien. Dengan adanya rencana strategis, organisasi akan lebih terencana, terarah, dan sistematis dalam mencapai tujuannya (Basri & Suriansyah, 2023). Hunger & Wheelen (2012) mendefinisikan manajemen Strategik sebagai rangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang suatu organisasi. Manajemen strategik yang dilakukan lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* sebagai upaya bersaing dan eksistensi lembaga dapat dilakukan dalam tahapan (1) formulasi strategi, melibatkan seni dalam mengembangkan visi, misi dan tujuan organisasi; (2) implementasi strategi, melibatkan penerjemahan strategi yang dirumuskan ke dalam tindakan yang konkret dan implementasi yang efektif; dan (3) evaluasi strategi, melibatkan pemantauan dan penilaian terhadap implementasi strategi untuk mengukur pencapaian tujuan dan mengidentifikasi kesenjangan antara kinerja aktual dengan target yang ditetapkan.

Penelitian terdahulu mengkaji tentang strategi membangun *brand image* antara lain oleh Munir & Toha (2022) yang menekankan bahwa lembaga pendidikan harus selalu mengembangkan produk pendidikan yang sudah berjalan dengan baik dan dapat menjaga serta meningkatkan faktor-faktor pembentuk *brand image*, terutama melalui peningkatan mutu pendidikan agar lebih kompetitif. Namun, penelitian ini masih berfokus pada lembaga pendidikan swasta dan belum menjangkau konteks sekolah negeri di Kalimantan Tengah. Adapun Manurung & Siagian (2021) menyatakan bahwa cara yang dapat dilakukan lembaga pendidikan dalam memasarkan jasa pendidikan agar mampu meningkatkan daya saing adalah melalui identifikasi

Copyright © 2025 The Author(s)

pasar, segmentasi pasar, produk diferensiasi, serta komunikasi pemasaran yang efektif. Meski demikian, studi ini belum mengintegrasikan seluruh tahapan manajemen strategik secara menyeluruh, khususnya dalam konteks implementasi di sekolah negeri. Selanjutnya, Yaqin, dkk. (2024) menjabarkan pentingnya penerapan fungsi-fungsi manajemen strategik dalam membangun citra merek lembaga pendidikan. Perencanaan strategis memungkinkan lembaga pendidikan untuk menetapkan tujuan jangka panjang dan menyusun langkah-langkah konkret dalam meningkatkan daya saing. Namun, studi ini belum menguraikan secara rinci keterkaitan antar tahap manajemen strategik (formulasi–implementasi–evaluasi) dan belum menempatkan fokusnya pada sekolah negeri di Kalimantan Tengah.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai strategi pembangunan *brand image* lembaga pendidikan masih didominasi oleh fokus pada lembaga swasta dan belum banyak menjangkau sekolah negeri, khususnya di wilayah Kalimantan Tengah. Selain itu, sebagian besar penelitian belum secara utuh mengintegrasikan seluruh tahapan manajemen strategik yaitu formulasi, implementasi, dan evaluasi dalam konteks pembangunan *brand image*. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian yang mengkaji secara menyeluruh penerapan manajemen strategik dalam membangun *brand image* di sekolah negeri, terutama untuk menjawab tantangan daya saing di tengah meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap mutu pendidikan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam bagaimana proses formulasi, implementasi, dan evaluasi manajemen strategik dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing sekolah negeri, dengan mengambil konteks unik di Kabupaten Kapuas, yakni SMP Negeri 1 Basarang dan SMP Negeri 2 Basarang. Fokus pada sekolah negeri ini menjadi penting karena selama ini brand image lebih banyak diperhatikan oleh sekolah swasta. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi sekolah negeri dalam membangun *brand image* yang berkelanjutan melalui pemahaman sistemik terhadap tiga tahapan manajemen strategik, yaitu formulasi, implementasi, dan evaluasi, guna meningkatkan reputasi serta memperluas jangkauan dan daya saing lembaga pendidikan.

Metode

Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif. Fokus utama penelitian adalah penerapan manajemen strategik membangun *brand image* dalam daya saing lembaga pendidikan. Untuk menjawab bagaimana penerapan manajemen strategi pada fokus formulasi, implementasi dan evaluasi yang telah dilaksanakan, sehingga diperlukan pengamatan yang mendalam dan berada pada situasi yang wajar *(natural setting).* Metode penelitian kualitatif dapat membantu peneliti untuk memahami makna yang mendasari tingkah laku partisipan, mendeskripsikan latar dan interaksi yang kompleks, mengeksplorasi serta mengidentifikasi tipe-tipe informasi dan mendeskripsikan fenomena tertentu (Sugiyono, 2019).

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah SMP Negeri 1 Basarang yang beralamat di Basarang Km. 8 dan SMP Negeri 2 Basarang yang beralamat di Jl. Lunuk Ramba, Kec. Basarang, Kab. Kapuas Provinsi Kalimantan Tengah. Alasan pemilihan lokasi penelitian karena kedua sekolah memiliki prestasi yang cukup bagus antara lain sekolah adiwiyata, sekolah sehat dan sekolah piloting implementasi kurikulum merdeka. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui temuan terkait membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing di kedua sekolah ini. Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan, yaitu dari bulan Agustus hingga November 2024 yang meliputi

beberapa fase. Pada bulan Agustus 2024 fase persiapan dilakukan dengan menyusun instrumen penelitian, studi pendahuluan dan pengurusan izin penelitian.Selanjutnya fase pengumpulan data dilaksanakan pada bulan September 2024, dengan melakukan kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian, fase analisis data dilakukan pada bulan Oktober 2024 untuk mengolah dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh. Terakhir yaitu fase pelaporan hasil penelitian dilakukan pada bulan November 2024, yang mencakup penulisan laporan akhir dan persiapan publikasi.

Prosedur penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam 3 tahapan: (1) Studi awal, pada tahapan ini aktivitas yang dilakukan seperti melacak tema-tema global yang "unik", mengkaji sumber literatur yang relevan, melakukan survei pada subyek yang diteliti untuk mengumpulkan data umum atau sementara, berbagi pendapat dengan rekan kerja serta bimbingan kepada pembimbing. (2) Studi eksplorasi umum, aktivitas yang dilakukan yaitu konsultasi dan perizinan kepada instansi berwenang antara lain Dinas Pendidikan Kab. Kapuas, SMP Negeri 1 dan SMP Negeri 2 Basarang. Kemudian melakukan penjajakan global pada sejumlah subyek yang dipilih untuk melakukan penyeleksian, melaksanakan studi kepustakaan dan studi lanjutan dengan pembimbing serta rekan sejawat. (3) Eksplorasi, berfokus dengan pemeriksaan hasil temuan dan penulisan laporan hasil penelitian, yaitu melakukan pengumpulan data secara rinci dan komprehensif, menganalisis data dan pemeriksaan hasil dan temuan serta verifikator oleh dosen pembimbing dan tim ahli serta menulis laporan hasil penelitian.

Sumber data penelitian

Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap informan yang terdiri atas 2 orang kepala sekolah, 2 orang wakil kepala sekolah, 8 orang guru dan 2 orang tua (komite sekolah), baik dari SMP Negeri 1 Basarang maupun SMP Negeri 2 Basarang. Adapun data sekunder diperoleh melalui dokumentasi profil sekolah, notulen rapat, laporan kegiatan, tahunan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode (1) wawancara dengan kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, dan perwakilan komite (orang tua) di SMP Negeri 1 dan SMP Negeri 2 Basarang. Validasi instrumen dilakukan melalui *expert judgement* dengan meminta masukan dari dosen pembimbing. Selanjutnya, uji coba terhadap beberapa informan juga dilakukan untuk menguji kejelasan dan keterbacaan pertanyaan yang disusun. (2) observasi, menggunakan metode partisipan dan non partisipan. Dalam observasi partisipan, penulis terlibat langsung dengan kegiatan sehari- hari terhadap orang yang sedang diamati atau yang akan digunakan sebagai sumber data penelitian. Dalam obsevasi non partisipan, peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. (3) Studi dokumentasi, dokumen dalam penelitian ini berupa profil SMP Negeri 1 dan SMP Negeri 2 Basarang, visi, misi dan tujuan, struktur organisasi, SK pembagian tugas guru, foto kegiatan kepala sekolah, dokumen berupa lokasi sekolah, jumlah peserta didik, dan data yang berkaitan dengan profil umum sekolah, serta foto yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan yang menjadi pendukung implementasi manajemen strategik membangun *brand image.*

Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan peneliti secara terus menerus. Sugiyono (2019) mengatakan bahwa analisis telah dimulai sejak merumuskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan laporan hasil penelitian. Menurut Miles & Huberman dalam Sugiyono (2019) aktivitas dalam Analisa meliputi *data reduction, data display* dan *conclusion drawing/verification*. (1) Reduksi data berarti menyederhanakan data, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang

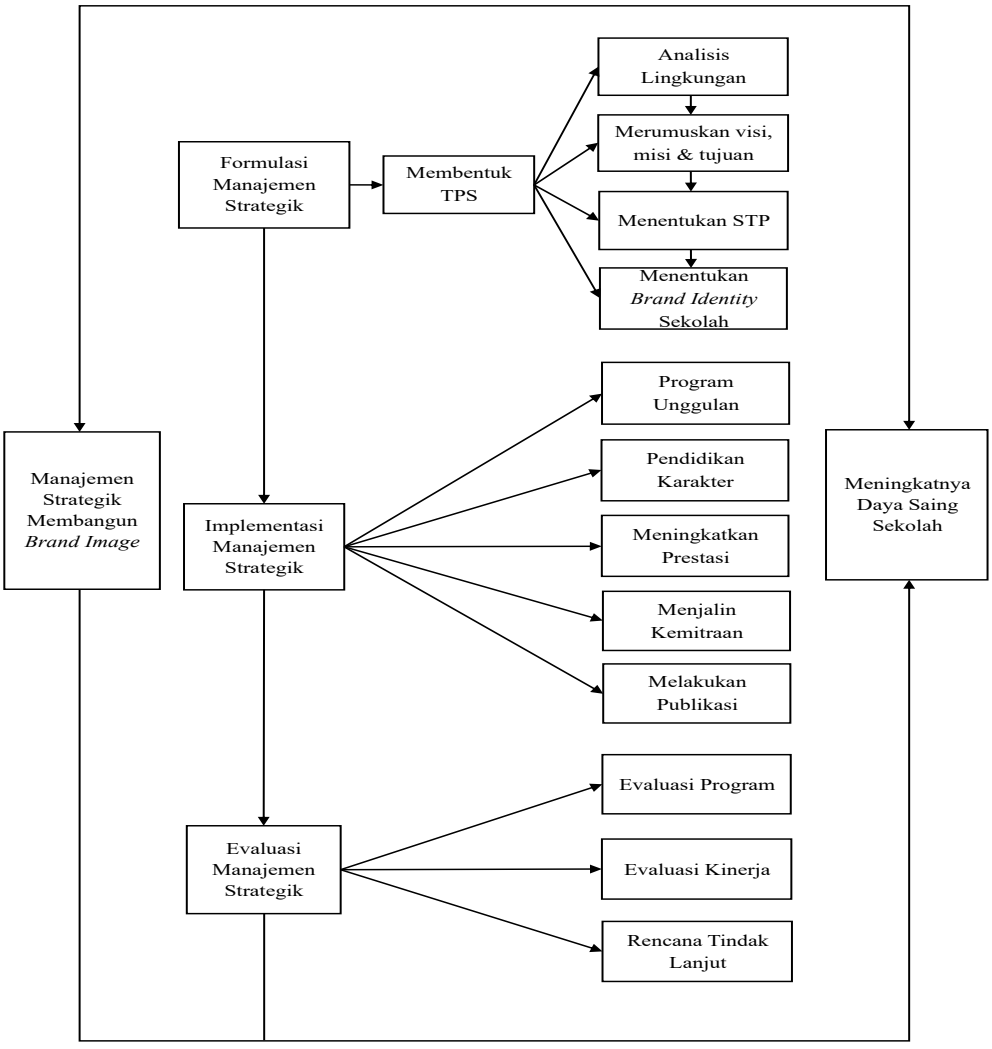
Copyright © 2025 The Author(s)

tidak perlu. Peneliti mereduksi data yang sesuai dengan topik penelitian yakni manajemen strategik membangun *brand image* yang dilakukan oleh kedua sekolah yang kemudian direduksi untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dan ringkas berdasarkan *place, actors,* dan *activity*. Data kemudian dimasukkan ke dalam sistem pengkodean dan ditulis dalam catatan lapangan. (2) Selanjutnya data disajikan (*display*) dengan membuat sistematis dokumen aktual sesuai topik penelitian, mencari ciri spesifik pada setiap alur manajemen strategik untuk meningkatkan daya saing di kedua sekolah tersebut. (3) Peneliti melakukan penarikan kesimpulan awal yang bersifat sementara, masalah dan rumusan masalah dalam penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan (Sugiyono, 2019).

Hasil

Temuan Penelitian

Hasil penelitian membahas temuan di lapangan tentang implementasi manajemen strategik dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Berikut adalah alur manajemen strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.



Gambar 1. Model alur manajemen strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan

Berdasarkan analisis data di situs tunggal di SMP Negeri 1 Basarang, maka dibuat analisis data dalam bentuk tabulasi berikut:

Tabel 1. Analisis Data Situs Tunggal di SMP Negeri 1 Basarang

Fokus	Analisis Data
a. Formulasi Manajemen Strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang	1. Penetapan visi dan misi a. perumusan visi dan misi dibuat dengan mengakomodir aspirasi warga sekolah; b. perumusan visi misi menyesuaikan dengan kebutuhan sekolah dan perkembangan dunia pendidikan; c. perumusan visi misi dilakukan dengan melibatkan warga sekolah agar keputusan yang dihasilkan dapat dilaksanakan dengan sukarela dan tanggung jawab. 2. Analisis Lingkungan Internal a. Kekuatan 1) Sekolah Adiwiyata 2) Keragaman agama dan suku warga sekolah yang dapat memperkuat program Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila; 3) Kerukunan umat beragama warga sekolah yang tinggi; 4) Banyak tumbuhan hijau di lingkungan sekolah yang membuat lingkungan menjadi sejuk; 5) Area sekolah yang luas; 6) Jumlah guru yang mencukupi; 7) Guru dan tendik yang berusaha meningkatkan kompetensi; 8) Ruang belajar yang baik dan mencukupi; 9) Lokasi sekolah yang aman karena tidak berbatasan langsung dengan jalan raya b. Kelemahan 1) Belum ada guru yang khusus membidangi Pelajaran Muatan Lokal; 2) Belum optimalnya pembersihan sekolah karena halamannya yang luas; 3) Belum mencukupinya dana kebersihan. 3. Analisis Lingkungan Eksternal a. Peluang 1) Kondisi geografis sekolah yang tidak berbatasan langsung dengan jalan raya sehingga jauh dari kebisingan serta lebih aman untuk siswa; 2) Siswa yang beragama Hindu di area tersebut berpeluang besar untuk memilih bersekolah di SMP Negeri 1 Basarang, karena dari segi historis dan realistis masyarakatnya beragama Hindu. b. Tantangan

Copyright © 2025 The Author(s)

	1) Beragamnya kondisi ekonomi orang tua siswa yang dapat berpengaruh terhadap pendidikan siswa di sekolah; 2) Persepsi orang tua yang mempengaruhi keputusan untuk memilih sekolah untuk anaknya; 3) Persaingan lembaga pendidikan, yakni adanya sekolah Islam Swasta yang letaknya tidak jauh dari SMP Negeri 1 Basarang. 4. Perumusan Tujuan Serta Sasaran a. SMP Negeri 1 Basarang merumuskan tujuan sejalan dengan visi dan misi sekolah; b. Perumusan tujuan didasarkan pada kebutuhan sekolah; c. Tujuan yang ditetapkan realistis dan bisa dicapai; d. Perumusan tujuan dilakukan bersama seluruh dewan guru; e. Perumusan tujuan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung yang dimiliki sekolah. 5. Menentukan *segmentation, targetting* dan *positioning* a. *Segmentation* SMP Negeri 1 Basarang adalah sekolah yang ditujukan untuk anak-anak yang memiliki minat dalam kegiatan akademik, seni dan olahraga yang berasal dari Kecamatan Basarang dengan perluasan dari wilayah lain di Kabupaten Kapuas serta menargetkan orang tua siswa dengan latar belakang ekonomi yang beragam terutama yang menginginkan lingkungan belajar siswa yang aman dan mengajarkan perilaku hidup bersih dan sehat. b. *Targetting* SMP Negeri 1 Basarang adalah calon siswa dari Kecamatan Basarang yang berasal dari keluarga yang beragama Hindu dari berbagai latar belakang ekonomi yang menginginkan lingkungan belajar anaknya aman dan mengajarkan perilaku hidup bersih, sehat dan taat beribadah. c. *Positioning* SMP Negeri 1 Basarang adalah memposisikan sekolahnya sebagai lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan kompetitif, yaitu dengan adanya Program Sekolah Sehat yang di dalamnya terdapat Program Penghijauan dan pembelajaran berbasis ekosistem sekitar serta Sekolah Ramah Anak. Keunggulan lainnya yang dimiliki sekolah adalah prestasi siswa di bidang akademik dan nonakademik, serta kemitraan dengan PT. Asmun Bara Bronang, Dinas lingkungan hidup dan Puskesmas Kecamatan Basarang. 6.Menentukan *Brand Identity* b. Logo Sekolah c. Sekolah memiliki *Tagline* ‘Salam Serashi’, yang merupakan akronim dari Sekolah Ramah Anak, Sekolah Sehat dan Sekolah Hijau
Implementasi Manajemen Strategik membangun	1. Menciptakan Program Unggulan Sekolah, yaitu Sekolah Adiwiyata dan Sekolah Sehat. Untuk mewujudkan hal ini,

brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang	sekolah menerapkannya melalui 10 K dan menjalin kerja sama dengan Perusahaan PT. Asmun Bara Bronang, Dinas Ligkungan Hidup dan Puskesmas setempat. 2. Pendidikan Karakter, yakni dengan memasukkan nilai-nilai disiplin, budaya dan saling menghargai dalam kegiatan intra dan ekstrakurikuler, Kegiatan PPK dan Giat Literasi 3. Meningkatkan prestasi siswa melalui kegiatan akademik dan juga nonakademik. Hal ini dilakukan dengan memetakan gaya belajar siswa yang dikoordinir oleh guru-guru dan dari Bimbingan Konseling, sehingga guru jadi lebih mudah memfasilitasi kebutuhan belajar siswa. Hal lain yang dilakukan adalah melalui kegiatan ekstrakurikuler yang setiap kegiatannya memiliki pembinanya masing-masing. 4. Menjalin kemitraan, yakni kemitraan dengan Dinas lingkungan hidup, PT. Asmin Bara Bronang, Puskesmas, Polsek Basarang dan Masyarakat Setempat untuk mendukung program sekolah 5. Melakukan Publikasi, yakni dengan membuat website sekolah, memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube serta publikasi secara luring yakni dengan mencetak brosur berisi informasi PPDB dan profil singkat sekolah
Evaluasi Manajemen Strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang	1. Mengevaluasi pelaksanannya tidak hanya di akhir semester dan akhir program, namun dilakukan sejak awal saat perancangan program dan segera jika dirasa dibutuhkan untuk mengevaluasi program yang ada. 2. TPS melakukan pengumpulan informasi dan membuat pelaporan secara berkala 3. Evaluasi kinerja dilaksanakan bersamaan dengan pemantauan yang sifatnya bisa dilakukan kapan saja; 4. Evaluasi kinerja dilaksanakan sebagai bahan acuan guru untuk meningkatkan kemampuannya, sebagai bahan penilaian sekaligus untuk meyusun rekomendasi; 5. Kepala sekolah mengevaluasi perencanaan pembelajaran, pelaksanaan, evaluasi dan kedisiplinan guru; 6. Memotivasi dan menciptakan lingkungan agar dapat meningkatkan Kinerja guru; 7. Meningkatkan motivasi kinerja guru dilakukan dengan mengoptimalkan fungsi kepala sekolah melalui supervisi.

Adapun analisis data di situs tunggal di SMP Negeri 2 Basarang, dibuat analisis data dalam bentuk tabulasi pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Data Situs Tunggal di SMP Negeri 2 Basarang

Fokus	Analisis Data
Formulasi Manajemen Strategik membangun	1. Analisis Lingkungan Internal 1.1 Kekuatan

Copyright © 2025 The Author(s)

brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 2 Basarang	1) Lokasi sekolah yang aman karena tidak berbatasan langsung dengan jalan raya; 2) ruang belajar yang baik dan mencukupi; 3) jumlah guru yang mencukupi dan selalu berusaha meningkatkan kompetensinya; 4) lingkungan sekolah yang memiliki keragaman suku, adat, budaya dan agama 5) dilakukannya pembenahan perpustakaan 6) Persentase kelulusan 100% dan Nilai yang terus meningkat; 7) Adanya kebijakan kepala sekolah yang memperbolehkan siswa menaiki sepeda motor sendiri ke sekolah dengan beberapa syarat dan ketentuan. 2.1 Kelemahan 1) Mata Pelajaran PKn masih diampu oleh guru BP dan Guru Bahasa Inggris yang honorer; 2) Halaman yang luas belum tertata dengan rapi. 2. Analisis Lingkungan Eksternal a. Peluang 1) Lokasi strategis yang tidak berbatasan langsung dengan jalan raya, jauh dari kebisingan, dekat dengan Kantor Korwil Kec. Basarang dan dekat dengan Pura 2) Masyarakat yang beragama Hindu yang berada di sekitar sekolah tersebut berpeluang besar memilih anaknya bersekolah di SMP Negeri 2 Basarang. b. Tantangan 1) Persepsi Orang Tua yang mempengaruhi keputusan untuk memilih sekolah untuk anaknya; 2) Persaingan Lembaga Pendidikan, yakni adanya Pondok Pesantren yang letaknya tidak jauh dari SMP Negeri 2 Basarang. 3. Penetapan Visi Misi a. Visi dan misi dibuat secara cermat, sederhana, dan dapat menginspirasi seluruh warga sekolah; b. Visi dan misi yang dibuat mencerminkan harapan serta kebutuhan sekolah; c. Visi dan misi yang dibuat diharapkan agar orangtua dapat menyadari pentingnya Pendidikan serta ikut berperan dalam mendukung sekolah; d. Visi dan misi dibuat agar dapat meningkatkan mutu Pendidikan di sekolah. 4. Perumusan Tujuan Serta Sasaran a. Perumusan Tujuan selaras dengan visi dan misi sekolah b. Perumusan tujuan melibatkan berbagai pihak 5. Menentukan *Segmentation, Targeting,* dan *Positioning* (STP) a. *Segmentation* SMP Negeri 2 Basarang adalah sekolah yang ditujukan untuk anak-anak yang memiliki minat

	dalam kegiatan akademik, seni dan olahraga yang berasal dari Kecamatan Basarang dengan perluasan dari wilayah lain di Kabupaten Kapuas. Selain itu, menargetkan orang tua siswa dengan Pekerjaan yang beragam terutama yang berprofesi sebagai petani yang menginginkan lingkungan belajar siswa yang aman dan pendidikan karakter. b. *Targetting* SMP Negeri 2 Basarang adalah calon siswa dari Kecamatan Basarang dengan latar belakang pendidikan orang tua yang beragam yang menginginkan anaknya memiliki karakter budaya gemar membaca, kerjasama, saling menghargai, disiplin, jujur, kerja keras, kreatif, inovatif dan taat beribadah. c. *Positioning* SMP Negeri 2 Basarang adalah lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan kompetitif pada pendidikan karakter sebagai pondasi utama yang meliputi gemar membaca, kerjasama, saling menghargai, disiplin, jujur, kerja keras, kreatif, inovatif dan taat beribadah. 6. Menentukan *Brand Identity*, yakni dengan logo sekolah dan *Tagline* 'Salam Barigas'. Barigas merupakan akronim dari Bahagia, Riang, Gagah dan Sejahtera.
Implementasi Manajemen Strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 2 Basarang	1. Meningkatkan kedisiplinan guru, yaitu dengan menggunakan absen *Finger Print*, Absen tertulis dan Aplikasi SIAPBOS yang digunakan sebagai bahan evaluasi intern di sekolah; 2. Kebijakan Kepala Sekolah yang apabila ada guru yang berhalangan hadir, maka yang menggantikan mengajar harus dari guru mata Pelajaran yang sama; 3. Pendidikan Karakter, yakni dengan melaksanakan kegiatan PPK, Giat Literasi dan Gerakan JUMBA (Jumat Bersih dan Asri) yang dimulai dengan senam bersama seluruh guru dan siswa dan dilanjutkan dengan kegiatan kerja bakti; 4. Meningkatkan potensi dan prestasi siswa, yaitu Memanfaatkan aplikasi belajar daring & sumber belajar digital, pelatihan khusus bagi siswa yang akan mengikuti lomba, Mengikutsertakan guru dalam kegiatan workshop dan menyediakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler; 5. Menjalin Kemitraan, yakni dengan Puskesmas Kec. Basarang, Polsek Kec. Basarang dan Pondok Pesantren Nurul Iman. 6. Melakukan Publikasi daring, yakni dengan membuat memanfaatkan platform media sosial seperti *Facebook* dan Youtube serta publikasi secara luring yakni dengan mencetak brosur berisi informasi PPDB.
Evaluasi Manajemen Strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing	1. Kepsek mencocokkan jam absensi *finger print* dan absen tertulis 2. Kepala Sekolah memantau kegiatan yang berjalan;

Copyright © 2025 The Author(s)

lembaga pendidikan di SMP Negeri 2 Basarang	3. Kepala Sekolah mengoreksi bila terdapat ketidak sesuaian dalam pelaksanaan dengan memberikan arahan mengenai program yang sedang berjalan; 4. Kepala Sekolah memfasilitasi komunikasi dengan seluruh warga sekolah agar TPS dapat mengumpulkan dan mengolah informasi; 5. TPS membuat jadwal evaluasi dan mengadakan rapat koordinasi dengan kepala sekolah dan dewan guru; 6. Membuat rencana tindak lanjut.

Pembahasan

Formulasi Manajemen Strategik Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMPN 1 dan SMPN 2 Basarang

Hasil temuan penelitian baik di SMPN 1 maupun di SMPN 2 Basarang memiliki tim pengembang sekolah yang melakukan analisis lingkungan internal serta eksternal untuk menemukan kekuatan dan kelemahan sekolah. Kekuatan yang dimiliki secara internal adalah SMPN 1 Basarang sebagai sekolah Adiwiyata, memiliki keragaman agama dan suku warga sekolah yang dapat memperkuat berbagai program multikultural serta moderasi beragama. Area sekolah yang luas dan cukup membuat lingkungan menjadi sejuk. Jumlah guru yang tersedia cukup dan selalu berusaha meningkatkan kompetensi serta terdapat ruang belajar yang baik. Sedangkan untuk kelemahan berupa belum ada guru yang khusus membidangi pelajaran muatan lokal, tidak optimalnya pembersihan sekolah karena halamannya yang luas dan belum mencukupinya dana kebersihan. Adapun kekuatan dari faktor eksternal adalah kondisi geografis yang tidak terlalu jauh dari jalan raya namun kondusif atau tidak bising dan mudah diakses oleh guru dan siswa. Tantangan yang dihadapi antara lain persepsi orang tua yang memilih sekolah Islam swasta yang tidak jauh dari sekolah.

Berdasarkan analisis ini, tim pengembang merumuskan visi, misi, dan tujuan SMPN 1 Basarang. Di samping itu sekolah juga menentukan STP (*Segmentation, targetting dan positioning)*. *Segmentation* SMP Negeri 1 Basarang ditujukan untuk calon siswa dari Kecamatan Basarang dan desa-desa sekitarnya yang orang tua siswanya berprofesi sebagai petani, pedagang, hingga pegawai negeri yang menginginkan anak mereka mendapatkan pendidikan berkualitas dan kesadaran tinggi terhadap lingkungan. Adapun *targetting*nya adalah ditujukan untuk calon siswa dari keluarga yang beragama Hindu dari berbagai latar belakang ekonomi yang ingin anaknya mendapatkan pendidikan berkualitas dan kesadaran tinggi terhadap lingkungan. Adapun *positioningnya* adalah lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan kompetitif. Di antaranya adalah dengan memiliki pura sendiri dalam sekolah, adanya program sekolah sehat dan sekolah adiwiyata yang di dalamnya terdapat program penghijauan dan kebersihan lingkungan, pembelajaran berbasis ekosistem sekitar serta sekolah ramah anak. berdasarkan hal ini dibuatlah *brand identity* berupa logo dan *tagline* sekolah, 'Salam Serashi', yang merupakan akronim dari Sekolah Ramah Anak, Sekolah Sehat dan Sekolah Hijau

Adapun di SMPN 2 Basarang, tim pengembang melakukan analisis lingkungan internal, berupa kekuatan lokasi sekolah yang aman karena tidak berbatasan langsung dengan jalan raya, jumlah guru dan ruang belajar yang memadai, keragaman suku, budaya dan agama, dilakukan pembenahan perpustakaan dan peningkatan jumlah siswa yang lulus dan melanjutkan ke jenjang selanjutnya. Adapun kelemahannya halaman yang terlalu luas dan belum tertata rapi. Sedangkan analisis lingkungan eksternal, memiliki peluang karena sekolah jauh dari kebisingan dan masyarakat mayoritas beragama Hindu berpeluang besar memilih sekolah di SMPN 2 Basarang.

Tantangan yang dihadapi sekolah juga hampir sama dengan SMPN 1 Basarang, karena persaingan lembaga pendidikan yaitu pondok pesantren yang letaknya berdekatan dengan sekolah.

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal, Kepala sekolah, tim dan warga sekolah membuat visi, misi dan tujuan sekolah secara cermat, sederhana dan dapat dipahami oleh agar dapat menginspirasi seluruh warga sekolah;visi dan misi yang dibuat mencerminkan harapan serta kebutuhan sekolah; visi dan misi yang dibuat diharapkan agar orangtua dapat menyadari pentingnya Pendidikan serta ikut berperan dalam mendukung sekolah;visi dan misi dibuat agar dapat meningkatkan mutu Pendidikan di sekolah. Tim sekolah menentukan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* (STP). *Segmentation* SMP Negeri 2 Basarang adalah sekolah yang ditujukan untuk anak-anak yang memiliki minat dalam kegiatan akademik, seni dan olahraga yang berasal dari Kecamatan Basarang dengan perluasan dari wilayah lain di Kabupaten Kapuas. Selain itu, menargetkan orang tua siswa dengan Pekerjaan yang beragam terutama yang berprofesi sebagai petani yang menginginkan lingkungan belajar siswa yang aman dan pendidikan karakter. *Targeting* SMP Negeri 2 Basarang adalah calon siswa dari Kecamatan Basarang dengan latar belakang pendidikan orang tua yang beragam yang menginginkan anaknya memiliki karakter budaya gemar membaca, kerjasama, saling menghargai, displin, jujur, kerja keras, kreatif, inovatif dan taat beribadah. Dalam hal ini, menurut Novitawati (2022), pendidikan org tua merupakan salah satu faktor penting dalam tumbuh kembang anak. *Positioning* SMP Negeri 2 Basarang adalah lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan kompetitif pada pendidikan karakter sebagai pondasi utama yang meliputi gemar membaca, kerjasama, saling menghargai, displin, jujur, kerja keras, kreatif, inovatif dan taat beribadah. Menentukan Brand Identity, yakni dengan logo sekolah dan *Tagline* 'Salam Barigas'. Barigas merupakan akronim dari Bahagia, Riang, Gagah dan Sejahtera.

Hasil penelitian pada kedua situs lembaga pendidikan memiliki kesamaan antara lain memiliki *brand identity* dan *tagline* yang memudahkan mengenali sekolah. Kedua sekolah juga sudah membentuk TPS untuk membantu lembaga pendidikan memahami kondisi internal dan eksternal secara mendalam sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan sekolah. Kedua sekolah menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil perumusan temuan lintas situs, maka disusunlah proposisi sebagai berikut: (1) formulasi yang didasari oleh analisis kebutuhan akan menentukan ketepatan Langkah yang diambil dalam penetapan tujuan, (2) tujuan sekolah akan mudah dicapai jika sekolah memiliki tim khusus yang bertugas merancang strategi yang mengarah pada cara pencapaian tujuan, dan (3) formulasi yang dilaksanakan dengan melibatkan berbagai pihak akan menjamin implementasi yang efektif. Dalam formulasinya, sekolah membentuk Tim Pengembang Sekolah (TPS) yang terdiri dari kepala sekolah, wakasek, perwakilan guru dan bendahara yang telah menjalankan fungsinya dengan berbagai kegiatan yaitu perumusan visi misi serta tujuan, menganalisis lingkungan internal dalam rangka mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sekolah, serta menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi sekolah.

Sebuah lembaga pendidikan dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan kemampuan bersaingnya memang perlu menganalisis kondisi sekolah baik secara internal maupun eksternal. Dengan demikian sekolah dapat membuat analisis kekuatan, kelamahan, peluang dan ancaman yang dihadapi (SWOT). Untuk membangun *brand image*, diperlukan strategi agar sekolah tidak hanya tahu (*knowing*) dan mempercayai (*believing*) mengenai keunikan yang ada pada sekolahnya, tetapi juga harus *act* dan *doin* (melakukan) agar *brand image* sekolah dapat tercipta. Temuan dalam penelitian ini selaras dengan pendapat yang menyatakan lembaga pendidikan perlu menyesuaikan untuk merespons perubahan zaman adalah dengan melakukan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2018) analisis SWOT diartikan

Copyright © 2025 The Author(s)

sebagai analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Analisis terhadap kelebihan, kelemahan, serta kesenjangan antara tuntutan dan kapasitas, harapan dan realitas, maupun sasaran dan strategi diperlukan guna merumuskan alternatif strategi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika perubahan dan tantangan di masa depan. Hal ini diperkuat dengan penelitian Suhaimi & Amberansyah (2022) yang menyatakan bahwa dengan manajemen strategik peluang masa depan dapat diperluas dan risiko yang ada dapat diminimalkan. Demikan pula penelitian Razak, et al (2024) bahwa lembaga pendidikan khususnya kepala sekolah yang membuat perencanaan program berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal sekolah membawa dampak positif yang signifikan. Dampak tersebut antara lain yaitu minat masyarakat menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut meningkat, kualitas pelayanan guru dan karyawan meningkat, siswa menunjukkan akhlak yang baik, kepercayaan masyarakat terhadap sekolah semakin tinggi, prestasi siswa semakin meningkat, banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding ke sekolah tersebut.

Implementasi Manajemen Strategik Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMPN 1 dan SMPN 2 Basarang

Implementasi di SMPN 1 Basarang dilaksanakan melalui program unggulan sekolah sehat. Sekolah mempertahankan keunggulan sebagai sekolah Adiwiyata. SMPN 1 Basarang menerapkan pembiasaan kegiatan kebersihan diri dan lingkungan, menjalin kemitraan dengan Puskesmas terdekat, Dinas Lingkungan Hidup, serta PT. Asmin Bara Bronang yang membantu sekolah melalui pendanaan perbaikan taman sekolah dan penyediaan bibit tanaman pranaraksa. Di samping itu, juga terdapat petugas piket guru serta siswa dan rincian tugas seperti membuang sampah, menyapu, mengepel selasar, termasuk pemeriksaan kebersihan kuku. Lomba kebersihan kelas juga dilaksanakan rutin 2-3 kali dalam setahun. SMPN 1 Basarang juga berkomitmen untuk membentuk siswa dalam bidang akademik maupun nonakademik. Hal ini dilakukan dengan asesmen setiap awal tahun pelajaran. Berdasarkan hasil asesmen diagnostik ini, guru jadi lebih mudah memfasilitasi kebutuhan belajar siswa. Sekolah juga menyediakan ekstrakurikuler yang beragam untuk memfasilitasi minat dan potensi siswa.

Untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki, dan meningkatkan layanan kepada siswa SMPN 1 Basarang melakukan berbagai upaya, antara lain dengan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, yakni kemitraan dengan PT. Asmin Bara Bronang, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kapuas, Puskesmas Kecamatan Basarang, Polsek Kecamatan Basarang dan Masyarakat setempat. PT. Asmin Bara Bronang membantu pendanaan untuk membuat dan memperbaiki taman sekolah serta membantu pemberian bibit tanaman Pranaraksa, yaitu tanaman buah-buahan daerah setempat yang langka. Kemitraan juga dilaksanakan dengan Dinas Lingkungan Hidup dan Puskesmas Kecamatan Basarang untuk menumbuhkan kepedulian lingkungan dan menambah wawasan lingkungan sekolah.

Dalam membangun *brand image*, SMP Negeri 1 Basarang juga memanfaatkan media sosial *Facebook* dan *Youtube* untuk untuk menampilkan prestasi dan kegiatan sekolah. Selain melalui media sosial, sekolah juga melakukan publikasi secara luring dengan mencetak brosur yang berisi informasi PPDB. Sekolah juga membuat titik Google Maps Sekolah untuk memudahkan masyarakat menuju ke lokasi sekolah. Dalam titik maps tersebut ditampilkan informasi mengenai sekolah seperti alamat, kontak, dan kegiatan yang dilakukan oleh sekolah.

Adapun di SMP Negeri 1 Basarang, implementasi dilakukan dengan meningkatkan kedisiplinan guru melalui presensi secara *finger print* dan melalui aplikasi SIAPBOS yang digunakan sebagai bahan evaluasi intern sekolah. Adanya pendidikan karakter, yakni dengan melaksanakan kegiatan PPK, Giat Literasi dan Gerakan JUMBA (Jumat Bersih dan Asri) yang

dimulai dengan senam bersama seluruh guru dan siswa dan dilanjutkan dengan kegiatan kerja bakti. Upaya meningkatkan potensi dan prestasi siswa, yaitu Memanfaatkan aplikasi belajar daring & sumber belajar digital, pelatihan khusus bagi siswa yang akan mengikuti lomba, Mengikutsertakan guru dalam kegiatan workshop dan menyediakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler, serta menjalin kemitraan, yakni dengan Puskesmas Kec. Basarang, Polsek Kec. Basarang dan Pondok Pesantren Nurul Iman. SMPN 2 Basarang juga membangun *brand image* melalui media sosial Facebook dan Youtube untuk menyampaikannya informasi kepada masyarakat mengenai prestasi dan kegiatan sekolah. Selain melalui media sosial, sekolah juga melakukan publikasi secara luring dengan mencetak brosur yang berisi informasi PPDB. Sekolah juga membuat titik Google Maps Sekolah untuk memudahkan masyarakat menuju ke lokasi sekolah.

Implementasi manajemen strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan pada situs I dan situs II juga ada kesamaan karena perumusan strategik yang terdapat banyak kesamaan. Persamaan implementasi strategik pada kedua situs ini adalah pada kegiatan Pendidikan Karakter yang dilaksanakan yakni dengan Kegiatan PPK dan Giat Literasi. Hal lain yang memiliki kesamaan adalah meningkatkan potensi dan prestasi siswa melalui kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler, mengikuti berbagai *event* perlombaan, dan mengikutsertakan guru dalam pelatihan dan *workshop*. Persamaan lainnya adalah adanya kerjasama dengan pihak lain agar dapat mendukung program kegiatan yang akan berdampak pada *brand image* sekolah. Selain itu, kedua sekolah sama-sama melakukan publikasi baik secara luring dan daring.

Berdasarkan hasil perumusan temuan lintas situs, maka disusunlah proposisi sebagai berikut; (1) kemampuan kepala sekolah dalam memimpin dapat menentukan keberhasilan terlaksananya setiap program yang telah disusun, (2) keberhasilan mengimplementasikan strategi didukung oleh tim yang berkompeten dan (3) pemberian motivasi terhadap warga sekolah terutama pada guru akan mendukung jalannya program sekolah.

Temuan hasil penelitian implementasi membangun *brand image* sangat bergantung kepada peran kepala sekolah. Menurut Fitriani et.al (2025) bahwa efektivitas kepemimpinan dalam pendidikan dapat dilihat dari kontribusinya terhadap kualitas proses belajar dan hasil yang dicapai siswa. Berdasarkan peran dan fungsi kepala sekolah dalam mewujudkan keberhasilan progam-program yang dibuat maka diperlukan adanya strategi yang sangat dalam saat berproses (Sunardi & Nurwanto, 2024). Temuan dalam penelitian ini implementasi strategi kepala sekolah dalam membangun *brand image* menghasilkan beberapa pencapaian program unggulan seperti pendidikan karakter, budaya literasi, serta partisipasi aktif orang tua dan kemitraan dengan masyarakat atau lembaga lain. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Salamah & Falah (2024) menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan telah berhasil meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap madrasah, yang tercermin dari peningkatan antusiasme peserta didik. Dapat disimpulkan bahwa strategi kepala madrasah yang tepat dan terencana dalam membangun brand image dapat meningkatkan daya saing sekolah, meningkatkan prestasi, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat.Strategi kepala sekolah yang mengintegrasikan Pendidikan karakter dalam semua mata pelajaran dan ekstrakurikuler juga berhasil menarik minat masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Ramadhani dkk (2025) yang menyebutkan bahwa salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah mengintegrasikan pendidikan karakter ke dalam semua mata pelajaran dan kegiatan ekstrakurikuler di sekolah.

Upaya membangun *brand image* juga dilakukan kedua sekolah melalui optimalisasi layanan terhadap potensi siswa salah satunya dalam kegiatan ekstrakurikuler sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Martono, et al (2025) menemukan pentingnya branding sekolah

Copyright © 2025 The Author(s)

dalam menarik minat siswa dan memperkuat citra sekolah di masyarakat. Melalui branding yang kuat, sekolah dapat membedakan dirinya dari lembaga pendidikan lain, serta menunjukkan identitas dan nilai-nilai yang diterapkan. Sekolah dapat memanfaatkan program ekstrakurikuler untuk membangun citra mereka dan menarik siswa. Strateginya antara lain mengembangkan program yang mendukung bidang akademik dan non-akademik, memberikan pembinaan yang serius, memenangkan kompetisi, meningkatkan prestasi, dan menjaga konsistensi

Evaluasi Manajemen Strategik Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMP Negeri 1 dan SMP Negeri 2 Basarang

Pelaksanaan evaluasi program di SMP Negeri 1 Basarang tidak hanya di akhir program atau di akhir semester, namun sudah sudah sejak awal dengan memilah program mana yang sesuai dengan kemampuan sekolah untuk mencapainya. Evaluasi dilaksanakan baik untuk akademik dan nonakademik. Ada yang dilaksanakan secara berkala tiap 6 bulan ada pula yang sifatnya korektif dan segera pada saat pelaksanaan program. Hal ini dilaksanakan agar diketahui apakah program yang dibuat bisa dilanjutkan, mengetahui keefektifan dan mengetahui cara yang lebih baik dalam mencapainya. Hasil dari evaluasi yang dilakukan mempengaruhi formulasi strategi dan pengambilan keputusan di masa depan. Selain evaluasi program Kepala sekolah juga melakukan evaluasi kinerja terhadap guru dan staf agar terus menopang upaya membangun *brand image* sekolah.

Di SMPN 2 Basarang evaluasi dilakukan oleh Kepala sekolah yang secara rutin mencocokkan presensi *finger print* dengan presensi tertulis. Kepala sekolah melakukan fungsi sebagai supervisor untuk memantau kegiatan yang berjalan, mengoreksi bila terdapat ketidak sesuaian dalam pelaksanaan dengan memberikan arahan mengenai program yang sedang berjalan; Kepala Sekolah memfasilitasi komunikasi dengan seluruh warga sekolah agar TPS dapat mengumpulkan dan mengolah informasi; TPS membuat jadwal evaluasi dan mengadakan rapat koordinasi dengan kepala sekolah dan dewan guru; dan membuat rencana tindak lanjut.

Evaluasi manajemen strategik membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan pada situs I dan situs II memiliki persamaan. Yaitu sama-sama melaksanakan evaluasi program dan evaluasi kinerja yang dibarengi dengan pemantauan agar terlihat keterukurannya, yang hasilnya tersebut digunakan sebagai bahan perbaikan dan tindak lanjut. Berdasarkan hasil perumusan temuan lintas situs, maka disusunlah proposisi sebagai berikut; (1) evaluasi manajemen strategik akan mempermudah perbaikan strategi *brand image* kedepannya, (2) evaluasi manajemen strategik membangun *brand image* yang dilaksanakan berkelanjutan akan berpengaruh pada pengimplementasian strategi, dan (3) tindakan korektif melalui supervisi dan observasi oleh kepala sekolah akan meningkatkan kinerja guru.

Evaluasi program dilaksanakan menyeluruh melibatkan seluruh warga sekolah. Evaluasi program kerja yang dilaksanakan di SMP Negeri 1 Basarang dan SMP Negeri 2 Basarang adalah dengan membandingkan apa yang telah dicapai dari suatu program dengan apa yang seharusnya dicapai berdasarkan standar/kriteria yang telah ditetapkan berdasarkan informasi yang telah didapat dari para guru yang selanjutnya melakukan perbaikan dengan merencanakan kegiatan yang akan datang berdasarkan hasil evaluasi. Evaluasi manajemen strategik memainkan peran kunci dalam menilai kinerja. Melalui evaluasi suatu program dapat dievaluasi secara objektif. Hasil evaluasi ini memberikan umpan balik yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta merancang program pengembangan yang sesuai. Selain itu, evaluasi manajemen strategik juga berdampak langsung pada sekolah, yakni dengan membantu sekolah dan untuk menemukan cara yang lebih efektif untuk perbaikan. Kepala sekolah sebagai manajer di lembaga pendidikan melakukan fungsi pengorganisasian, pengarahan hingga pengawasan.

Pengawasan berfungsi menilai dan mengoreksi kinerja agar sejalan dengan tujuan dan aturan yang berlaku. Pengawasan dapat bersifat vertikal maupun horizontal melalui sistem pengawasan melekat, yang menekankan kesadaran dan keikhlasan kerja. Sementara itu, evaluasi bertujuan mengukur keberhasilan program serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pencapaian tujuan (Septian, 2022). Hal ini sesuai dengan pendapat Grindle dalam (Khusufmawati et al., 2021) bahwa monitoring yang efektif dan evaluasi yang berkelanjutan dapat membantu mengidentifikasi kelemahan dan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja implementasi kebijakan. Dari hasil evaluasi, dapat diperoleh cara untuk perbaikan program dan peningkatan mutu yang akan meningkatkan brand image sekolah. Evaluasi manajemen strategik membangun brand image yang dilakukan sekolah juga pada hal meningkatkan prestasi akademik dan nonakademik siswa. Prestasi peserta didik itu sangat penting karena merupakan salah satu elemen berpengaruh pada brand image (Pratiwi et al., 2024). Pelaksanaan kegiatan pembelajaran yang secara kontinu diadakan pemantauan, persiapan mengikuti perlombaan dengan dibimbing oleh guru sesuai bidangnya, serta refleksi diri setelah kegiatan perlombaan untuk mengetahui hal apa yang perlu diperbaiki dan hal apa yang perlu ditingkatkan.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam hal waktu pelaksanaan observasi. Keterbatasan waktu menyebabkan peneliti tidak dapat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara menyeluruh dan berulang dalam jangka waktu yang lebih panjang. Akibatnya, beberapa dinamika yang mungkin hanya muncul dalam konteks waktu tertentu belum sempat terdokumentasikan secara utuh. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan jangka waktu observasi yang lebih panjang dan intensif sangat dianjurkan untuk memperkaya pemahaman terhadap proses implementasi program secara lebih menyeluruh.

Hal-hal yang disebutkan di atas tidak lepas dari kontrol dan fungsi kepala sekolah yang memfasilitasi komunikasi dengan seluruh warga sekolah agar TPS dapat mengumpulkan dan mengolah informasi yang akan dipergunakan untuk rapat koordinasi dan merencanakan tindak lanjut. Lembaga pendidikan unggul dipimpin oleh kepala sekolah yang dedikatif, kreatif, berintegritas tinggi, serta memiliki kemampuan manajerial dan kepemimpinan yang baik (Nashar et al., 2025). Kepemimpinan kepala sekolah yang baik akan berdampak terbentuknya kualitas pendidikan yang akan berdampak pada daya saing lembaga pendidikan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi penguatan model implementasi program secara jangka panjang agar keberlanjutannya lebih terukur dan berdampak nyata. Selain itu, penting dilakukan pengujian terhadap pengaruh brand image sekolah atau lembaga terhadap jumlah pendaftar, mengingat persepsi publik memainkan peran signifikan dalam peningkatan partisipasi. Di samping itu, pendekatan kuantitatif untuk menganalisis tingkat kepuasan para stakeholder, seperti siswa, orang tua, dan guru, juga dapat memberikan gambaran lebih objektif terhadap efektivitas kepemimpinan kepala sekolah serta kualitas layanan pendidikan secara keseluruhan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan pengaplikasian manajemen strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang dan SMP Negeri 2 Basarang meliputi formulasi, implementasi dan evaluasi. Formulasi manajemen strategik membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang dan SMP Negeri 2 Basarang adalah dengan membentuk Tim Pengembang Sekolah yang kemudian bersama kepala sekolah dan guru melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal, merumuskan visi, misi

Copyright © 2025 The Author(s)

dan tujuan, menentukan *segmentation, targeting* dan *positioning* serta menentukan identitas brand (*brand identity*) berupa pembuatan logo sekolah dan *tagline* yang menyampaikan nilai yang dimiliki sekolah terhadap masyarakat.

Implementasi manajemen strategik membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang adalah dengan melaksanakan program unggulan, meningkatkan prestasi akademik dan nonakademik siswa, menjalin kemitraan dan melakukan publikasi langsung dan tidak langsung seperti publikasi kegiatan sekolah melalui media sosial dan membuat brosur yang memuat informasi kegiatan sekolah.

Evaluasi manajemen strategik membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMP Negeri 1 Basarang dan SMP Negeri 2 Basarang meliputi evaluasi program, evaluasi kinerja dan rencana tindak lanjut. Evaluasi dilaksanakan secara berkelanjutan agar dapat membantu mengidentifikasi kelemahan dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja implementasi dan meningkatkan *brand image* sekolah. Di tahap awal, pengawasan di kedua sekolah berkonsep mentoring, pengawasan di tengah program berkonsep pendampingan dan pengawasan pascaprogram disebut evaluasi. Dalam evaluasi program dan kinerja, kepala sekolah melakukan pemantauan dan segera melaksanakan kegiatan korektif jika ditemukan kendala pada proses pelaksanaan. Evaluasi yang dilaksanakan menjadi acuan guru, bahan penilaian sekaligus untuk menyusun rencana tindak lanjut.

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi lembaga pendidikan, khususnya SMP Negeri 1 Basarang dan SMP Negeri 2 Basarang dalam hal manajemen strategik membangun *brand image*. Implikasi lainnya secara praktis adalah pada optimalisasi sumber daya yang ada pada sekolah serta kebijakan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat yang akan berdampak pada reputasi jangka panjang lembaga pendidikan.

Saran untuk lembaga pendidikan, khususnya kepala sekolah memiliki peran yang besar dalam menciptakan dan menjaga *brand image* sekolah. Kepala sekolah hendaknya memimpin dengan kepemimpinan yang strategis, inovatif serta meningkatkan kualitas layanannya dengan mengambil tindakan-tindakan dan kebijakan yang mencerminkan nilai-nilai positif yang ingin ditonjolkan dalam brand image sekolah. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan kepala sekolah menjadikan manajemen strategik sebagai hal yang penting untuk dilakukan untuk melahirkan strategik yang inovatif untuk meningkatkan daya saing sekolahnya.

References

Bailey, S., & Miligan, An. (2022). *On Branding: Dampak Digital Terhadap Merk*. Bhuana Ilmu Populer.

Basri, H., & Suriansyah, A. (2023). Strategy for Increasing the Quality of Learning in Children with Special Needs (Multi Site Study T SLB-C Negeri Pembina. *International Journal of Social Science And Human Research*, *06*(07), 3984–3991. https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i7-12.

Dewi, R.S., & Suriansyah, A. (2025). Pemberdayaan Masyarakat untuk Peningkatan Mutu Pendidikan: Studi Kualitatif Pada Sekolah di Pedesaan dan Perkotaan. *ELEMENTARY : Jurnal Inovasi Pendidikan Dasar*, 5(1), 33-43.

Fitriani, A., Maksadah, R., Islami, W., Amalien, C. A., Aslamiah, & Cinantya, C. (2025). Kepemimpinan dalam pendidikan: Model dan implementasi untuk meningkatkan kinerja sekolah. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 3(2), 715-722.

Hakim, A. (2020). Pendidikan Islam dalam Era Revolusi 4.0. *Jurnal Tamaddun*, *XXI*(1), 127–134.

Herawati, T. . &, & Supriyoko, S. (2023). Membangun “Brand Image” Madrasah di Masa Pandemi (Studi Kasus tentang Upaya Membangun Citra Diri Madrasah di MTs N 4 Gunungkidul).

Media Manajemen Pendidikan, *5*(3), 413–426.

Hunger, J. D., & Wheelen, T. . (2012). *Strategic Management and Bussiness Policy: Toward Global Sustainability (13th Edition)*. Pearson.

Irwanto, R., & Aslamiah. (2024). *Manajemen Kurikulum di Sekolah Berasrama (Studi Multi Kasus di SMP GIBS dan SMAS GIBS)*. *5*, 1337–1350.

Khusufmawati, E., Nurasa, H., & Alexandri, M. B. (2021). Implementasi Kebijakan Standarisasi Sarana dan Prasarana Kerja di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung (Studi Tentang Kendaraan Dinas Operasional). *Jurnal MODERAT*, *7*(4), 713–724.

Manurung, J., & Siagian, H. L. (2021). Membangun Brand Image Sebagai Manajemen Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Lembaga Pendidikan. *Inovatif*, *7*(September), 1–23.

Martono, R., Haryati, T., & Wuryandini, E. (2025). Strategi Branding Sekolah melalui Kelas Khusus Olahraga dan Kewirausahaan Mewujudkan Kepuasan Pelanggan Pendidikan di SMA Negeri 3 Rembang. *Indonesian Journal Research and Education*, *5*(1), 411–415.

Munir, M., & Toha, M. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajeman Pendidikan Islam*, *5*(2), 23–41.

Nashar, A. F., Sa'adah, N., Aslamiah, & Cinantya, C. (2025). Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Membangun Budaya Mutu di Lingkungan Pendidikan SDN Sungai Sandung 2. *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge*, *4*(7).

Novitawati, N. (2022). Developing Fine Motor Skills Using The Explicit Instrcution Model and Assigning Tasks in Cutting Out Group B Patterns In Baitul Makmur Islamic Kindergarten Banjarmasin. *ECHIEF Journal*, 2(2), 11-19.

Pratiwi, N., Fitri, V., Padliyan, R., & Rifki, A. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Pendaftaran Siswa (Studi Kasus di SMA Negeri 6 Kota Jambi)*. 37–42.

Prayogi;Muslihun, L. (2024). Strategi Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MAN 2 Yogyakarta*. Dirasat: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, *10*(2), 124–134.

Ramadhani, O., Marshanda, A., Damayanti, P.D.,Suriansyah, A.,& Cinantya, C. (2025). Pentingnya Pendidikan Karakter dsi Sekolah Dasar untuk Membangun Generasi Berkualitas. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisplin*, 3(1), 151-160.

Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI.* PT. Gramedia Pustaka Utama.

Razak, A., Masrokan, P., & Sujianto, A. (2024). Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SDIT Al Ghazali Pamekasan). *MUBTADI: Jurnal Pendidikan Ibtidaiyah*, *5*(6), 226–237.

Salamah, A., & Falah, M. S. (2024). *Strategi Kepala Madrasah Dalam Membangun Brand Image Madrasah*. *13*(2), 204–217.

Septian, R. (2022). Manajemen Membangun Brand Image (Citra Sekolah) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Smp Muhammadiyah 3 Yogyakarta. *Media Manajemen Pendidikan*, *4*(3), 496–507. https://doi.org/10.30738/mmp.v4i3.8926

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Alfabeta.

Suhaimi, & Amberansyah. (2022). Pelatihan Penerapan Manajemen Strategi Sekolah Unggul bagi Guru SDN Kecamatan Banjarmasin Utara. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, *4*, 5985–5997.

Sunardi, S., & Nurwanto, N. (2024). Increasing Educator Loyalty in Achieving Quality of Learning. *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman*, *3*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.54437/urwatulwutsqo.v13i1.1322

Copyright © 2025 The Author(s)

Trianung, D. T., Farashati, A., Theoline, E., & Haryani, T. (2024). *Implementasi Total Quality Management (TQM) dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Tinggi di Berbagai Negara*. *13*(001), 857–864.

Wardah, S., Das, H., Halik, A., N, B. I. R., Tahir, M., Elihami, E., Jollong, A. F., & Kenre, I. (2020). *Developing a Sociocultural Approach in Learning Management System through Moodle in the Era of the*. *13*(7), 941–958.

Yaqin, M. A., Rifqoni, M., & Qodri, M. (2024). *Manajemen Strategi dalam Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan di SMK Mambaul Ulum Paiton Jou*. Indo-MathEdu Intelectuals Journal (IMEIJ), *5*(6), 8288–8299.

Zakaria, W., Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2023). Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Strategy To Build Brand Image In Increasing The Competitiveness of Educational Institutions. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, *1*(2), 64–75.

---Halaman ini sengaja dikosongkan---