

**UPAYA KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN BRAND
IMAGE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA
PENDIDIKAN DI SMA NEGERI 10 REJANG LEBONG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat- syarat
Guna Memperoleh Gelar Strata Satu(S1)
Dalam Ilmu Pendidikan



OLEH:

SRI SUMARA

NIM: 19561038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
IAIN CURUP
2023**

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada.

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

di-

Assalam'alaikum Wr.Wb

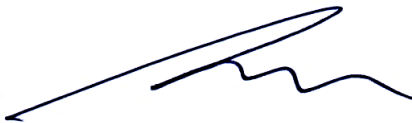
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat skripsi saudara mahasiswa MPI yang berjudul "**Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMA Negeri 10 Rejang Lebong** " sudah dapat di ajukan dalam sidang munaqasyah institut agama islam negeri(IAIN) curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan terimakasih.

Wassalam'alaikum Wr.Wb

Curup 9 februari 2023

Pembimbing I



Dr.Hamengkubuwono,M.Pd
Nip. 19650826 199903 1 001

Pembimbing II



Muhammad amin,S.Ag,M.Pd
Nip.19690807 200312 1 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sri Sumara

Nim : 19561038

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain.

Apa bila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan seperlunya.

Curup, 9 Februari 2023

Penulis



Sri Sumara

Nim.19561038



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS TARBIYAH**

Jl. Dr. Ak Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp (0732) 2101102179 Fax
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admint@iaincurup.ac.id Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 489 /In.34/F.T/I/PP.00.96/2023

Nama : **Sri Sumara**
NIM : **19561038**
Fakultas : **Tarbiyah**
Prodi : **Manajemen Pendidikan Islam**
Judul : **Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMA Negeri 10 Rejang Lebong**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada:

Hari/ Tanggal : **Selasa, 10 April 2023**
Pukul : **08.00 – 09.30 WIB**
Tempat : **Gedung Munaqasah Fakultas Tarbiyah Ruang 05 IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana Pendidikan (S.Pd) dalam Bidang Ilmu Tarbiyah.

TIM PENGUJI

Ketua,


Sekretaris,

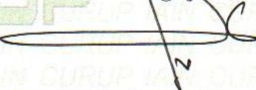

Prof. Dr. H. Hamengkubuwono, M. Pd
NIP. 19650826 199903 1 001


Muhammad Amin, S.Ag, M. Pd
NIP. 19690807 200312 1 001

Penguji I,

Penguji II,


Dr. H. Sayiful Bahri, M. Pd
NIP. 19641011 199203 1 002


Dr. Abdul Sahib, S.Pd.I, M. Pd
NIP. 19720520 200312 1 001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah**




Prof. Dr. H. Hamengkubuwono, M. Pd
NIP. 19650826 199903 1 001

MOTTO

***“Jangan Takut Untuk Melangkah Karna Di Setiap Masa
Ada Orangnya,Setiap Orang Ada Masanya”***

SRI SUMARA

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Swt yang maha pengasih lagi maha penyayang, segala puji hanya kepada Allah dan atas dukungan dari orang-orang hebat akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Puja dan puji syukur tak lupa pula saya haturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita semua ke zaman yang penuh dengan kecanggihan teknologi seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Melalui lembaran sederhana ini saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua ku tercinta, ayah Hendra dan ibu Zainab terimakasih atas kasih sayang yang kalian berikan, terimakasih yang tiada henti untuk dukungan dan semangat yang di berikan untuk menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk kesabaran keikhlasan, pengertian dan do'a semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan untuk ayah dan ibuku.
2. Adek Kandung ku Rudi Hartono dan adek ipar ku Mega Cimaysi yang selalu memberikan support dan dukungan untuk ku sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Serta bibik, paman,uwa dan nenek dari pihak ayah atau pun ibu yang selalu memberikan doa dan tidak pernah lelah memberikan nasehat.
4. Almamaterku tercinta Institut Agama Islam Negeri Curup, tempat menempuh studi dan menimbah ilmu pengetahuan, semoga kedepannya menjadi perguruan tinggi yang lebih maju dan baik, serta selalu menjadi kampus idaman.

5. Sahabat-sahabatku yang menjadi keluargaku winda,sulis,leri,putri dan santi yang selalu menemani dan mendukung ku sampai saat ini semoga kita semua sukses kedepannya.
6. Sahabat satu prodi ku aprilia kartika yang kemana-mana selalu berdua, yang selalu memberikan dukungan yang sangat luar biasa terimah kasih.
7. Sahabat ku indah yunianti dan aprija kamelia yang manna selalu bersama dari Sma sampai Sekarnag terimakasih telah mendukungku sampai saat ini.
8. Teruntuk Teman-teman satu prodi khususnya Mpi B terimakasih untuk dukungannya selama 8 semester semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah swt.
9. Teruntuk teman KKN dan PPI ku terimakasih juga karna sudah melengkapi cerita ini sampai akhir
10. Terimakasih juga untuk team-team yang sudah mensupport dibelakang layar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, intinya terimakasih untuk kalian semua

ABSTRAK

**UPAYA KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN BRAND
IMAGE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA
PENDIDIKAN DI SMA NEGERI 10 REJANG LEBONG**

OLEH

SRI SUMARA

NIM. 19561038

Di era globalisasi persaingan dalam bidang pendidikan yang semakin berkembang mengharuskan lembaga pendidikan untuk bersaing menjadi yang paling baik. Jadi upaya untuk memasarkan pendidikan menjadi penting di dalamnya. Upaya promosi sangat membantu untuk menawarkan dukungan terbaik kepada pembeli, untuk mendapatkan merek dan citra yang bagus dari masyarakat agar dapat meningkatkan keunggulan lembaga pendidikan. SMA Negeri 10 Rejang Lebong menerapkan upaya pemasaran dengan membangun brand image lembaga untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya kepala sekolah dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMA Negeri 10 Rejang Lebong dan untuk mengetahui faktor-faktor pembentuk brand image di SMAN 10 Rejang Lebong. Penelitian ini Merupakan penelitian kualitatif. Subjek dari penelitian ini adalah kepala sekolah, guru dan siswa. Lokasi penelitian di SMA Negeri 10 Rejang Lebong yang terletak di Jalan Lintas PJKA kota padang. Metode pengumpulan data adalah dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik reduksi dan penyajian data. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi dan pengecekan melalui diskusi.

Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa upaya kepala sekolah dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMA Negeri 10 Rejang Lebong dengan melalui tiga upaya *positioning, differentiation, brand service proces*. Faktor pembentuk brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMA Negeri 10 Rejang Lebong adalah pendidik dan tenaga kependidikan, akreditasi sekolah, prestasi siswa, kualitas lulusan, program unggulan sekolah, hubungan sekolah dengan masyarakat.

Kata Kunci: Brand Image, Pemasaran Pendidikan, Globalisasi, Daya Saing.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum, Wr. Wb

Alhamddulillahirobbil'alamin, puji dan syukur di panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat di selesaikan. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya menuju jalan yang benar beserta sahabat-sahabat, keluarga dan para pengikut beliau hingga akhir zaman

Penulisan skripsi ini bertujuan memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pendidikan Islam. Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan penulis, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan demi skripsi yang lebih baik dan dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun ini tidak akan terwujud tanpa adanya izin Allah SWT perantara bantuan, bimbingan dan dorongan, dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Curup Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd, M.M
2. Wakil Rektor 1 IAIN Curup Bapak Dr. Muhammad Istan,SE,M.Pd
3. Wakil Rektor II IAIN Curup Bapak Dr. KH Ngadri,M.Ag
4. Wakil Ketua III IAIN Curup Bapak Dr. Fakhruddin, S.Ag, M.pd
5. Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam Bapak Dr. H. Syaiful Bahri, M.pd
6. Bapak Prof. Dr. H. Hamengkubuwono, M.Pd selaku pembimbing 1 yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis.

7. Bapak Muhammad Amin, S.Ag, M.Pd selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya dalam membimbing SKRIPSI ini.
8. Seluruh dosen dan Staf Prodi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Curup yang telah banyak membantu sejak awal hingga akhir perkuliahan ini dan
9. Seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini .

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan pahala kebaikan yang setimpal dengan apa yang telah mereka beri. Kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini dan agar dapat dijadikan bahan acuan untuk peneliti-peneliti dimasa yang akan datang.

Curup, 9 Februari 2023

Peneliti

Sri Sumara
NIM. 19561038

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii

BAB 1: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6

BAB II: LANDASAN TEORI

A. Definisi Kepala Sekolah	8
1. Pengertian Kepala Sekolah.....	8
2. Peran Kepala Sekolah	10
B. Konsep Brand Image	15
1. Definisi Brand	15
2. Definisi Image	18
3. Definisi Brand Image	20
4. Faktor Pembentuk Brand Image	22
5. Jenis-Jenis Brand Image	25
6. Manfaat Brand Image	28
7. Upaya Kepala Sekolah Membangun Brand Image	28
C. Daya Saing	30

1. Definisi Daya Saing	30
2. Kerangka Berfikir	30
D. Penelitian Terdahulu	32

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Sumber Data.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Teknik Analisis Data.....	42
F. Validasi Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil SMA Negeri 10 Rejang Lebong	46
1. Sejarah SMAN 10 Rejang Lebong	46
2. Letak Geografis SMAN 10 Rejang Lebong	46
3. Struktur Organisasi SMAN 10 Rejang Lebong	47
4. Visi Misi SMAN 10 Rejang Lebong	47
5. Keadaan Guru dan Siswa SMAN 10 Rejang Lebong	51
6. Sarana dan Prasarana SMAN 10 Rejang Lebong	51
B. Hasil Penelitian	55
1. Upaya Kepala Sekolah Membangun Brand Image	55
a. Positioning	57
b. Differentation	58
c. Brand Service Proses	62
2.. Faktor Pembentuk Brand Image	63
a. Pendidik dan Tenaga Kependidikan	64
b. Akreditasi Sekolah	65
c. Pretasi Siswa.....	67
d. Kualitas Lulusan	71
e. Program Unggulan Sekolah	72

f. Hubungan Masyarakat	74
C. Pembahasan	76
1. Analisis upaya Kepala Sekolah Membangun Brand Image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong	76
a. Positioning	78
b. Differentation	79
c. Brand Service Proses	80
2.. Analisis Faktor Pembentuk Brand Image untuk Meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong	81
a. Pendidik dan Tenaga Kependidikan	81
b. Akreditasi Sekolah	82
c. Pretasi Siswa.....	83
d. Kualitas Lulusan	85
e. Program Unggulan Sekolah	86
f. Hubungan dengan Masyarakat	88

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran-Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Elemen-elemen merek	25
Tabel 4.1 Struktur Organisasi SMAN 10 Rejang Lebong	47
Tabel 4.2 Keadaan Guru SMAN 10 Rejang Lebong	51
Tabel 4.3 Keadaan Sarana SMAN 10 Rejang Lebong	52
Tabel 4.4 Keadaan Prasarana SMAN 10 Rejang Lebong	54
Tabel 4.5 Prestasi Siswa SMAN 10 Rejang Lebong	68

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi sekarang telah mampu menembus batas antar negara. Kemajuan teknologi dan informasi telah mampu mempersempit dunia. Tak terkecuali didalam bidang pendidikan. Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan yang dimaksud adalah sebuah sekolah agar bisa mempertahankan eksistensinya sekolah dituntut untuk dapat memasarkan sekolahnya, karena betapa pun bagusya suatu sekolah jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya sekolah tersebut di kalangan masyarakat.

Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak yang harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, pemasaran dilembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa.¹

Untuk memperluas intensitas Lembaga pendidikan, membangun citra adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi persaingan yang semakin ketat dalam upaya merekrut siswa.

¹ Muhaimin, dkk, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/ Sekolah* (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 101.

Dengan membangun brand image diharapkan lembaga pendidikan semakin kuat dan nantinya akan mendorong calon siswa dalam memilih lembaga pendidikan yang mereka inginkan.

Lembaga pendidikan yang memiliki reputasi kualitas (*perceived quality*) yang baik di mata masyarakat tentu akan membentuk brand image (citra merek) yang kuat dari sekolah tersebut. Sementara itu, menurut Freddy Rangkuti berbagai hal yang diingatkan pembeli dapat diatur agar afiliasi dapat membentuk gambaran tentang citra merek.²

Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan, dalam menghadapi persaingan era globalisasi harus mempraktikkan pemasaran terus menerus agar mendapatkan jumlah siswa yang dikehendaki, karena semakin meningkatnya jumlah atau calon siswa yang masuk dapat mengangkat citra positif pada sebuah lembaga di masyarakat. Sebuah lembaga tentunya harus memiliki konsep unggulan yaitu berupa visi dan misi sekolah.

Melalui visi dan misi tersebut, sekolah dapat mengembangkan dan melaksanakan pendidikan sesuai dengan apa yang dicita-citakan. Keunggulan yang dibentuk merupakan upaya-upaya yang terencana sebagai bentuk respon dari apa yang dicita-citakan para *founding father* lembaga tersebut dan juga merupakan respon keinginan dari wali murid ketika menyekolahkan putra-putrinya di sekolah tersebut. sebab ketika sebuah sekolah tidak memiliki keunggulan yang ditawarkan maupun tidak mampu menjawab keinginan

²Rangkuti, Freddy, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal 244.

masyarakat, lama kelamaan, ia akan ditinggalkan oleh masyarakat dan akhirnya mati.

Disadari maupun tidak, dalam dunia pendidikan yang memasuki era global ini, masyarakat mulai sadar bahwa pendidikan merupakan unsur penting dalam menentukan masa depan putra-putrinya. Sehingga mereka akan memilih lembaga pendidikan yang dianggap memiliki keunggulan dari lembaga pendidikan yang lain. Mulai dari itulah, persaingan antar lembaga pendidikan dimulai, dan ketika lembaga pendidikan tersebut tidak peka terhadap persaingan tersebut, maka ia akan jauh tertinggal dari lembaga pendidikan lain yang telah mempersiapkan diri dalam memiliki keunggulan kompetitif.

Ini adalah tanda positif tentang berkerja pada dalam penyelenggaraan pendidikan. Selanjutnya adanya upaya promosi yang diharapkan dapat membangun brand image sebagai salah satu upaya Yayasan pendidikan dalam memenagkan persaingan antar sekolah.

Salah satu bentuk lembaga pendidikan formal disini adalah SMA Negeri 10 Rejang Lebong Yang tetap berkembang ditengah persaingan zaman di era Global ini. SMAN 10 Rejang Lebong Kecamatan Kota Padang Kabupaten Rejang Lebong merupakan lembaga Pendidikan formal yang cukup ideal, hal ini terbukti dengan cukup banyak nya jumlah siswa yang sekolah disana dan tidak sedikitnya orang tua yang mendaftarkan anak-anaknya pada lembaga tersebut bahkan memperoleh posisi ke 5 jumlah siswa terbanyak sekabupaten Rejang Lebong tidak hanya itu SMAN 10 Rejang Lebong juga

banyak memperoleh prestasi diduni pendidikan. Dalam membangun citra yang baik dimasyarakat, SMAN 10 Rejang Lebong melalui cara mengikuti berbagai macam perlombaan yang dimana hal tersebut untuk membangun citra bahwa sekolah mampu memperoleh prestasi dan tidak kalah dengan sekolah-sekolah lainnya.³

Daya saing sangat diperlukan lembaga pendidikan untuk memenangkan persaingan yang terjadi dalam dunia pendidikan. SMAN 10 Rejang Lebong membangun daya saing tersebut melalui program-program unggulan yang ditawarkan oleh sekolah. Daya saing SMAN 10 Rejang Lebong akhir-akhir ini sudah terasa lebih baik, bisa dilihat bahwa sekolah tersebut mampu menorehkan berbagai prestasi di bidang akademik dan non-akademik sehingga mampu membangun minat para wali murid untuk menyekolahkan anak-anaknya ke sekolah tersebut. .

Dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini berfokus pada **“Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan”**.

³Observasi Awal, Wawancara 23 Mei 2022

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah-masalahnya antara lain:

1. Bagaimana upaya kepala sekolah dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong?
2. Apa saja faktor-faktor pembentuk brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis upaya kepala sekolah dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong
2. Untuk menganalisis faktor-faktor pembentuk brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai kontribusi dan edukasi guna memperkaya keilmuan terkait **Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong** serta diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan masukan dalam meningkatkan citra sekolah di lingkungan masyarakat.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, merupakan sarana untuk melatih dalam penulisan karya ilmiah sekaligus sebagai tugas akhir untuk meraih gelar strata satu (S1) pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Manajemen pendidikan Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dan sebagai penerapan terhadap pengalaman belajar yang telah diperoleh. Terlebih lagi, dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan pencipta tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan para eksekutif di SMAN 10 Rejang Lebong, terutama dalam menampilkan sistem dan terutama brand picture sehingga mereka dapat bekerja lebih baik, sebenarnya dan produktif untuk membuat kejam sekolah.
- b. Bagi lembaga IAIN Curup, penelitian ini diharapkan sebagai tambahan literature atau referensi bagi lembaga IAIN Curup dan mahasiswa yang ingin mengembangkan kajian tentang **Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong.**
- c. Bagi pihak sekolah, dengan adanya penelitian **Upaya Kepala Sekolah dalam Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong** untuk terus menciptakan sekolah yang berdaya saing dan unggul.
 1. Sebagai bahan masukan untuk terus mengembangkan sekolah
 2. Sebagai upaya perbaikan serta peningkatan nilai lembaga pendidikan sehingga menghasilkan out put atau lulusan yang berkualitas

3. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk membangun image sekolah yang baik.
- d. Bagi peneliti dapat bermanfaat dalam memberikan informasi dan pengetahuan mengenai strategi marketing yang baik, ataupun sebagai bahan kajian lebih lanjut bagi peneliti berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Definisi Kepala Sekolah

1. Pengertian Kepala Sekolah

Menurut Mintzberg, sebagaimana dikutip dari Wahjosumidjo, kepala sekolah merupakan peran administratif yang tidak dapat diisi oleh sembarang orang tanpa dilandasi pemikiran tertentu. Setiap orang yang akan dikaruniai menjadi kepala sekolah akan menjalani interaksi dan syarat-syarat tertentu, seperti landasan pendidikan, menunjukkan keaslian, benar-benar sehat secara intelektual, berpengalaman bekerja, usia, pangkat, memiliki kejujuran dan sebagainya.¹

Menurut Kompri, kepala sekolah adalah orang yang mempunyai kekuasaan dan pengaruh dalam memutuskan penyelenggaraan pendidikan dan pembelajaran di sekolah, kehidupan di sekolah diarahkan melalui wewenang kepala sekolah. Inisiatif kepala akan berhasil jika mereka memahami keberadaan sekolah sebagai organisasi yang rumit dan khusus dan dapat menyelesaikan tugas kepala sebagai orang yang diberi tanggung jawab untuk mengemudikan sekolah.²

Istilah kepemimpinan berasal dari kata *Leader* yang berarti pelopor atau to lead yang berarti memimpin. Pemimpin adalah seseorang yang dapat mempengaruhi cara berperilaku orang lain dalam pekerjaannya dengan

¹ Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah (Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya)*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 84-85

² Kompri, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hal.288

memanfaatkan kekuasaan. Kekuasaan adalah kapasitas untuk mengarahkan dan memengaruhi bawahan untuk tugas yang harus dilakukan.³

Kepemimpinan kepala sekolah akan berhasil jika mereka menganggap kehadiran sekolah sebagai lembaga yang kompleks dan unik dan dapat melakukan tugas kepala sekolah sebagai orang yang diberi tanggung jawab untuk mengemudikan sekolah.⁴

Apabila seseorang terpilih menjadi kepala sekolah dalam suatu perkumpulan pendidikan, maka bawahan/perwakilannya harus dan sepenuhnya menyetujui rencana yang dibuat oleh pimpinannya, dalam arti mengikuti permintaan dengan cara yang baik. Nabi bersabda “Jika kamu diminta (menyetir, berhidung cemooh dan berkulit gelap, oleh seorang budak, dan menuntunmu dengan kitab Allah, maka perhatikan dan patuhi kamu (riwayat Muslim).

Melaksanakan tugas pokok dan fungsi (tufoksi), kepala sekolah dituntut bekerja secara efektif untuk mencapai pendidikan yang berkualitas, selalu meningkatkan produktivitas dan kinerja guru dan tenaga kependidikan. Sejalan dengan itu Greenfield dalam E. Mulyasa mengatakan bahwa tanda-tanda keefektifan kepala sekolah sebagai pimpinan lembaga dimaksud sebagai berikut:

³ Jamal Ma'mur Asmani, *Manajemen Pengelolaan dan Kepemimpinan Pendidikan Professional: Panduan Quality Control Bagi Para Pelaku Lembaga Pendidik*, (Yogyakarta: Diva Press, 2009), cet ke-1, hal. 92-94

⁴ Kompri, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hal 288.

1. Memegang teguh menjalankan fungsinya kepada sekolah
2. Jadikan visi-misi sekolah sebagai cita-cita yang akan diwujudkan bersama
3. Pusatkan pemikiran kepada pembelajaran dan kerja guru di kelas.⁵

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional (Permendiknas) Nomor 13 tahun 2007 tentang standar kepala sekolah/madrasah, ada 5 (lima) dimensi kepribadian yang harus dipenuhi yaitu: (1) kompetensi kepribadian, (2) manajerial, (3) kewirausahaan, (4) supervisi, dan (5) sosial. Wahjosumodjo, mendefinisikan kepala sekolah sebagai tenaga fungsional yang diberi tugas memimpin sekolah, melaksanakan pembelajaran, tempat terjadi interaksi antara guru dengan siswa penerima pelajaran.⁶

Dari penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa kepala sekolah, yaitu orang yang diberi tugas khusus atau amanah menduduki jabatan di lembaga pendidikan dan dapat dijadikan sebagai atasan bagi bawahannya atau untuk dijadikan pedoman dan arahan dalam melaksanakan tugas dalam proses belajar mengajar serta memajukan suatu lembaga pendidikan.

2. Peran Kepala Sekolah

Peranan kepala sekolah dalam memimpin sekolah menjadi sangat penting terutama dalam menentukan arah dan kebijakan pendidikan yang dibangun. Sebagai pemimpin tunggal, kepala sekolah merupakan salah satu factor penentu yang dapat mendorong sekolah mewujudkan visi, misi, tujuan dan sarana melalui berbagai program yang dilaksanakan secara terencana.

⁵ E.Mulyasa, *Manajemen Kepemimpinan & Kepala Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015),hal.19.

⁶ Peraturan Menteri Pendidikan Nasional RI (Permendiknas) Nomor 13 tahun 2007, tentang Standar Kepala Sekolah atau Kepala Madrasah.

Oleh karena itu, kepala sekolah harus memiliki kemampuan manajemen dan kepemimpinan yang tangguh sehingga diharapkan dapat mengambil keputusan secara tepat, di samping memiliki sikap prakarsa yang tinggi dalam meningkatkan mutu pendidikannya.

Kepala sekolah mempunyai dua peranan utama, pertama sebagai pemimpin institusi bagi para guru, dan kedua memberikan pimpinan dalam manajemen. Untuk mengetahui peranan kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan diantaranya dapat dinilai melalui peranan kepala sekolah sebagai edukator, manajer, dan supervisor. Sebagai edukator kepala sekolah harus dapat menjadi teladan dalam hal kemampuan mendidik siswa dari para guru. Kepala sekolah disamping mampu menjadi guru pendidik yang baik bagi siswa, juga harus dapat menjadi pendidik bagi dewan guru. Dengan kata lain, kepala sekolah harus mampu meningkatkan kemampuan mengajar para guru yang menjadi staf pengajar dilingkungannya.

1) Kepala Sekolah Sebagai Educator (Pendidik)

Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 0296/U/1996, merupakan landasan penilaian kinerja kepala sekolah. Kepala sekolah sebagai educator harus memiliki kemampuan membimbing guru, membimbing tenaga kependidikan yang non guru, membimbing peserta didik, mengembangkan tenaga kependidikan, mengikuti perkembangan IPTEK dan memberi contoh mengajar.⁷

⁷ E. Mulayasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional dalam Praktek Menyusun MBS dan KBK*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007, hal. 101.

Dalam melakukan fungsinya sebagai educator, kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk meningkatkan profesionalisme tenaga kependidikan disekolahnya, menciptakan iklim sekolah yang kondusif, memberikan nasehat kepada warga sekolah, memberikan dorongan kepada seluruh tenaga kependidikan, serta melaksanakan model pembelajaran yang menarik, seperti *team teaching, moving class* dan mengadakan program akselari (*acceleration*) bagi peserta didik diatas normal.⁸

Pendidik adalah orang yang memberikan motivasi, kooperasi dan kompetensi, korelasi dan integrasi, aplikasi dan transformasi, serta individualities. Kepala sekolah yang disebut pendidik karena kepala sekolah dituntut untuk mampu menggunakan prinsip yang dimiliki seorang pengajar, yaitu :

- a) Motivasi, motivasi ialah kekuatan tersembunyi didalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berkelakuan dan bertindak dengan cara yang khas.⁹

Menurut Mulyasa dalam kaitannya dengan motivasi, guru harus mampu membangkitkan motivasi peserta didik, antara lain dengan memperhatikan prinsip-prinsip : peserta didik akan bekerja keras, kalau dia punya minat dan perhatian terhadap pekerjaan, pemberian tugas yang jelas dan dapat dipertanggung jawabkan, pemberian penghargaan

⁸ E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional dalam Praktek Menyusun MBS dan KBK*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007, hal. 98

⁹ M. Suparta, Herry Noer Aly, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, Jakarta: PT. Amisco, 2002, hal. 72.

terhadap hasil kerja dan prestasi siswa, pemanfaatan hadiah dan disiplin ilmu secara nyata dan berhasil.¹⁰

2) Kepala sekolah sebagai manajer

Dalam rangka melakukan peran dan fungsinya sebagai manajer, kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberdayakan tenaga kependidikan melalui kerjasama atau kooperatif, memberi kesempatan kepada para tenaga kependidikan untuk meningkatkan profesinya, dan mendorong keterlibatan seluruh tenaga kependidikan dalam berbagai kegiatan yang menunjang program sekolah. Sebagai manajer kepala sekolah harus mampu memberdayakan seluruh sumber daya sekolah dalam rangka mewujudkan visi, misi dan mencapai tujuan.

Kepala sekolah harus mampu bekerja melalui orang lain(wakil-wakilnya),serta berusaha untuk senantiasa mempertanggung jawabkan setiap tindakan.Kepala sekolah harus mampu menghadapi berbagai persoalan disekolah,berpikir secara analitik dan konseptual, dan harus senantiasa berusaha untuk menjadi juru penengah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh para tenaga kependidikan yang menjadi bawahannya, serta berusaha untuk mengambil keputusan yang memuaskan bagi semua.

¹⁰ E. Mulyasa, *Kurikulum Berbasis Kompetensi Konsep Karakteristik dan Implementasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, hal. 186.

3) Kepala Sekolah Sebagai Supervisor

Kegiatan utama pendidikan di sekolah dalam rangka mewujudkan tujuan utamanya adalah kegiatan pembelajaran, sehingga seluruh aktivitas organisasi sekolah bermuara pada pencapaian efisiensi dan efektivitas pembelajaran. Oleh karena itu, salah satu tugas kepala sekolah adalah sebagai supervisor, yaitu mensupervisi pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kependidikan. Dalam pelaksanaannya kepala sekolah sebagai supervisor harus memperhatikan prinsip-prinsip: (1) hubungan konsultatif, kologial dan bukan hirarkis, (2) dilaksanakan secara demokratis, (3) berpusat pada tenaga kependidikan (guru), (4) dilakukan berdasarkan kebutuhan tenaga kependidikan (guru), (5) merupakan bantuan profesional.¹¹

4) Kepala Sekolah Sebagai Leader

Menurut kamus ilmiah populer edisi lengkap leader adalah pemimpin, petunjuk jalan dan juga disebut seorang yang ahli. Menurut Purwanto, kepemimpinan dapat dirumuskan sebagai suatu kepribadian (*personality*) seseorang yang mendatangkan keinginan pada kelompok untuk orang-orang untuk mencontohkannya atau mengikutinya, atau yang memancarkan suatu pengaruh tertentu, suatu kekuatan atau wibawa, yang sedemikian rupa sehingga membuat sekelompok orang-orang mau melakukan apa yang dia kehendaki.¹²

¹¹ E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, ... hal. 111-113.

¹² M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, . . . hal. 25.

Wahjosumijo mengemukakan bahwa kepala sekolah sebagai leader harus memiliki karakter khusus yang mencakup kepribadian, keahlian dasar, pengalaman dan pengetahuan profesional, serta pengetahuan administrasi dan pengawasan.

B. Konsep Brand Image dalam Pendidikan

1. Definisi Brand

Istilah brand berasal dari kata brand yang berarti “to mark”, yaitu suatu tindakan yang sering dilakukan oleh para peternak sapi di Amerika dengan menunjuk hewannya untuk bekerja dengan ID kepemilikannya sebelum ditawarkan ke pasar. Merek adalah tanda nilai yang Anda usulkan kepada klien, merek adalah sumber daya yang memberikan insentif bagi klien dengan memperkuat kepuasan dan keteguhan mereka, merek adalah instrumen penilaian sifat nilai yang Anda tawarkan.

Kotler berpendapat bahwa “a brand is a name, term, sign, symbol, or design or a combination of them, intended to the identity the goods or services of one seller or group of seller and to differentiate them from those competitors.”¹³

Sesuai dengan Peraturan Undang-undang No. 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1, merek (merek) adalah rancangan varietas, atau perpaduan dari unsur-unsur tersebut yang memiliki ciri khas dan digunakan dalam kegiatan pertukaran tenaga kerja dan produk. Definisi ini memiliki kesamaan dengan arti dari rendition American Advertising Affiliation yang menekankan tugas merek sebagai pengenalan dan pembeda. Melihat dari kedua definisi tersebut,

¹³ Hermawan kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing*, (Bandung: Penerbit Mizan, 2007), hal19

sebenarnya ketika seorang pengiklan membuat nama, logo atau gambar lain untuk barang lain, maka pada saat itu dia telah membuat sebuah merek..¹⁴

Menurut Aker, merek adalah nama atau simbol yang berbeda (seperti logo, stempel, atau bundling) untuk membedakan tenaga kerja dan produk dari dealer tertentu, dan untuk memisahkan mereka dari tenaga kerja dan produk yang dihasilkan oleh pesaing. Akhirnya, brand menandai sumber produk dan melindungi pembeli dan pembuat dari pesaing yang mencoba memberikan produk yang tampaknya tidak dapat dibedakan.¹⁵

Brand dapat memiliki enam level pengertian menurut kotler yaitu¹⁶

1) Atribut

Sebuah merek menyampaikan atribut tertentu, misalnya Mercedes mengisyaratkan tahan lama, berkualitas, mahal, harga jual kembali tinggi, cepat dan sebagainya.

2) Manfaat

Sebuah merek bukan hanya sekelompok atribut, karena apa yang dibeli pembeli adalah manfaat dan bukan atribut, atribut harus diterjemahkan manfaat-manfaat fungsi onal atau emosional.

3) Nilai-nilai

Merek juga mengungkapkan keunggulan pembuatnya: misalnya Mercedes menyiratkan kinerja yang unggul, keamanan, *prestise*, dan sebagainya.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hal 2.

¹⁵ Susanto, Himawan Wijarnako, *Power Branding (Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya)* (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2004), hal 6

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), hal 104.

4) Budaya

Merek juga siap untuk mencerminkan budaya tertentu.

5) Kepribadian

Merek juga dapat memproyeksikan karakter tertentu. Ketika merek menyangkut individu, bintang, atau barang, apa yang mungkin Anda bayangkan? Mercedes memberi kesan kepala yang baik (individu), singa yang kuat (makhluk), atau kediaman kerajaan yang ahli (objek)

6) Pemakai

Merek memberikan kesan tentang jenis pembeli yang membeli atau menggunakan barang tersebut.

Sebuah merek bukan hanya kumpulan kualitas, karena apa yang dibeli pembeli adalah manfaat bukan atribut, atribut harus diubah menjadi manfaat-manfaat fungsional atau dari berbagai definisi diatas jika ditarik dalam dunia pendidikan bahwa brand adalah suatu nama, istilah, symbol, tanda, desain dan kombinasi dari semua yang digunakan untuk membedakan item dan memisahkan produk sekolah dari produk yang bersaing. Merek adalah cita-cita besar sekolah yang harus diperjuangkan. Merek tidak dapat dipisahkan dari visi dan misi sekolah karena pada dasarnya merek merupakan kerangka nilai yang direkayasa sehingga menjadi nama sekolah.¹⁷

Differensiasi adalah setiap upaya organisasi untuk membuat perbedaan di antara para pesaing untuk memberikan value terbaik kepada pelanggan.

Organisasi yang memiliki kualitas yang kuat dijamin bahwa organisasi tersebut

¹⁷ Barnawi & Mohammad Arifin, *Branded School, Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu* (Jogjakarta: AR-Ruzz Media, 2013), hal 155.

memiliki kinerja di atas rata-rata organisasi lainnya. Ada 3 aspek yang harus dipisahkan, yaitu setting khusus, isi dan kerangka.

2. Definisi Image

Image terbentuk dari bagaimana cara lembaga organisasi melakukan kegiatan operasional yang berlandaskan pada segi layanan.

Kotler mengungkapkan bahwa “ citra pembeli yang positif tentang suatu merek membuat pembeli lebih mungkin melakukan pembelian. Merek yang layak juga merupakan alasan untuk membangun citra institusional yang positif”.¹⁸

Menurut Kotler dan Keller, image(citra) adalah keyakinan, pemikiran dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu barang. Sebagian besar mentalitas dan aktivitas individu terhadap suatu barang dipengaruhi oleh citra suatu barang. Menurut Buchari Alma, itu adalah kesan, impresi, perasaan atau persepsi yang ada pada konsumen tentang suatu lembaga atau perusahaan. ,

Image akan dilihat oleh masyarakat dan pada akhirnya akan membentuk pandangan positif yang akan disampaikan mulai dari satu mulut ke mulut berikutnya. Dalam kegiatan kita sehari-hari, ingatlah bahwa keadaan, kemampuan, kantor, tempat kerja, perwakilan, dan yang melayani masyarakat harus selalu sesuai dengan satu tujuan yaitu memenuhi pembeli. Memberi tahu mereka bagaimana cara kami untuk memuaskan mereka. Image adalah sebuah realitas maka dari itu oleh sebab itu harus kita jaga, jika tidak akan menimbulkan persepsi buruk pada suatu lembaga.

¹⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium* (Jakarta: PT. Prehellindo, 2002), hal 625.

Berdasarkan uraian di atas, maka lembaga pendidikan harus berusaha menciptakan image positif di hati masyarakat. Image inilah yang nantinya akan menggiring masyarakat untuk menentukan apakah mereka akan memasukkan putra-putrinya ke lembaga tersebut atau sebaliknya.

Penumbuhan image positif membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi terbentuknya image, yaitu antara lain reputasi akademik, tampilan sekolah, biaya, atensi personal, lokasi, penempatan karir, aktivitas sosial, dan program studi. Semua komponen tersebut itulah kelak yang akan membentuk image terhadap lembaga pendidikan dan semestinya mendapat perhatian khusus bagi manajemen sekolah.

Image lembaga pendidikan bukan hanya dilakukan oleh humas, tetapi perilaku seluruh yang tergabung dalam lembaga baik itu publik internal atau eksternal yang ikut andil dalam pembentukan image lembaga pendidikan. Dengan kata lain, image lembaga pendidikan adalah image keseluruhan yang dibangun dari semua komponen yang berhubungan seperti kualitas lulusan, keberhasilan pengelolaan, kesehatan ruangan, perilaku anggota organisasi, tanggung jawab sosial. Image positif terhadap suatu lembaga merupakan langkah penting menggapai reputasi maksimal lembaga di khalayak publik.

Image suatu lembaga, terutama lembaga pendidikan dimulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media publik baik yang visual, audio, maupun visual. Identitas dan image lembaga juga dalam bentuk non fisik

seperti nilai-nilai dan filosofi yang dibangun, pelayanan, gaya kerja, dan komunikasi internal maupun eksternal.

3. Definisi Brand Image

Menurut Kotler dan Amstrong Citra merek (*Brand image*) adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu.

Brand image merupakan hal yang penting dan menjadi prioritas utama bagi pemilik usaha. Karena konsumen akan menjadikan acuan sebelum melakukan pembelian. *Brand image* yang baik atau positif adalah yang dapat memberikan dampak nilai lebih terhadap konsumen, jika suatu merek memiliki citra yang buruk maka secara tidak langsung akan berdampak kepada konsumen dan kemungkinan besar konsumen tidak tertarik untuk melakukan pembelian.¹⁹

Menurut kotler dan keller, *brand image* adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.²⁰

Maka dalam hal ini lembaga pendidikan dituntut melakukan strategi yang baik dan benar agar dapat menarik perhatian kepada konsumen dan tidak kalah saing dengan lembaga pendidikan lainnya. Ada beberapa faktor atau hal yang dapat membentuk *brand image*, yaitu identitas, manajemen organisasi, pola komunikasi yang berlaku, serta produk.

Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak menyatakan brand image (citra merek) adalah asosiasi brand yang saling berhubungan dan menimbulkan suatu rangkaian dalam ingatan konsumen. Brand image sebagai sekumpulan asosiasi brand yang terbentuk di benak konsumen. Konsumen yang terbiasa

¹⁹ Ermawan Galih Prasetyo, Edy Yulianto, Sunarti, Dikutip Dari Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2014 Konsumen Air Mineral Aqua)*, Vol 62 No. 2

²⁰ Yulia, *Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)*, Thesis, hal 47

menggunakan brand tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap brand image.²¹

Dapat dijelaskan bahwa brand image merupakan hasil persepsi oleh konsumen lembaga pendidikan tentang semua atribut yang melekat lembaga pendidikan tersebut. Citra merek tidak terbentuk dengan sendirinya, ia terbentuk dengan waktu yang lama dan dari apa yang dipersepsikan oleh konsumen pendidikan. Lembaga pendidikan harus mampu memunculkan kesan-kesan positif melalui prestasi- prestasi maupun keunggulan yang kompetitif sehingga mampu menjadi citra yang baik dimata masyarakat. Sebab citra yang positif dari para pengguna layanan merupakan pengalaman yang menunjukkan bahwa mereka percaya, merasa puas, loyal dan pada gilirannya akan mampu menjalin kerja sama yang saling menguntungkan.

Identitas lembaga akan memancarkan image kepada publik antara lain di mata pengguna, komunitas, media, penyumbang dana, staf, dan juga pemerintah sehingga jadilah image lembaga. Karena itu, image lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, adapun area yang dimaksud yaitu:

1. Kualitas produk (lulusan).
2. Kerjasama, tepat waktu, keahlian yang beragam, semangat keanggotaan.
3. Ruang kantor, ruang informasi, laborat.
4. Iklan, hubungan perseorangan, brosur, program-program identitas lembaga

Berdasarkan uraian di atas, maka lembaga pendidikan harus berusaha menciptakan image positif di hati masyarakat. Image inilah yang nantinya akan

²¹ Durianto, dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hal. 69.

menggiring masyarakat untuk menentukan apakah mereka akan memasukkan putra-putrinya ke lembaga tersebut atau sebaliknya.

4. Faktor- faktor Pembentuk Brand Image

a. Faktor Pembentuk Brand Image

Ada beberapa faktor yang membentuk *brand image*. Menurut Keller ada 3 faktor pembentuk *brand image* yaitu:

- a. *Favorability of brand association*, dalam hal ini berkaitan dengan *brand image* memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan konsumen, mereka yakin bahwa *brand image* memiliki manfaat yang besar terhadap dirinya.
- b. *Strength of brand association*, berkaitan dengan *brand image* memiliki kekuatan tertentu yang mempengaruhi daya ingat seseorang sehingga akan terus mengingatnya dan melekat di kepala.
- c. *Unique of brand association*, merupakan keunikan tersendiri dari *brand image* yang menjadikannya memiliki ciri khas dibanding dengan para kompetitornya.

Alma Buchari memaparkan beberapa faktor yang membentuk *image* lembaga pendidikan khususnya:

a. Tenaga Pendidik

pelayanan yang yang dibuat oleh lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh guru yang profesional dan mahir di bidangnya.

b. Perpustakaan

Perpustakaan merupakan komponen penting dalam kemajuan ilmu pengetahuan dan peningkatan lembaga pendidikan.

c. Teknologi Pendidikan

Alat bantu sebagai inovasi instruktif sangat besar untuk peningkatan informasi, khususnya dalam pengalaman mendidik dan pendidikan.

d. Biro konsultan

Di dalam landasan pendidikan, penting adanya suatu unit yang mengatur dengan mengatur hubungan dengan daerah setempat, sehingga unit tersebut dapat menjadi penghubung antara organisasi pendidikan dengan daerah setempat.

e. Kegiatan olahraga

Olahraga dapat dimanfaatkan oleh lembaga-lembaga pendidikan untuk menarik para siswa untuk bersekolah di lembaga-lembaga pendidikan tersebut, yaitu dengan memberikan hibah kepada para pemuda yang mampu di bidang olahraga.

f. Kegiatan Marching Band dan Tim Kesenian

Melalui kegiatan marching band dan kesenian, lembaga pendidikan dapat memperoleh keuntungan promosi yang luar biasa ketika mereka melakukan pementasan di acara yang resmi.

g. Kegiatan keagamaan

Tidak hanya ditandai oleh gedung atau bangunannya saja tetapi juga tetapi yang lebih penting adalah latihan yang dilakukan di dalamnya.

h. Kunjungan orang tua

Dengan kunjungan ke lembaga pendidikan, wali murid dapat melihat pengalaman yang berkembang, yayasan, tenaga pengajar dan pendidik serta

dapat bekerja sama dengan warga sekolah. Membantu kesederhanaan melanjutkan sekolah atau mendapatkan dan mengawasi pekerjaan. Dengan adanya *help office* ini, tentunya akan lebih memudahkan lulusan untuk mencapai tujuannya.

i. Penerbitan

Untuk mempermudah komunikasi, maka penting untuk mengadakan publikasi, misalnya buku harian, pemberitahuan, majalah, humor, atau jurnal. Ini juga dapat digunakan untuk tujuan belajar menulis untuk siswa berbakat

j. Alumni

Alumni dapat saling berbagi informasi melalui keberadaan himpunan alumni, dan lembaga pendidikan juga dapat memanfaatkannya untuk mendongkrak reputasi.²²

b. Elemen – elemen Brand Image

Sebuah *brand* memiliki beberapa elemen atau identitas, baik yang bersifat *tangible* (nyata) maupun *intangible* (tidak nyata). Secara garis besar elemen-elemen tersebut bisa dijabarkan menjadi nama merek (*brand names*), URL (*Uniform Resource Locarors*), logo, simbol, karakter, juru bicara, slogan, jingles, kemasan, dan signage.²³ Elemen-elemen merek secara lebih rinci akan dijelaskan dalam table berikut:

²² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 377-382.

²³ Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*(Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005),hal 4.

Tabel 2.1
Elemen- elemen Merek

No	Elemen tangible dan visual	Elemen Intangible
1.	Simbol dan Slogan	Identitas, merek korporat, komunikasi terintegrasi, relasi pelanggan
2.	Nama, logo, warna, brand mark, dan slogan iklan	-----
3.	Nama, merek dagang	Positioning, komunikasi merek
4.	Kapabilitas fungsional, nama, proteksi hukum	Nilai simbolis, layanan, tanda kepemilikan, <i>shorthand notation</i>
5.	Fungsionalitas	Representasionalitas
6.	Kehadiran dan kinerja \ 	Relevansi, keunggulan, ikatan khusus (bond)
7.	Nama unik, logo, desain grafis dan fisik	
8.	Bentuk fisik	Kepribadian, relasi, budaya, refleksi, citra diri
9.	Nilai Fungsional	Nilai sosial dan personal

5. Jenis-jenis Brand Image

Citra lembaga pendidikan adalah kesan atau persepsi yang diperoleh seseorang berdasarkan dari pengetahuannya dan pengalamannya terhadap tampilan fakta atau kenyataan suatu lembaga pendidikan, sehingga disini peran humas harus menjadikan orang lain untuk mampu memahami pesan demi menjaga citra atau reputasi lembaga pendidikan. Anggoro mengemukakan jenis-jenis citra, yaitu sebagaimana berikut ini:

a. Citra bayangan

Citra bayangan yaitu: citra yang melekat pada orang-orang dalam anggota-anggota organisasi atau lembaga tentang pandangan pihak luar terhadap organisasi atau lembaga pendidikan. Dalam hal ini orang akan selalu membayangkan hal-hal yang hebat tentang dirinya sendiri,

dikarenakan tidak memadainya informasi, pengetahuan, maupun pemahaman yang dimiliki oleh mereka mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

b. Citra yang berlaku

Citra berlaku adalah citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi atau lembaga. Citra ini amat ditentukan banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh seseorang atau mereka yang mempercayainya. Citra yang berlaku tidak selamanya sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman dan pengetahuan yang kurang memadai dari orang luar di karenakan dalam dunia dan kehidupan yang serba sibuk, sulit di harapkan mereka akan memiliki informasi yang memadai dan benar mengenai suatu organisasi atau lembaga dimana mereka tidak menjadi anggotanya.

c. Citra harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang di inginkan oleh pihak-pihak lembaga pendidikan. Dimana pimpinan lembaga pendidikan mempunyai harapan yang lebih baik atau menyenangkan dari citra yang ada saat ini. Citra harapan biasanya di rumuskan atau diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relative baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai sehingga dengan desain yang lebih baik citra lembaga pendidikan akan terangkat.

d. Citra Organisasi

Citra organisasi adalah citra dalam suatu organisasi secara keseluruhan tertampilkan dalam perilaku personal organisasi tersebut. Untuk itu ada beberapa hal yang dapat meningkatkan citra organisasi diantaranya adalah sejarah atau riwayat hidup organisasi yang gemilang, prestasi yang membawa nama organisasi dan keberhasilan keberhasilan dalam output yang meyakinkan masyarakat. Hal-hal tersebut dapat akan menunjang usaha humas dalam menciptakan citra positif organisasi kepada masyarakat terutama dalam kualitas dan input.

e. Citra majemuk

Citra mejemuk adalah citra yang dimiliki setiap lembaga pendidikan atau organisasi pendidikan yang memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu memiliki perangai dan tingkah laku yang tidak sama, sehingga secara sengaja maupun tidak mereka akan memunculkan citra yang belum tentu sama dengan organisasi, atau lembaga pendidikan lain secara keseluruhan. Untuk itu pihak pimpinan lembaga pendidikan hendaknya mampu membuat citra majemuk menjadi citra tunggal, dimana persepsi masyarakat yang bermacam-macam tersebut diusahakan menjadi satupersepsi yang sama. Disini sekali lagi peran kepala sekolah dituntut menjadikan orang lain untuk mampu memahami pesan demi menjaga citra atau reputasi lembaga pendidikan.²⁴

²⁴ Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hal. 59-68.

6. Manfaat Brand Image

Sedangkan menurut Sutisna dan Prawita manfaat *brand image* diantaranya yaitu :

1. Suatu merek yang memiliki citra positif akan mendorong pelanggan atau konsumen untuk lebih memungkinkan melakukan pembelian.
2. Citra positif yang terdapat pada merek produk yang lama dapat di fungsikan untuk mengembangkan lini produk perusahaan, dan
3. Menerapkan suatu kebijakan pada *family branding* dan *leverage branding* apabila citra produk yang sudah ada memiliki nilai positif. *Brand image* lembaga pendidikan yang memiliki nilai positif akan menjadi kekuatan untuk bertahan dalam arus globalisasi. Karena secara tidak langsung, lembaga pendidikan akan bergantung pada kuantitas siswa di lembaga.²⁵

7. Upaya Kepala Sekolah dalam Membangun Brand Image

Menurut Ferrinadewi dijelaskan mengenai brand image dan strategi pemasaran yang harus dilakukan, yaitu:²⁶

- a. Kepala Sekolah harus terlebih dahulu mendefinisikan secara jelas brand personalitynya agar sesuai dengan kepribadian konsumennya. Adanya kesesuaian ini menandakan konsumen telah mengasosiasikan merek seperti pribadinya sendiri. Asosiasi yang kuat ini akan mendorong terciptanya citra merek yang positif.

²⁵ Abu Hasan Agus R, *Strategi Image Branding Universitas Nurul Jadid Di Era Revolusi Industri, Jurnal Pendidikan Islam*, Vol.12 No. 1 Februari 2019, hal 68.

²⁶Farida Jasfar, Op. Cit., hal. 184-185.

- b. Kepala Sekolah harus mengupayakan agar tercipta persepsi bahwa merek yang mereka tawarkan sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini oleh konsumen dalam keputusan pembeliannya melalui strategi komunikasinya.
- c. Kepala Sekolah dapat melakukan image analysis yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi bagaimana asosiasi konsumen terhadap merek. Beberapa langkah yang dapat dilakukan pemasar dalam melakukan image analysis:
 1. Mengidentifikasi segala asosiasi yang mungkin telah dilakukan konsumen dalam benak mereka. Konsumen dapat melakukan interview sederhana tentang apa yang konsumen pikirkan tentang suatu produk.
 2. Menghitung seberapa kuat hubungan antara merek yang diteliti dengan asosiasi konsumen. Misalkan konsumen diminta untuk mengurutkan asosiasi-asosiasi mereka terhadap lembaga pendidikan tersebut mulai dari yang paling berhubungan hingga tidak berhubungan dengan merek.
 3. Sekolah harus menyimpulkan dari langkah kedua menjadi sebuah pernyataan yang mencitrakan merek secara psikologis.

Brand yang kuat dan mapan dapat dijadikan sebuah strategi perusahaan untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Strategi merek pada hakekatnya adalah proses bagaimana tawaran diposisikan dalam benak pelanggan agar menghasilkan persepsi yang menguntungkan pemasar.

Lembaga pendidikan harus mempunyai gambaran yang jelas tentang citra yang akan dibangun terlebih dahulu. Setelah terbentuk, barulah dilakukan komunikasi dengan para pengguna layanan mengenai citra lembaga tersebut.

Dan pada tahap akhirnya adalah menganalisa hasil yang terbentuk dari proses tersebut terkait citra yang muncul dibenak para pengguna layanan serta seberapa kuat citra tersebut terbentuk.

C. DAYA SAING

1. Konsepsi Daya Saing

Daya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak. Sedangkan kata saing berarti berlomba. Istilah “daya saing” terdiri dari dua kata: daya dan daya saing, yang mengacu pada kemampuan makhluk hidup untuk tumbuh (berkembang) secara wajar dalam persaingan dengan makhluk hidup lain dalam satu habitat (misalnya dalam satu industri). Kapasitas untuk bersaing di pasar adalah daya saing.

Kemampuan sekolah dan madrasah untuk menarik pelanggan sehingga diminati oleh masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam pendidikan itulah yang menentukan daya saingnya.

D. Kerangka Berpikir

Persaingan akan selalu ada dalam setiap lini kehidupan manusia, termasuk dalam dunia pendidikan. Dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan, setiap sekolah atau sekolah memiliki rencana sendiri-sendiri. Ada yang yang memprioritaskan pada bidang sumber daya manusia (SDM), fasilitas sarana dan prasarana, pendanaan, jaringan hingga berbagai hal yang dapat memenangkan persaingan antar lembaga pendidikan.

Persaingan antar lembaga pendidikan pun bergerak sangat kompleks dan beragam. Ada yang bersaing dalam bidang mutu, layanan, keragaman pilihan,

pencitraan, dan sebagainya. Ada pula yang menggabungkan antarbidang satu dengan lainnya dan ada pula yang menetapkan pola prioritas antarbidang tertentu. Membangun kepercayaan pada institusi pendidikan untuk kualitas mereka adalah salah satu prioritas utama mereka. Hal ini dilakukan dengan memproyeksikan citra positif pada masyarakat.

Sebelum hal lain, lembaga pendidikan perlu melihat diri mereka sendiri, pesaing mereka, dan lingkungan di sekitar mereka. Hanya dengan cara inilah lembaga pendidikan tersebut dapat memunculkan strategi yang sesuai dengan kondisi dan keadaan sekitar. Tujuan strategi tersebut adalah untuk memproyeksikan citra lembaga pendidikan yang kemudian akan dikomunikasikan kepada masyarakat yang menjadi sasaran pendidikan..

Persepsi yang dimiliki oleh pengguna jasa pendidikan terhadap suatu merek dikenal dengan citra mereknya. Posisi lembaga pendidikan dalam kaitannya dengan para pesaingnya akan ditentukan oleh citra mereknya berdasarkan apa yang pelanggan pikirkan, apakah itu di bawah, menengah, atau di atas. Prioritas siswa, orang tua, dan masyarakat dalam memilih institusi pendidikan juga akan terpengaruh oleh positioning ini.

Dalam menghadapi globalisasi, brand image positif sebuah lembaga pendidikan tentunya akan menjadi kekuatan. karena jumlah siswa di sekolah akan berdampak tidak langsung pada lembaga pendidikan. Untuk bertahan dalam menghadapi persaingan di dunia pendidikan, sekolah akan mampu meningkatkan daya saingnya. Ini akan dicapai dengan menggunakan lebih

banyak sumber daya, pendanaan, fasilitas, dan jaringan untuk mempromosikan citra merek yang positif.

Agar lembaga pendidikan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya maka harus kompetitif. Landasan untuk menetapkan visi dan misi sekolah tentu saja merupakan analisis menyeluruh yang diawali dengan penilaian awal terhadap kebutuhan pendidikan masyarakat, meliputi penilaian terhadap lingkungan internal dan eksternal sekolah, sumber daya yang dimiliki awal, dan pesaing. dalam kemenangan kontes. sehingga visi dan misi yang telah ditetapkan akan selalu menjadi landasan awal bagi setiap program pendidikan atau kegiatan sekolah.

Sekolah harus berdaya saing agar mampu membekali peserta didiknya dengan keahlian dan kepribadian Islami dalam menjalani masa depannya, yang tentunya berbeda dengan saat mereka masih bersekolah. Inilah sebabnya mengapa sekolah perlu memiliki kekuatan atau kemampuan yang unggul. Apakah daya saing saat ini disalahartikan sebagai alat pembeda satu lembaga pendidikan dengan yang lain atau pesaing, bukan sebagai alat penghancur.

E. Penelitian Terdahulu

Bagian dari kajian teori dalam penelitian ini adalah kajian teori pada penelitian dan tulisan terdahulu yang relevan. Beberapa penelitian terdahulu yang penulis kaji dapat di paparkan sebagai berikut.

1. Penelitian Merry Dita Rahmatika

Merry Dita Rahmatika telah melakukan penelitian berjudul “Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD)

Jogja Green School”. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang dilakukan oleh pihak sekolah untuk meningkatkan animo calon peserta didik. Fokus penelitian ini adalah upaya sekolah dan peningkatan animo calon peserta didik, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan lebih terfokus pada upaya kepala sekolah dalam membangun brand image dan peningkatan daya saing lembaga pendidikan. Penelitian ini menggunakan teori pemasaran jasa pendidikan dan humas, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan teori strategi brand image, dan daya saing.²⁷

2. Penelitian Iken Mety Wulandari

Iken Mety Wulandari meneliti tentang “Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember)”. Penelitian ini memfokuskan pada adanya pengaruh variabel brand image dan lokasi, variabel manakah dari brand image dan lokasi yang memberikan pengaruh terbesar (dominan) terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan, kedua variabel brand image dan lokasi sama-sama berpengaruh signifikan dan variabel paling dominan adalah variabel lokasi dengan

²⁷ Merry Dita Rahmatika, *Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD) Jogja Green School*”skripsi,jogja.

presentase sebesar 44,1% terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi.²⁸

3. Penelitian Adkha Rikha Sari

Adkha Rikha Sari meneliti tentang “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Citra Sekolah di TK HJ Isriati Baiturahman 1 Semarang”. Penelitian ini membahas tentang langkah-langkah promosi, tujuan promosi, sehingga menarik masyarakat untuk sekolah di lembaga pendidikan tersebut. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penulis akan membahas tentang strategi brand image dalam upaya meningkatkan daya saing di lembaga pendidikan.²⁹

4. Penelitian Nofita Arumsari

Nofita Arumsari telah melakukan penelitian berjudul “Strategi *Branding* SD Negeri Dalam Menghadapi Persaingan Dengan SD Islam Terpadu (Studi Kasus SD N 1 Kiyaran dan SD Pusalang Cangkringan Sleman Yogyakarta). Dalam penelitian ini di sebutkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi dan citra sekolah negeri serta sekolah islam terpadu di wilayah Wukirsari, Cangkringan. Penelitian ini juga untuk mengetahui citra yang ingin dibentuk sekolah, strategi *branding* sekolah negeri, hasil strategi *branding* yang dilakukan sekolah negeri, serta pendukung dan penghambat strategi *branding* sekolah dalam menghadapi sekolah islam terpadu.

Penelitian ini memiliki perbedaan fokus Penelitian ini memiliki perbedaan

²⁸ Iken Mety Wulandari, *Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi* (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember), skripsi, jember: 2013

²⁹ Adkha Rika Sari, *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Citra Sekolah Di TK HJ Isriati Baiturahman 1 Semarang*, Skripsi, Semarang, UIN Walisongo, 2018

dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, dimana penelitian ini lebih terfokus pada strategi *branding* dalam menghadapi persaingan dengan sekolah lain, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan lebih terfokus pada upaya kepala sekolah membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Dari segi teori penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Penelitian ini hanya menggunakan teori *branding* sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan teori *brand image*.³⁰

³⁰ Nofita Arumsari “*Strategi Branding SD Negeri Dalam Menghadapi Persaingan Dengan SD Islam Terpadu* (Studi Kasus SD N 1 Kiyaran dan SD Pusmalang Cangkringan Sleman Yogyakarta)

BAB III

METODO PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian merupakan suatu sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, baik dari segi teoritis maupun praktis. Penelitian merupakan proses pemecahan suatu masalah dengan melakukan suatu pendekatan dengan metode ilmiah untuk menyelesaikan permasalahan yang ada secara sistematis. Penelitian merupakan bagian pokok dari ilmu pengetahuan, yang bertujuan untuk lebih mengetahui dan mendalami segala segi kehidupan. Sedangkan penyajiannya dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan obyek yang diteliti secara adanya dengan pernyataan-pernyataan yang bersifat kualitatif yaitu adalah:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna memperoleh data yang diperlukan.¹ Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*) sebuah penelitian dengan prosedur penelitian yang menggali data dari lapangan untuk kemudian

¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 309

dicermati dan disimpulkan. Penelitian lapangan yaitu penelitian dilakukan disuatu tempat dipilih sebagai lokasi dan objektif penelitian.²

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang dilakukan secara primer menggunakan paradigma pengetahuan berdasarkan pandangan konstruktivis (seperti makna jamak dari pengalaman individual makna yang secara sosial dan historis dibangun dengan maksud mengembangkan suatu teori atau pola).³

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat dipahami bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek secara alamiah dengan menggunakan paradigma pengetahuan berdasarkan pandangan konstruktivis.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong, menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata terutlis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁴

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif memiliki karakteristik natural dan merupakan kerja lapangan yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif

² Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hal. 96.

³ Emzir, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 28

⁴ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 4

adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Jadi, penelitian ini akan menghasilkan deskripsi tentang fenomena-fenomena yang diamati tidak harus berupa angka-angka.

Sedangkan tujuan penelitian deskriptif adalah , gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Jadi, penelitian ini mendeskripsikan fenomena yang terjadi dalam **Upaya kepala sekolah dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong.**

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang menjadi objek penelitian adalah SMAN 10 Rejang Lebong. Sekolah tersebut terletak di Kelurahan Kota Padang Kecamatan Kota Padang, kabupaten Rejang Lebong. Lokasi sekolah jika ditempuh dari rumah peneliti harus mengedari kendaraan umum maupun pribadi, Lokasi sekolah dekat dengan jalan lintas kereta api jarak yang di tempuh peneliti dari rumah hingga sampai kelokasi berjarak ± 7 km. Alasan akademik peneliti memilih tempat/lokasi penelitian di SMAN 10 Rejang Lebong didasarkan pada beberapa hal:

- a. Peneliti cukup paham lokasi, demografis, serta kultur dari tempat penelitian
- b. Kelayakan obyek yang sangat memungkinkan untuk mendapatkan informasi yang akan menunjang tercapainya tujuan penelitian tersebut.

- c. Peneliti memilih SMA 10 Rejang Lebong karena menurut peneliti sekolah itu memiliki pengaruh terhadap judul yang akan diteliti.
- d. Waktu penelitian ini dilakukan pada hari kerja dari senin-sabtu, mulai dari pukul 09:00 sampai dengan selesai

C. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud adalah dari mana peneliti memperoleh data tersebut. Sumber data tersebut bisa berasal dari manusia dan non manusia. Sumber data manusia berfungsi sebagai subjek atau informasi, sedangkan non manusia berupa dokumen yang relevan dengan rumusan masalah penelitian, seperti: catatan atau tulisan yang ada kaitannya dengan fokus penelitian. Menurut Lofland sumber data utama pada penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Selebihnya data tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya.⁵

Pengambilan sumber data yang dipilih secara *purposive* dan bersifat *snowball sampling*, maka sumber data dipilih orang-orang yang dianggap sangat mengetahui permasalahan yang akan diteliti atau juga yang berwenang dalam masalah tersebut dan jumlahnya tidak dapat ditentukan, karena dengan sumber data yang sedikit itu apabila belum dapat memberikan data yang lengkap, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sumber data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data kualitatif dari sumber primer dan sumber sekunder:

⁵ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian...*, hal. 157.

1. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data tersebut diperoleh melalui wawancara kepada responden atau informan. Pengambilan responden yang dijadikan informan dilakukan secara purposive artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sedangkan yang dijadikan sumber primer adalah kepala sekolah dan guru yang paham akan masalah yang diteliti. primer pada penelitian ini yaitu Kepala Seksi Pendidikan sekolah menengah atas dan guru yang ada di kecamatan kota padang dan yang menjadi objek utamanya adalah kepala sekolah, guru dan siswa yang ada di SMAN 10 Rejang Lebong.

2. Sumber Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini diperoleh dari data-data dokumentasi berupa profil serta dokumen-dokumen lain yang bisa dijadikan sumber data dalam penelitian ini.

Data ini peneliti ambil melalui guru-guru atau karyawan yang ada tempat penelitian, dokumen atau laporan yang telah tersusun dalam arsip yang tidak dipublikasikan, buku-buku, surat kabar, internet dan lain-lain.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan ini dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa. Dalam penelitian ini penulis menggunakan alat bantu berupa buku catatan, dan kamera. Teknik ini digunakan untuk melihat secara langsung situasi sosial (pelaku, tempat dan aktivitas) yang mungkin tidak terungkap dalam tahap wawancara. Sehingga dengan observasi dapat memperoleh gambaran tentang masalah yang akan di teliti.

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua pihak, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Teknik wawancara digunakan untuk menggali data yang berkaitan dengan upaya kepala sekolah dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. sedangkan objek yang diwawancarai adalah kepala sekolah, para guru dan siswa yang ada di SMAN 10 Rejang Lebong.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara atau teknik yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis sejumlah dokumen yang terkait dengan masalah penelitian. peneliti harus menjelaskan dokumen apa yang

dikumpulkan dan bagaimana cara mengumpulkan dokumen tersebut. Pengumpulan melalui dokumen bisa menggunakan alat kamera (video shooting), atau dengan cara fotokopi. Teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Metode ini digunakan untuk memperoleh data berupa dokumen seperti jumlah murid, struktur organisasi, letak geografis, profil SMAN 10 Rejang Lebong, dan data-data lain yang bersangkutan dalam penelitian.

E. Teknik Analisa Data

Peneliti melakukan penelaahan untuk mencari pola (patterns). Tahap ini peneliti banyak terlihat dalam kegiatan penyajian dan penampilan (*display*). Analisis dilakukan untuk menemukan pola. Caranya dengan melakukan pengujian sistematis untuk menetapkan bagian-bagian, hubungan antar kajian.

Pada bagian ini dijelaskan mengenai teknik yang digunakan dalam mengambil data dan analisis data. Analisis data kualitatif adalah deskriptif data yang terdiri dari tiga aktivitas yang berlangsung secara bersamaan. Ketiga aktivitas tersebut adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Ketiga alur aktivitas tersebut saling keterkaitan satu dengan yang lainnya dalam analisis data: Proses analisis data dalam penelitian kualitatif model Miles & Huberman sebagaimana dikutip oleh Amri Darwis seperti dibawah ini.

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti baik sebelum penelitian, pada saat penelitian dan bahkan diakhir penelitian. Pada awal penelitian, peneliti melakukan studi preliminary (pra riset) untuk pembuktian awal. Kemudian berlanjut pada saat peneliti melakukan riset yang sebenarnya guna mengumpulkan data-data yang dibutuhkan.

2. Reduksi Data

Ketika semua data sudah terkumpul, tahap selanjutnya adalah menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan⁶. Reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (script) yang akan dianalisis. Hasil wawancara, hasil observasi, hasil dokumentasi, dan kuesioner diubah menjadi bentuk tulisan (script) sesuai dengan formatnya masing-masing.

3. Display Data

Setelah semua data telah diformat berdasarkan instrumen pengumpul data dan telah berbentuk tulisan (script), langkah selanjutnya adalah melakukan display data. Display data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas kedalam suatu matriks kategorisasi sesuai tematemanya yang sudah

⁶Emzir, Analisis Data: *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal.

dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut kedalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana.

4. Kesimpulan/ Verifikasi

Kesimpulan / Verifikasi merupakan tahap akhir dalam rangkaian analisis data kualitatif milik Miles dan Huberman. Kesimpulan menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan dan mengungkap apa dan bagaimana dari temuan penelitian tersebut.

F. Validasi Data

Dalam penelitian kualitatif ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengembangkan validitas data atau mengecek keabsahan data. Dalam penelitian ini peneliti mengecek keabsahan data dengan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data-data yang sudah diperoleh dari satu sumber kepada sumber yang lain agar tercapai keabsahan data.⁷

Triangulasi merupakan suatu teknik yang mencari pertemuan pada satu titik tengah informasi dari data yang terkumpul guna pengecekan dan pembandingan terhadap data yang telah ada. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, yang berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Hal ini dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi,

⁷ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Data Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), hal 105.

membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatannya sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan sudut pandang, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Dengan kata lain, triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber.

Data yang diperoleh kemudian dideskripsikan dan dikategorisasikan sesuai dengan apa yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut. Peneliti akan melakukan pemilahan data yang sama dan data yang berbeda untuk dianalisis lebih lanjut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PROFIL SMAN 10 REJANG LEBONG

1. Sejarah Sekolah

SMA Negeri 10 Rejang Lebong Merupakan sekolah menengah atas yang berada di kota padang dan merupakan kecamatan paling ujung Kabupaten Rejang Lebong, nomor NPSN 10700670 dan NPWP 00.297.073.9-327.000. SMA Negeri 10 Rejang Lebong didirikan pada tahun 1998, berlokasi di Jalan Lintas PJKA Kotapadang. Tahun demi tahun SMA Negeri 10 Rejang Lebong selalu mengalami perkembangan/kemajuan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas

2. Letak Geografis

Kabupaten rejang lebong adalah salah satu kabupaten yang berasal dari provinsi Bengkulu, Indonesia. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.515,76 km². Kota Padang merupakan salah satu kecamatan yang berada di Rejang Lebong yang merupakan perbatasan antara Kabupaten Rejang Lebong dengan Sumatera Selatan / Lubuk Linggau. Sekolah ini memiliki luas tanah 14.730 m², yang terletak di Jalan Lintas PJKA Kota Padang.

3. Struktur Organisasi

TABEL 4.1
STRUKTUR ORGANISASI SMA NEGERI 10 REJANG LEBONG
TAHUN PELAJARAN 2022-2023

No	Nama	Nip	Jabatan
1	Budi Harto,S.Pd. M.Pd	196706242005021001	Kepala Sekolah
2	Bihin Hs, S.Pd.	-	Ketua Komite
3	Burhannudin, S.Pd.	198210052006041011	Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum
4	Lioni Fowaka, S.Sos., M.Pd.	197912102010012001	Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan
5	Leni Marlina, S.Ag., S.H., M.H.I	197601082006042019	Wakil Kepala Sekolah Bidang Sarpras
6	Mardika Sulistia Rini, S.Pd.I.	198703062011012000	Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas
7	Rembulan Sri Rejeki, S.H.	-	Kepala Tata Usaha

1. Visi, Misi, Tujuan dan Motto Sekolah

a. Visi Sekolah

Visi SMA Negeri 10 Rejang Lebong adalah menciptakan peserta didik dan sekolah yang bersih, serasi, indah, asri, dan religius. Visi SMA Negeri 10 Rejang Lebong adalah menciptakan peserta didik dan sekolah yang bersih, serasi, indah, asri, dan religius. Visi SMA Negeri 10 Rejang Lebong ini mencerminkan dorongan kuat yang akan menumbuhkan inspirasi, semangat dan komitmen bagi *stakeholder*. Indikator :

1. Mendorong aktifitas dan kreatifitas secara optimal kepada seluruh komponen sekolah terutama para siswa
2. Mengoptimalkan pembelajaran dalam rangka meningkatkan keterampilan siswa supaya mereka memiliki prestasi yang dapat dibanggakan.
3. Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif sehingga kecerdasan siswa terus diasah agar terciptanya kecerdasan intelektual dan emosional yang mantap.
4. Antusias terhadap perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Menanamkan cinta kebersihan dan keindahan kepada semua komponen sekolah.
6. Menimbulkan penghayatan yang dalam dan pengalaman yang tinggi terhadap ajaran agama (Religi) sehinggakan tercipta kematangan dalam befikir dan bertindak.

b. Misi Sekolah

Menyelenggarakan pendidikan secara professional, inovatif dan selalu berupaya meningkatkan pelayanan dan kepuasan stake holder . Untuk mewujudkan misi yang telah dirumuskan maka langkah-langkah nyata yang harus dilakukan oleh sekolah adalah :

1. Mendorong aktifitas dan kreatifitas secara optimal kepada seluruh komponen sekolah terutama para siswa

2. Mengoptimalkan pembelajaran dalam rangka meningkatkan keterampilan siswa supaya mereka memiliki prestasi yang dapat dibanggakan.
3. Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif sehingga kecerdasan siswa terus diasah agar terciptanya kecerdasan intelektual dan emosional yang mantap.
4. Antusias terhadap perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Menanamkan cinta kebersihan dan keindahan kepada semua komponen sekolah.
6. Menimbulkan penghayatan yang dalam dan pengalaman yang tinggi terhadap ajaran agama (Religi) sehingga tercipta kematangan dalam bafikir dan bertindak.

c. Tujuan Jangka Panjang Sekolah

- a. Perolehan Nilai Ujian Nasional rata-rata naik memenuhi standar kelulusan
- b. Memiliki kegiatan ekstra kurikuler yang maju dan berprestasi disegala bidang
- c. Terwujudnya disiplin yang tinggi dari seluruh warga sekolah.
- d. Terwujudnya suasana pergaulan sehari-hari yang berlandaskan keimanan dan ketaqwaan.

Terwujudnya manajemen sekolah yang transparan dan partisipatif, melibatkan seluruh warga sekolah dan kelompok kepentingan yang terkait.

d. Motto Sekolah

Terwujudnya lingkungan sekolah yang bersih, indah, resik dan asri.

d.Motto Motto Sekolah adalah “BERSINAR” yang berarti:

BER= BERSih,

SI= seraSI,

N= iNdah,

A= Asri, dan

R= Religius.

Motto tersebut mencerminkan sebuah doa dari seluruh masyarakat sekolah dan daerah Kotapadang mudah-mudahan SMA Negeri 10 Rejang Lebong dapat dan selalu bersinar di manapun berada.¹

4. Keadaan Guru dan Siswa

a. Pendidik Dan Tenaga Kependidikan

TABEL 4.2

Keadaan Guru SMAN 10 Rejang Lebong

PNS		J U M L A	HONORER			J U M L A	TOTA L
Jenis kelamin/golongan			G T	T U	S A T P		
LAKI LAKI	PEREMPUAN						

¹ Dokumentasi, visi, misi dan tujuan SMAN 10 Rejang Lebong, 2022/2023

IIIc	Iva	IVb	IIIId	Iva	P3K	H	T		A M	H	
1	3	1	2	3	2	12	35	1	2	38	50

S2 : 4

S1 : 35

DIII : 2

SMA : 9

b. Peserta Didik 3 Tahun Terakhir

Jumlah siswa dalam 3 tahun terakhir, tahun ajaran 2020/2021 sebanyak 545, dengan jumlah 263 laki-laki dan 282 perempuan, tahun ajaran 2021/2022 sebanyak 583 dengan jumlah 280 laki-laki dan 303 perempuan, tahun ajaran 2022/2023 sebanyak 539 dengan jumlah 282 laki-laki dan 257 perempuan.²

5. Sarana dan Prasarana SMA Negeri 10 Rejang Lebong

Tanah sekolah sepenuhnya milik negara. Luas areal seluruhnya 14.730 m². Lingkungan sekolah dikelilingi oleh pagar beton.

TABEL 4.3

Keadaan Sarana SMAN 10 Rejang Lebong

No.	Jenis Sarana	Kepemilikan	Jumlah	Keadaan
A.	Nonelektronik			
1.	Meja Siswa	Hak Milik	550	Baik
2.	Kursi Siswa	Hak Milik	550	Baik
3.	Meja Guru	Hak Milik	30	Baik

² Dokumentasi, keadaan guru, siswa dan karyawan SMAN 10 Rejang Lebong, 2022/2023

4.	Kursi Guru	Hak Milik	30	Baik
5.	Meja Pegawai	Hak Milik	14	Baik
6.	Kursi Pegawai	Hak Milik	14	Baik
7.	Meja Kepsek	Hak Milik	1	Baik
8.	Kursi Kepsek	Hak Milik	1	Baik
9.	Kursi dan Meja Tamu	Hak Milik	3	Baik
10.	Papan Tulis Siswa	Hak Milik	17	Baik
11.	Papan Pengumuman	Hak Milik	4	Baik
12.	Papan Agenda	Hak Milik	5	Baik
13.	Papan Slogan	Hak Milik		Baik
14.	Lemari	Hak Milik		Baik
15.	Rak Buku	Hak Milik		Baik
16.	Meja Baca	Hak Milik		Baik
17.	Karpet	Hak Milik		Baik
18.	Tempat Sampah	Hak Milik		Baik
19.	Jam Dinding	Hak Milik	1	Baik
20.	Timba Air	Hak Milik	2	Baik
21.	Tedmon Air	Hak Milik	1	Baik
22.	Gayung	Hak Milik	10	Baik
23.	Peralatan Dapur	Hak Milik	1 set	Baik
24.	Ranjang Pasien	Hak Milik	2	Baik
25.	Tandu	Hak Milik	2	Baik
26.	Tangga Ranjang Pasien	Hak Milik	1	Baik
27.	Timbangan Badan	Hak Milik	1	Baik

28.	Hordeng Pintu	Hak Milik	1	Baik
29.	Hordeng Jendela	Hak Milik		Baik
30.	Hordeng Pembatas Pasien	Hak Milik	1	Baik
31.	Taplak Meja	Hak Milik		Baik
32.	Meja Rapat	Hak Milik	1	Baik
33.	Kursi Rapat	Hak Milik	200	Baik
34.	Meja Komputer	Hak Milik		Baik
35.	Kursi Komputer	Hak Milik		Baik
36.	Cermin	Hak Milik		Baik
B.	Elektronik			
1.	Komputer	Hak Milik	105	Baik
2.	Laptop	Hak Milik	3	Baik
3.	Amplifier	Hak Milik	1	Baik
4.	Salon Pengeras Suara	Hak Milik	2	Baik
5.	Toa Besar	Hak Milik	2	Baik
6.	Toa Kecil (Baterai)	Hak Milik	1	Baik
7.	Toa Sedang	Hak Milik	6	Baik
8.	Kipas Angin	Hak Milik		Baik
9.	Fingerprint	Hak Milik	1	Baik
10.	CCTV	Hak Milik	3	Baik
11.	Bel TU	Hak Milik	1	Baik
12.	Infokus	Hak Milik	2	Baik
13.	Sanyo	Hak Milik		Baik

TABEL 4.4

Keadaan Prasarana SMAN 10 Rejang Lebong

Prasarana	Jumlah	Ukuran	Keadaan
Ruang Kepala Sekolah	1		Baik
Ruang Wakil Kepsek dan	1		Baik
Ruang Guru	1		Baik
Ruang Kelas	17		12 Baik & 5 Rusak
Laboratorium Kimia	1		Baik
Laboratorium Fisika	1		Baik
Laboratorium Biologi	1		Kurang Baik
Laboratorium Komputer	1		Baik
Perpustakaan	1		Baik
Mushollah	1		Baik
Ruang Bendahara SPP	1		Kurang Baik
Ruang Alat Olahraga	1		Kurang Baik
Lapangan	1		Kurang Baik
Ruang UKS	1		Baik
Ruang BP/BK	1		Kurang Baik
Dapur Sekolah	1		Baik
WC dan Kamar Mandi	7		Baik
WC dan Kamar Mandi	2		Baik
Gudang Peralatan Rusak	1		Baik
Gudang ATK	1		Baik
Rumah Penjaga Sekolah	1		Baik
Pos Jaga Belakang	1		Baik
Pos Jaga Depan	1		Baik
Perumahan Guru	1		Baik
Ruang Koperasi	1		Baik
Kantin	4		Baik
Tempat Parkir	2		Baik
Panggung Demonstrasi	1		Baik
Gerbang	3		Baik
Pagar Beton			Baik
Sumur	2		Baik
Sanitasi/PAM			Baik
Jalan			Baik
Papan Nama Sekolah	1		Baik
Tiang Bendera	2		Baik

B. Hasil Penelitian

Berbagai upaya dilakukan oleh SMAN 10 Rejang Lebong dalam menghadapi persaingan agar tidak kalah bersaing dengan sekolah lain di era saat ini. Dengan adanya upaya kepala sekolah dalam membangun brand image yang dilakukan akan menimbulkan persepsi baik atau tidak baik dari masyarakat. Maka dari itu SMAN 10 Rejang Lebong menerapkan beberapa upaya untuk membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan.

1. Upaya kepala sekolah dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan

Dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing suatu lembaga pendidikan pastinya ada upaya-upaya yang dilakukan oleh kepala sekolah. Oleh sebab itu peneliti mengungkap berdasarkan hasil wawancara bahwa bapak Budi Harto S.Pd, M.pd selaku kepala sekolah mengartikan brand image sebagai berikut.

Brand image merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan disuatu lembaga pendidikan, karena ketika suatu sekolah berhasil membuat image yang baik maka sekolah tersebut telah berhasil mendapatkan kepercayaan masyarakat, nah kepercayaan inilah yang harus kita jaga. Dan untuk menjaga brand image tersebut kita membutuhkan upaya-upaya agar kedepannya kita tidak butah arah.³

Hal ini senada dengan yang disampaikan ibu Ira Rahmawati,S.Pd.I bahwasanya “Brand Image merupakan hal yang sangat penting karena jika kita memiliki image yang baik maka image tersebut sangat berpengaruh

³ Budi Harto(Kepala Sekolah),wawancara, 21 November 2022.

terhadap kepercayaan orang tua dilingkungan sekitar untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut”.⁴

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwa brand image merupakan hal penting, brand merupakan janji yang diberikan sekolah kepada masyarakat sedangkan image merupakan kepercayaan dari masyarakat yang harus kita jaga. Karena brand image merupakan hal yang penting maka kita memerlukan langkah-langkah yang harus dilakukan.

Adapun upaya yang kita lakukan adalah membangun kepercayaan, dan berusaha mendapatkan dukungan. hal ini bertujuan untuk memudahkan kita dalam membangun brand image. Selanjutnya kita mencari perbedaan yang dimiliki SMAN 10 Rejang Lebong dengan lembaga pendidikan lainnya. Hal ini tidak berdampak secara langsung dalam membangun brand yang bagus. Tetapi ini merupakan langkah awal dan ber jangka panjang. Apabila kita sudah mendapatkan posisi yang tepat maka kita akan mudah dalam mengatur siswa menjadi lebih unggul. Apabila siswa unggul maka akan menciptakan daya saing dan image yang bagus.⁵

Dari hasil wawancara diatas ternyata upaya yang dilakukan SMAN 10 Rejang Lebong merupakan upaya jangka panjang dan memerlukan waktu yang lama. Yaitu dengan membangun kepercayaan dan mendapatkan dukungan. Selanjutnya dengan memposisikan diri menjadi berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya maka akan mempermudah dalam menentukan langkah-langkah yang akan ditempuh kedepannya. Karena perbedaan yang mendasar maka akan mempermudah dalam proses branding.

⁴ Ira Rahmawati(Guru Pai) Wawancara,Senin 19 Desember 2022

⁵ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara, Senin 21 November 2022

SMAN 10 Rejang Lebong mengakui adanya persaingan, oleh sebab itu SMAN 10 Rejang Lebong terus menciptakan program-program yang belum tentu dimiliki oleh sekolah lain. Dengan adanya perbedaan tersebut maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi SMAN 10 Rejang Lebong. Sehingga banyak masyarakat yang memberikan kepercayaan dan dukungan. Upaya ini terbukti sukses karena banyaknya siswa-siswi yang bersekolah disana.

Dari hasil wawancara di atas, terlihat jelas bahwa strategi *positioning* dan *differentiating* tersebut harus di *didukung* dengan *brand*, *service* dan proses.

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwa membangun dan menjaga *brand image* merupakan hal yang penting. Oleh karena itu, perlu langkah-langkah agar *brand* semakin baik dan tetap terjaga. Adapun upaya yang digunakan SMAN 10 Rejang Lebong yaitu *positioning*, *differentiating*, dan di *dukung* dengan *brand service* proses.

Membangun *brand image* memerlukan waktu yang tidak sebentar begitupun hasilnya juga tidak sertamerta terlihat begitu saja, sehingga langkah-langkah yang di terapkan merupakan langkah-langkah yang bersifat strategis dan jangka panjang. Upaya membangun *brand image* di SMAN 10 Rejang Lebong antara lain :

a. Positioing

Positioning adalah upaya membangun dan mendapatkan kepercayaan masyarakat. *positioning* adalah penentu keberadaan *brand image*.

Memposisikan diri itu sangat penting, memposisikan diri adalah tahap awal dalam membangun *brand image*. Karena *memposisikan* diri adalah titik awal yang akan menjadi acuan dalam menentukan *brand image*. Kalau awalnya sudah keliru maka akan keliru selanjutnya begitupun sebaliknya. Dalam hal ini SMAN 10 Rejang Lebong memposisikan diri sebagai sekolah yang Bersinar Bersih, Serasi, Indah, Asri dan Religius. Seperti halnya SMAN 10 Rejang Lebong Ini Unggul dalam bidang kebersihan, keasrian, keindahan keasrian dan religius dan kita juga memposisikan diri kita sebagai sekolah yang terjangkau biaya lainnya”.

SMAN 10 Rejang Lebong memposisikan diri sebagai sekolah yang Bersinar Bersih, Serasi, Indah, Asri dan Religius. Hal ini senada dengan pemaparan waka humas Mardika Sulistia Rini, S.Pd.I. berikut ini:

memposisikan diri adalah tahap pertama dalam membangun *brand image*. Karena posisi ini akan mengarahkan kita untuk kedepannya harus bagaimana. Kami memposisikan sekolah ini sebagai sekolah yang berprestasi baik dari segi akademik maupun non akademik. meskipun lokasi SMAN ini terletak di perdesaan.⁶

Dari hasil wawancara diatas bahwa SMAN 10 Rejang Lebong memposisikan diri sebagai sekolah yang Bersinar Bersih, Serasi, Indah, Asri dan Religius dan unggul dalam bidang akademik maupun non akademik. *Positioning* sangat penting, karena *positioning* adalah langkah awal dalam membangun sebuah *brand image*.

b. Differentiation

Positioning adalah janji sekolah kepada siswa, wali murid dan masyarakat. Karena *positioning* adalah janji maka harus ditepati, kalau sampai tidak ditepati maka habislah *brand imagenya*. Untuk memenuhi janji tersebut maka harus di penuhi dengan *differensiasi* yang kukuh, lembaga boleh berjanji

⁶ Mardika Sulistia Rini(Waka Humas),Wawancara, senin 9 Januari 2023

apa saja namun harus ditepati karena kalau tidak taruhannya adalah *brand imagenya* akan hancur, sebaliknya kalau janji itu didukung dengan *differensiasi* yang kuat maka *brand imagenya* akan harum dan kukuh.

Hal ini senada seperti yang di sampaikan oleh bapak Budi Harto,S.Pd, M.Pd “SMAN 10 Rejang Lebong memiliki *differensiasi* yang belum di miliki lembaga lain guna membangun sebuah *brand image*. *Differensiasi* tersebut tidak hanya dilakukan oleh siswa saja namun juga dilakukan oleh para pegawai yang ada di sini baik kepala sekolah,guru dan staf. *Differensiasi* tersebut antara lain, setiap guru mempunyai 1 bunga yang harus di pelihara setiap harinya. Sesuai dengan motto sekolah Bersinar, bersih,serasi,indah,asri dan religius selain itu kami juga memiliki berbagai jenis ekstarkulikuler, harga dan lokasi”.⁷

Sama halnya dengan apa yang disampaikan oleh ibu Lioni Fowaka, S.Sos., M.Pd. selaku waka kesiswaan “ yang menjadi daya tarik SMA kita adalah karena lembaga pendidikan kita merupakan lembaga pendidikan tertua antar dua kecamatan yakni kecamatan SBI dan SBU otomatis guru disekolah kita lebih banyak dan banyak guru-guru senior nya.”⁸

Dari pemaparan di atas upaya yang di lakukan SMAN 10 Rejang Lebong untuk membangun *brand image* adalah dengan memperkuat imagenya dibanding lembaga lain, baik dari segi produknya,harga,tenaga pendidik dan lokasi Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Bina prestasi

Yaitu siswa yang berprestasi baik disegi akademik, olimpiade/bidang studi, maka akan mendapat kan reward brupa bebas biaya ipp selama 6 bulan

⁷ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara, Senin 22 November 2022

⁸ Lioni Fowaka(Waka Kesiswaan) Wawancara ,Selasa 10 Januari 2023

dan berbagai jenis hadiah lain nya. dan dipersiapkan dan diberi bimbingan khusus untuk mengikuti olimpiade-olimpiade berikutnya.

SMAN 10 Rejang Lebong ini telah banyak mengukir prestasi prestasi yang luar biasa dan satu-satu nya SMA yang lolos dari kabupaten rejang lebong dan salah satu SMAN yang lolos dalam babak penyisihan indonesian chemistry olimpiade tingkat nasional yang diikuti siswa siswi dari berbagai provinsi di indonesia dan alhamdulillah nya kita meraih juara 4 ditingkat nasional.⁹

2. Ekstrakurikuler

Program ini sama dengan program yang dimiliki lembaga lain secara umum. Akan tetapi, SMAN 10 Rejang Lebong mempunyai upaya untuk menjadikan program reguler ini berbeda dengan yang lainnya, yaitu menjadikan kegiatan ekstrakurikuler ini maju dan berprestasi dari segala bidang. pelayanan yang diberikan kepada mayoritas peserta didik dengan bimbingan dan pengembangan bakat akademik dan non akademik yang dilaksanakan dalam kegiatan ekstrakurikuler seperti olimpiade drum band, paskibra, kesenian, karate, pramuka, rohis, bimsik dan didukung dengan sepenuhnya oleh pihak sekolah.

Tidak hanya itu kami juga menyediakan ekstrakurikuler mata pelajaran yang bisa diikuti oleh seluruh siswa, supaya ketika nanti ada olimpiade – olimpiade kami sudah memiliki bekal.

SMAN 10 Rejang Lebong telah meraih banyak prestasi dalam bidang ekstrakurikuler ini, seperti juara 1 desain poster, juara 2 dan 3 karate, juara 3 drum band, juara 3 film pendek, tahun 2021-2022 kabupaten Rejang Lebong dan masih banyak lagi.¹⁰

⁹ Lioni fowaka(Waka Kesiswaan) Wawancara, Selasa 10 januari 2023

¹⁰ Lioni fowaka(Waka Kesiswaan) Wawancara, Selasa 10 januari 2023

Selain produk yang berbeda, SMAN 10 Rejang Lebong juga memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Letak yang strategis dan mudah dijangkau adalah tempat yang dicari masyarakat untuk menempatkan anak mereka agar mendapatkan pendidikan dengan rasa nyaman dan aman pada saat belajar. SMAN 10 Rejang Lebong sangatlah mudah ditemukan, letaknya yang berada di Jl. Lintas PJKA Kota Padang, serta akses jalan yang mudah membuat masyarakat dan calon peserta didik memilih sekolah di sini.

Saya memilih bersekolah di SMAN 10 rejang Lebong ini karena SMAN ini terkenal rapi bersih fasilitas yang memadai seperti ruang komputer, lapangan basket, lapangan futsal, lapangan badminton, dan ekstrakurikuler yang banyak, dan biaya yang juga terjangkau. Sekolah ini juga mendapatkan image yang baik dari orang tua saya sehingga orang tua saya mempercayakan saya untuk bersekolah di sini.¹¹

SMAN 10 Rejang Lebong terkenal dengan jargonnya BERSINAR, bersih, serasi, indah, asri dan religius. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh siswi SMAN 10 Rejang Lebong sebagai berikut.

Saya memilih sekolah di SMAN 10 Rejang Lebong ini karena tempat yang strategis, memiliki halaman sekolah yang luas, sekolah yang bersih, disiplin, rapi rindang dan bangunan yang juga bagus dan menarik, serta fasilitas yang lengkap. Dilingkungan sekolah juga terdapat tempat parkir yang luas, aman dan tidak hanya satu tempat. Jadi siswa maupun guru dan karyawan tidak khawatir dengan kendaraan yang mereka bawa ke sekolah.¹²

¹¹ Yayan Puspita Sari (Siswi) Wawancara, Rabu 23 November 2022

¹² Dika Permata (Siswi) Wawancara, Rabu 23 November 2022

c. Brand Service Proses

Kegiatan branding di SMAN 10 Rejang Lebong dilakukan dengan berbagai cara guna memperkuat *brand image* lembaga, melalui event-event keagamaan, seni teater mengikuti olimpiade, O2SN dan mengikuti even-even yang menumpuk prestasi. Kami juga melakukan Branding melalui sosial media seperti facebook dan youtube guna memperkenalkan SMAN ini kepada masyarakat.

Kalau yang tadi itu Upaya membangun *brand image* dari sistem dan produk, selain itu kita juga membranding benda-benda yang ada di lembaga pendidikan guna memperkuat *brand image* kita, seperti lukisan moral berisi pesan karakter yang ada di dinding dan pagar sekolah, penempatan berbagai piala di pintu masuk lembaga yang diharapkan mampu menciptakan image sekolah yang unggul dalam prestasi.¹³

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh ibu Lioni Fowaka selaku waka kesiswaan:

Kami melakukan beberapa cara personal branding, seperti pemasangan spanduk PPDB, spanduk kegiatan, kemudian melalui medsos, ibu selaku waka kesiswaan selalu mempublikasikan prestasi-prestasi positif yang diraih oleh SMAN 10 Rejang Lebong ini.¹⁴

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa setelah tata cara membangun *brand image* tersebut terbentuk dan berjalan, tentu harus diiringi dengan proses yang bagus dan minim kesalahan, dan juga pelayanan yang bagus.

Setelah semua dilakukan dengan baik dan maksimal langkah terakhir adalah memastikan semua sistem tersebut berjalan dengan *service* dan

¹³ Budi Harto (Kepala Sekolah) Wawancara, Selasa 22 November 2022

¹⁴ Lioni Fowaka (Waka Humas) \Wawancara, Selasa 10 Januari 2023

proses yang baik. Karena tanpa service yang baik dan proses yang baik maka semuanya akan sia-sia.¹⁵

Positioning yang kemudian didukung oleh *differensiasi* tadi haruslah dilakukan dengan proses yang baik, dan pelayanan yang bagus. Untuk prosesnya kita sudah terakreditasi B dan akan kita tingkatkan menjadi lebih baik dan untuk menjaga kualitas lulusan kita sudah ada divisi khusus yang bekerja untuk menjamin mutu, selain itu kita juga rutin mengerjakan laporan administrasi dan evaluasi sekolah.¹⁶

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Semua rencana dan Upaya yang matang akan sia-sia apabila tidak dilakukan dengan disiplin, tertib, tepat waktu dan diatur dengan baik. Oleh karena itu SMAN 10 Rejang Lebong selalu tertib dalam mengerjakan laporan administrasi, dan juga membuat tim khusus yang berguna untuk menjamin mutu lulusan dan mengontrol setiap program-program yang berjalan. Hal ini senada dengan apa yang dikatakan oleh bapak sarkawi selaku staf tata usaha SMAN 10 Rejang Lebong.

mengerjakan laporan administrasi sekolah adalah kewajiban kami, kami berusaha untuk memberikan pelayanan dan informasi terbaik untuk para guru, siswa dan orang tua siswa, seperti kami selalu mengirimkan laporan bulanan disetiap bulannya, mengecek data siswa yang masuk dan keluar dan menginventarisasi sarana dan prasarana yang ada disekolah ini.¹⁷

2. Faktor Pembentuk Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong

Berdasarkan hasil wawancara telah diketahui upaya membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan adalah dengan

¹⁵ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara,22 Selasa November 2022

¹⁶ Ibid

¹⁷ Sarkawi(Staf TU) Wawancara, Rabu 23 November 2022

menentukan *positioning* terlebih dahulu, setelah *positioning* adalah *differenting* yang di akhiri dengan *branding*.

Dalam membangun brand image untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan diperlukan suatu upaya yang di lakukan oleh kepala sekolah. Oleh sebab itu peneliti dapat menyatakan berdasarkan hasil observasi,wawancara dan dokumentasi bahwa kepala sekolah melakukan beberapa upaya terhadap beberapa faktor pembentuk brand image. Berikut adalah penjelasan terperinci sebagaimana berikut:

Berdasarkan hasil wawancara bahwa faktor pembentuk brand image suatu lembaga pendidikan yaitu: (1) pendidik dan tenaga kependidikan (2) akreditasi sekolah (3) prestasi siswa (4) kualitas lulusan (5) program unggulan sekolah (6) hubungan sekolah dengan masyarakat.

1. Pendidik dan tenaga kependidikan

Dalam mengembangkan brand image suatu lembaga pendidikan tidak dapat dibangun dengan sendiri maka guru dan kepala sekolah harus bekerja sama didalamnya.

Membangun suatu *image* atau nilai sekolah dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja profesionalitas kepala sekolah guru dan staf. Membangun image sekolah harus ada niat kesungguhan dan ke ikhlasan. Dalam meningkatkan kompetensi guru saya selalu mendukung guru-guru untuk selalu ikut serta dalam kegiatan webinar, pelatihan,uji sertifikasi dll. Di SMAN 10 Rejang Lebong ini juga saya selalu menegaskan untuk salam senyum dan sapa. Ketika guru senang kepala sekolah senang maka

siswa pun akan ikut senang, na inikan menambah image positif kita disetiap harinya.¹⁸

Dari pemaparan diatas peneliti dapat menjelaskan bahwa guru dan kepala sekolah memiliki peran yang sangat penting terhadap image suatu lembaga pendidikan, jika guru dan kepala sekolah memiliki profesionalitas yang tinggi dan kompetensi yang baik maka sekolah tersebut akan dapat berjalan sesuai dengan fungsi yang di harapkan. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh ibu Ira Rahmawati,S.Pd.I

Upaya yang dilakukan guru dalam membantu membangun image itu sangat banyak salah satu nya yaitu dengan menanamkan etika dan akhlak yang baik baik kepada sesama guru maupun kepada siswa siswi sehingga terbentuk etika yang baik dilingkungan masyarakat sehingga membuat atau membangun kepercayaan masyarakat bahwa SMAN 10 Rejang Lebong itu akan memberikan dampak yang baik kepada anak-anak mereka.¹⁹

Dari pemaparan di atas dapat pemateri jelaskan bahwa brand image itu juga tergantung pada sikap dan etika guru ketika guru memiliki sikap yang bagus etika yang baik maka sekolah tersebut akan mendapat kan image yang baik dari masyarakat sekitar. Mereka lebih percaya untuk menyekolahkan anak-anak mereka di SMAN 10 Rejang Lebong.

1. Akreditasi Sekolah

Sekolah yang berkualitas tentunya harus memenuhi Standar Nasional Pendidikan. Standar Nasional Pendidikan menjadi pendorong

¹⁸ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara, Selasa 22 November 2022.

¹⁹ Ira Rahmawati(Guru Pai) Wawancara,Senin 19 Desember 2022

dan dapat menciptakan suasana yang baik bagi pertumbuhan pendidikan dan memberikan arahan untuk evaluasi diri sekolah yang berkelanjutan, serta menjadi pemacu untuk terus berusaha mencapai mutu yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala SMAN 10 Rejang Lebong berikut:

Alhamdulillah di SMAN 10 Rejang Lebong mendapat akreditasi B, hal ini akan terus kami tingkatkan. Karena kami ingin menjadikan SMAN 10 Rejang Lebong ini menjadi sekolah yang unggul yaitu unggul dari berbagai bidang sesuai dengan visi sekolah kita.²⁰

Sehingga peneliti melihat bahwa salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan adalah akreditasi kelembagaan yang mana penggunaan instrumen akreditasi yang komprehensif dikembangkan berdasarkan standar yang mengacu pada SNP.

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwa akreditasi yang diraih SMAN 10 Rejang Lebong mendapat peringkat B. Hal ini membuktikan bahwa SMAN 10 Rejang Lebong ini telah mendapat pengakuan dan penilaian yang baik dari kelayakan dan kinerja. Kemudian dengan akreditasi B yang dimiliki oleh SMAN 10 Rejang Lebong menjadi salah satu pemacu kita untuk terus meningkatkannya menjadi lebih baik.

²⁰ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara, Selasa 22 November 2022.

2. Prestasi Siswa

SMAN 10 Rejang Lebong memiliki segudang prestasi baik akademik maupun non akademik dalam setiap tahunnya Sesuai dengan wawancara kepada bapak Budi Harto,S.Pd, M.Pd

prestasi di SMAN 10 Rejang Lebong dapat dikategorikan menjadi dua yaitu akademik dan non akademik. Untuk prestasi memang di SMAN 10 Rejang Lebong merupakan produk unggulan yang harus terus menerus dikejar. Dengan berbagai *reward* yang dikeluarkan ketika siswa memenangkan Olimpiade atau perlombaan. *Reward* tersebut bisa berupa uang piala ataupun bebas biaya sekolah atau biaya IPP. Hal ini ternyata mampu menumbuhkan semangat siswa untuk memenangkan di setiap kompetisi yang kemudian mengharumkan nama sekolah dan menciptakan kesan baik di masyarakat.²¹

Dari wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwa sekolah tidak menciptakan *brand image* begitu saja melainkan dengan penuh perjuangan dan upaya. Dari prestasi prestasi tersebut maka di mata masyarakat sekolah ini memiliki banyak prestasi yang positif dan unggul.hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh ibu Lioni Fowaka, S.Sos., M.Pd.“Untuk bidang prestasi SMAN 10 Rejang Lebong ini memang selalu kami pantau melalui pembinaan baik dari guru mapel atau pun dari kesiswaan sehingga nanti hasilnya akan optimal.”²²

Hal ini sesuai dengan hasil observasi penelitian dengan melihat berbagai macam piala yang dipajang di pintu masuk sekolahan didukung

²¹ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara, Selasa 22 November 2022.

²²Lioni Fowaka(Waka Kesiswaan)Wawancara, Selasa 10 Januari 2023

pula dengan hasil dokumentasi penelitian berupa foto piala-piala yang berjajar sebagaimana terlampir dalam lampiran. Prestasi dalam bidang non akademik menonjolkan pada aspek prestasi ekstrakurikuler seperti olahraga dan lain-lain.

TABEL. 4.5

PRESTASI SISWA/SISWI SMAN 10 REJANG LEBONG

No	Nama	Kelas	Juara / Prestasi	Cabang Perlombaan	Tingkat	Tahun
Akademik						
1	Angga Setiawan Fauzi	XII IPS 3	Juara 3	Olimpiade IPS Gemilang	Provinsi Bengkulu	2018
2	Rabbisama	XII IPS I	Harapan 3	Olimpiade IPS Gemilang	Provinsi Bengkulu	2018
3	Alam Betuah	XI IPA I	Juara 1	KSN(Astronomi)	Kab. Rejang Lebong	2020
4	Heti Sanjaya	XI IPA 2	Juara 1	KSN(biologi)	Kab. Rejang Lebong	2021
5	Arif Rahman Fissabilillah	XI IPA 2	Juara 3	KSN(Informatika)	Kab. Rejang Lebong	2021
6	Lisa Triana	X IPS 1	Juara 4	KSN(Informatika)	Kab. Rejang Lebong	2021
7	Sindia Permaisien	XI IPS 2	Juara 5	KSN(Informatika)	Kab. Rejang Lebong	2021
8	Alam Betuah	XI IPA 1	Juara 5	KSN(Astronomi)	Kab. Rejang Lebong	2021
9	Gema Bone	XI IPS 1	Peringkat	KSN(ekonomi)	Kab. Rejang	2021

			7)	Lebong	
10	Intan Sukma	X IPS 3	Peringkat 9	KSN (Kebumian)	Kab. Rejang Lebong	2021
11	Shafa Muthiah	X IPA 1	Peringkat 10	KSN(Astrono mi)	Kab. Rejang Lebong	2021
12	Suri Depi	X IPS 3	Peringkat 10	KSN (Kebumian)	Kab. Rejang Lebong	2021
13	Shafa Muthti,ah	XI Ipa 2	Juara 8	Astronomi	Kab. Rejang Lebong	2022
14	Muklis Rama	X IPA 1	Juara 4	Biologi	Kab. Rejang Lebong	2022
15	Muhammad Fadilla	X IPA 2	Juara 2	Fisika	Kab. Rejang Lebong	2022
16	Tiara Rahmawati	X IPA 1	Juara 4	Kimia	Kab. Rejang Lebong	2022
Non Akademik						
1	Ajib Tri Saputra	XI IPA 1	Juara 3	Cipta Puisi(FIS2N)	Provinsi Bengkulu	201 8
2	Lisdia Ernawati	XII IPA 2	Juara 2	Karate(O2SN)	Kab. Rejang Lebong	201 9
3	Novi Eliza	XII IPA 1	Juara 3	Karate(O2SN)	Kab. Rejang Lebong	201 9
4	Suryadi Pura	XII IPS 1	Juara 3	Lari 100m(O2SN)	Kab. Rejang Lebong	201 9
5	Yayang Pratama Aminula	XII IPS 1	Pengibar Bendera	Paskibra	Kab. Rejang Lebong	201 9
6	Ekskul Drumband		Juara 3	Drumband	Kab. Rejang Lebong	201 9
7	Ekskul		Juara 3	Qasidah	Kab. Rejang Lebong	201

	Kesenian					9
8	Ayu Lestari Fauzi	XI IPA 1	Juara 4	Film Pebdek	FLS2N Prov Bengkulu	202 0
9	Nanda Gusti Reza Putra S	XI IPA 2	Juara 4	Film Pendek	FLS2N Prov Bengkulu	202 0
10	Gema Bone	XI IPS 1	Peringkat 7	Baca Puisi	FLS2N Prov Bengkulu	202 0
11	Galuh Jatra Kusuma	XII IPA 1	Peringkat 10	Komik Digital	FLS2N Prov Bengkulu	202 0
12	Diki Wahyudi	X IPS 3	Juara 1	Desain Poster	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1
13	Silvita Sari	X IPA 2	Juara 2	Baca Puisi	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1
14	Ayu Lestari Fauzi	XI IPA 1	Juara 2	Film Pendek	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1
15	Rozi Yohanes	X IPA 1	Juara 2	Film Pendek	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1
16	Rangga Pandu Winata	XI IPS 4	Juara 3	Vokal Solo Putra	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1
17	Deti Kurnia	X IPS 1	Juara 3	Vokal Solo Putri	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1
18	Nanda Gusti Reza Puta S	X IPA 2	Juara 3	Monolog	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1
19	Karan Arde Nabsi	X IPS 1	Juara 3	Gitas Solo	FLS2N Kab.Rejang Lebong	202 1

Dari hasil dokumentasi prestasi siswa siswi SMAN 10 Rejang Lebong dapat peneliti jelaskan bahwa inilah yang menjadi salah satu faktor pendukung terbentuknya brand image yang baik, SMAN 10 Rejang Lebong ini Terbukti

Memiliki segudang prestasi baik dari segi akademik maupun non akademik. Namun hal ini tidak serta merta didapatkan dengan begitu saja melainkan dengan penuh perjuangan dan dukungan dari pihak sekolah.

d. Kualitas Lulusan

Lulusan SMAN 10 Rejang Lebong memiliki kualitas lulusan yang baik hal ini sesuai dengan wawancara kepala sekolah sebagai berikut.

Brand image suatu sekolah tidak hanya dilihat dari kualitas lembaga saja tapi juga hasil lulusan dari SMAN 10 Rejang Lebong itu sendiri. Saat ini kualitas lulusan SMAN 10 Rejang Lebong cukup baik banyak yang diterima di perguruan tinggi negeri dengan jalur SBMPTN. Bahkan pada tahun kemarin saja ada yang diterima di UNP di UNIB dan Belum lagi di perguruan tinggi lainnya. Seperti kita ketahui tidak semua siswa bisa lolos jalur SBMPTN karena hanya siswa yang berprestasi akademik yang baik yang mampu lolos.²³

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa *brand image* tidak hanya tercipta dari bagusnya lembaga pendidikan namun juga tercipta dari kualitas siswa yang dihasilkan. Siswa yang berkualitas dan memiliki daya sainglah yang mampu mengharumkan nama baik sekolah. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh bapak sarkawi sebagai berikut.

Kualitas lulusan yang dihasilkan SMAN 10 Rejang Lebong sudah terbilang baik karena mampu terserap oleh perguruan tinggi negeri maupun swasta. Selain itu juga banyak hasil lulusan SMAN 10 Rejang Lebong yang telah diterima di instansi pemerintahan negeri maupun swasta seperti Guru, anggota TNI, POLRI, dll. setelah lulus dari sekolah ini banyak alumni yang datang kembali untuk bersilaturahmi dan memberikan motivasi kepada adik-adik tingkatnya.²⁴

²³ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara, Selasa 22 November 2022.

²⁴ Sarkawi(Staf TU) Wawancara, Rabu 23 November 2022

Dari pemaparan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa dengan memperlihatkan kualitas lulusan di SMAN 10 Rejang Lebong merupakan salah satu faktor pembentuk *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan

e. Program unggulan sekolah

1. Bina prestasi

Yaitu siswa yang berprestasi baik disegi akademik, olimpiade/bidang studi, maka akan mendapat kan reward berupa bebas biaya ipp selama 6 bulan dan berbagai jenis hadiah lain nya. dan dipersiapkan dan diberi bimbingan khusus untuk mengikuti olimpiade-olimpiade berikutnya.

SMAN 10 Rejang Lebong ini telah banyak mengukir prestasi prestasi yang luar biasa dan satu-satu nya SMA yang lolos dari kabupaten rejang lebong dan salah satu SMAN yang lolos dalam babak penyisihan indonesian chemistry olimpiade tingkat nasional yang dikikuti siswa siswi dari berbagai provinsi di indonesia dan alhamdulillah nya kita meraih juara 4 ditingkat nasional.²⁵

Dari paparan diatas SMAN 10 Rejang Lebong telah banyak meraih prestasi baik dari tingkat kabupaten, provinsi dan tingkat nasional. Tetapi prestasi tersebut tidak serta merta didapatkan dengan begitu saja belainkan dengan pembinaan terhadap siswa siswinya. Hal ini juga disampaikan oleh ibu Mardika Sulistia Rini,S.Pd.Iselaku waka humas:

Kita juga menjalin kerja sama dengan berbagai pihak perguruan tinggi, supaya mempermudah anak-anak kita mendapatkan link dan informasi

²⁵ Lioni Fowaka(Waka Kesiswaan) Wawancara, Selasa 10 Januari 2023

dari perguruan tinggi tersebut. Kami juga membantu mendaftarkan anak-anak untuk masuk ke perguruan tinggi impian mereka.²⁶

2. Ekstrakurikuler

Program ini sama dengan program yang dimiliki lembaga lain secara umum. Akan tetapi, SMAN 10 Rejang Lebong mempunyai upaya untuk menjadikan program reguler ini berbeda dengan yang lainnya, yaitu menjadikan kegiatan ekstrakurikuler ini maju dan berprestasi dari segala bidang. Pelayanan yang diberikan kepada mayoritas peserta didik dengan bimbingan dan pengembangan bakat akademik dan non akademik yang dilaksanakan dalam kegiatan ekstrakurikuler seperti olimpiade drum band, paskibra, kesenian, karate, pramuka, rohis, bimsik dan didukung dengan sepenuhnya oleh pihak sekolah.

SMAN 10 Rejang Lebong telah meraih banyak prestasi dalam bidang ekstrakurikuler ini, seperti juara 1 desain poster, juara 2 dan 3 karate, juara 3 drum band, juara 3 film pendek, tahun 2021-2022 tingkat Provinsi dan kabupaten Rejang Lebong.²⁷

Dari hasil wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwa pihak sekolah memberikan bimbingan dan dukungan sepenuhnya kepada siswa untuk melakukan pengembangan bakat baik dari segi akademik maupun non akademik.

Selain menjadikan siswa unggul dalam bidang akademik maupun non akademik kami juga berusaha mewujudkan karakter siswa yang religius sesuai dengan motto sekolah dengan cara membuat program sholat duha

²⁶ Mardika Sulistia Rini (Waka Humas) Wawancara, Senin 9 Januari 2023

²⁷ Lioni Fawaka (Waka Kesiswaan) Wawancara, Selasa 10 Januari 2023

dan dan sholat zuhur berjamaah serta memberikan materi pembelajaran baca tulis al-quran.²⁸

Dari pemaparan diatas ternyata SMAN 10 Rejang Lebong tidak serta merta hanya mengejar kegiatan akademik maupun non akademik tetapi mereka juga membangun akhlak dan menanamkan sikap religius terhadap siswa.

f. Hubungan sekolah dengan masyarakat

Humas memiliki peran untuk menginformasikan aktifitas dan perkembangan sekolah kepada masyarakat disekitar lingkungan sekolah, seperti prestasi sekolah, program dan kegiatan sekolah harus di publikasikan secara transparan kepada masyarakat agar mendapatkan simpati dan citra positif dari banyak kalangan.

Hubungan sekolah dengan masyarakat harus dibangun dengan sebaik mungkin ketika hubungan itu terjalin dengan baik maka kita akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, mereka akan mendukung setiap kegiatan dan program – program yang kita lakukan. Ketika kita menjalankan amanah atau kepercayaan itu dengan baik maka kita akan mendapatkan image yang baik dari masyarakat²⁹.

Hal ini senada dengan apa yang di sampaikan oleh waka humas ibu mardika sulistia rini S.Pd.I: “Dalam hal ini kami berusaha semaksimal mungkin untuk membangun kerjasama yang baik antar sekolah dengan masyarakat sekitar, agar terwujudnya komunikasi yang baik dan kami mendapatkan kepercayaan dari mereka.”³⁰

²⁸ Ira Rahmawati(Guru Pai) Wawancara Senin 19 Desember 2022

²⁹ Budi Harto(Kepala Sekolah) Wawancara, Selasa 22 November 2022.

³⁰ Mardika Sulistia Rini(Waka Humas) Wawancara, Senin 9 Januari 2023

Dari hasil wawancara di atas dapat peneliti jelaskan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat harus terealisasi dengan baik agar mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat karena dari mereka inilah image suatu sekolah muncul, hingga mereka mempercayakan putra-putrinya untuk bersekolah di lembaga tersebut. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh bapak Sarkawi sebagai berikut.

SMAN 10 Rejang Lebong tidak hanya membangun hubungan yang baik dengan masyarakat tetapi juga dengan alumni-alumninya, hal ini terlihat dari banyaknya alumni-alumni yang diberi kesempatan untuk menjadi guru dan pegawai di SMAN 10 Rejang Lebong.³¹

Dari wawancara diatas dapat peneliti jelaskan bahwa pihak sekolah tidak hanya membangun hubungan baik dengan masyarakat tetapi juga dengan alumni-alumninya, SMAN 10 Rejang Lebong memberikan kesempatan kepada alumninya untuk berkarir di SMAN 10 Rejang Lebong ini.

B. Pembahasan

1. Analisis Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun *Brand Image* Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMA Negeri 10 Rejang Lebong

Berbagai upaya dilakukan oleh SMA Negeri 10 Rejang Lebong dalam menghadapi persaingan agar tidak kalah dengan sekolah lain di era yang modern

³¹ Sarkawi(Staf TU) Wawancara, Rabu 23 November 2022

ini. Dengan adanya upaya membangun *brand image* yang dilakukan, akan menimbulkan persepsi baik atau tidak baik dari masyarakat. Jika upaya dilakukan dengan baik, maka akan timbul citra yang baik begitupun sebaliknya. SMA Negeri 10 Rejang Lebong melakukan beberapa upaya untuk membangun *brand image*.

Upaya adalah suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai suatu maksud atau tujuan yang telah ditentukan. Menurut kamus besar bahasa indonesia pengertian usaha adalah usaha, ikhtiar(untuk mencapai suatu ,aksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar dan sebagainya).

Brand merupakan janji yang diberikan sekolah kepada masyarakat sebaliknya *image* yang baik merupakan suatu kepercayaan yang diberikan masyarakat, oleh karena itu untuk membangun dan menjaga *brand* tersebut tentu menggunakan upaya agar tidak buta arah dalam mencapai tujuannya. Dalam membangun *brand image* kita perlu melakukan 3 langkah dasar dalam membangun *brand image* demi terciptanya lembaga yang unggul dan berdaya saing, upaya yang pertama yaitu *positioning* yang bertujuan untuk menempatkan posisi lembaga kita berbeda dengan lembaga lainnya, selanjutnya yaitu *diferenting* yang berfungsi untuk membuat perbedaan yang mendalam dengan lembaga lain sehingga persaingan menjadi lebih mudah dan *branding* karena dengan *branding* maka pesan-pesan *brand* akan cepat tersalurkan ke pelanggan dan juga sekaligus memperkuat posisi dan *diferensiasi* yang di harapkan dapat membangun *image* yang baik, sehingga membuat lembaga memiliki daya saing.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hermawan Kartajaya bahwa *brand* adalah hasil dari semua upaya yang dilakukan terhadap sebuah produk, ketika kita menentukan STP (segmentasi, target dan posisi) dan diferensiasi serta didukung dengan *marketing mix* (strategi produk, harga, distribusi, promosi) dan selling, sebenarnya kita sedang membangun dan mengembangkan sebuah *brand*.³²

SMA Negeri 10 Rejang Lebong melakukan beberapa upaya dalam membangun brand image guna meningkatkan daya saing lembaga. Dalam membangun sebuah *brand image* memerlukan waktu yang tidak sebentar begitupun hasilnya juga tidak serta merta terlihat begitu saja, sehingga langkah-langkah yang diterapkan merupakan langkah-langkah yang bersifat jangka panjang. Upaya membangun brand image di SMAN 10 Rejang Lebong antara lain :

1. *Positioing*

Positioning adalah upaya membangun dan mendapatkan kepercayaan pelanggan atau masyarakat . *Positioning* adalah penentu keberadaan merk. SMA Negeri 10 Rejang Lebong memposisikan diri sebagai sekolah yang bersinar bersih,serasi,indah,asri dan religius serta berusaha unggul dibidang ekstrakurikuler dari segi apapun.

³² Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing* (Bandung : Penerbit Mizan, 2007), 13.

Teori ini disampaikan oleh Porter dalam bukunya Hermawan Kartajaya *marketing on positioning*, *positioning* adalah *core* nya strategi. Strategi adalah upaya untuk menghasilkan posisi yang unik dan *valuable* bagi pelanggan³³

Selain itu hermawan kartajaya dalam bukunya *marketing on brand* juga menjelaskan bahwa untuk membangun *positioning* yang tepat maka diperlukan 4 langkah, yaitu

- a. Alasan pelanggan untuk membeli
- b. Mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif pelanggan
- c. Bersifat unik
- d. Berkelanjutan dan relevan

Teori tersebut sesuai dengan *positioning* yang digunakan SMAN 10 Rejang Lebong, yaitu dengan menguatkan *brand* sekolah bersinar bersih indah asri serasi dan religius maka hal tersebut merupakan suatu alasan wali murid ingin menyekolahkan anaknya dengan bekal agama yang mumpuni namun hari-harinya tetap tinggal di rumah. Selain itu posisi tersebut SMAN 10 Rejang Lebong juga mencerminkan keunggulan kompetitif lembaga yaitu ekstrakurikuler yang unggul dalam segala bidang. sehingga hal ini merupakan strategi tersendiri untuk meningkatkan daya saing lembaga SMAN 10 Rejang Lebong.

³³ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing* (Bandung : Penerbit Mizan, 2007), 12.

Selain itu posisi SMAN 10 Rejang Lebong juga sesuai dengan teori pengertian *brand image* Philip Khotler tentang atribut, Sebuah merek menyampaikan atribut-atribut tertentu. SMAN 10 Rejang Lebong dengan *positioningnya bersinar bersih indah asri* serasi dan religius sudah cukup menyampaikan pesan bahwa SMAN 10 Rejang Lebong merupakan sekolah yang unggul dalam bidang kebersihan, kerapian, dan religius.

2. *Differentiation*

Positioning adalah janji lembaga kepada siswa, wali murid dan masyarakat. Karena *positioning* adalah janji maka harus ditepati, kalau sampai tidak ditepati maka *brand imagenya* akan buruk. Untuk memenuhi janji tersebut maka harus dipenuhi dengan *differensiasi* yang kukuh, lembaga boleh berjanji apa saja namun harus ditepati karena kalau tidak taruhannya adalah *brand imagenya* akan hancur, sebaliknya kalau janji itu didukung dengan *diferensiasi* yang kuat maka *brand imagenya* akan harum dan kukuh. Upaya SMAN 10 Rejang Lebong untuk membangun *brand image* adalah dengan memperkuat perbedaan dibanding lembaga lain, adapun perbedaanya yaitu dari segi produknya, produknya SMAN 10 Rejang Lebong bina prestasi dan ekstrakurikuler. Hal ini sesuai dengan teori manfaat merk oleh Keller, bahwa manfaat merk adalah sumber menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing. Sehingga dengan produk produk yang bagus dan berbeda maka akan membuat lembaga pendidikan SMAN 10

Rejang Lebong lebih unggul dalam dunia persaingan. Tidak semua lembaga bisa memberikan pembinaan dan reward terhadap siswa yang berprestasi serta memaksimalkan ekstrakurikuler mereka. Sehingga hal ini merupakan satu keunggulan kompetitif SMAN 10 Rejang Lebong.

Selain produk yang berbeda, SMAN 10 Rejang Lebong juga memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Tempatnya yang luas di lingkungan sekolah juga terdapat tempat parkir yang luas dan tidak hanya satu tempat. Sekolah juga terlihat asri karena banyaknya tanaman dan pepohonan hijau yang berada di halaman, tidak terlihat sampah berserakan di dalam kelas maupun di luar kelas. Sehingga terlihat jelas bahwa sekolah bersih dan juga asri, yang mana menjadikan semua siswa terasa nyaman saat belajar di lingkungan sekolah.

3. *Brand Service Proses*

Kegiatan *branding* di SMAN 10 Rejang Lebong dilakukan dengan berbagai cara guna memperkuat *brand image* lembaga, melalui *event-event* keagamaan, kegiatan-kegiatan *branding* pada objek mati/aset lembaga pendidikan juga dilakukan seperti lukisan moral berisi pesan karakter yang ada di pagar sekolah, penempelan pamflet yang berisi visi dan misi sekolah di berbagai sudut, penempatan berbagai piala di pintu masuk lembaga yang diharapkan mampu menciptakan *image* sekolah yang unggul dalam prestasi, serta dengan memposting kegiatan – kegiatan yang membangun prestasi di sosial media

seperti facebook dan youtube. Kegiatan *positioning*, *diferenting* dan *branding* tentu harus diiringi dengan proses yang bagus dan minim kesalahan, juga pelayanan yang prima.

2. Analisa Faktor-Faktor Pembentuk *Brand Image* untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong

a. Pendidik dan tenaga kependidikan

Dalam mengembangkan *brand image* suatu lembaga pendidikan tidak dapat dibangun dengan sendiri maka guru dan kepala sekolah harus bekerja sama didalamnya.

Membangun suatu *image* atau nilai sekolah dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja profesionalitas kepala sekolah guru dan staf. Membangun image sekolah harus ada niat kesungguhan dan keikhlasan. Dalam meningkatkan kompetensi guru saya selalu mendukung guru-guru untuk selalu ikut serta dalam kegiatan webinar, pelatihan, uji sertifikasi dll. Di SMAN 10 Rejang Lebong ini juga saya selalu menegaskan untuk salam senyum dan sapa. Ketika guru senang kepala sekolah senang maka siswa pun akan ikut senang, na inikan menambah image positif kita disetiap harinya³⁴.

³⁴ Budi Harto, wawancara, 22 November 2022.

Tentunya Sekolah yang berkualitas harus memenuhi standar nasional pendidikan. Standar nasional pendidikan akan menjadi pendorong dan bisa menciptakan suasana kondusif dan efektif dalam pertumbuhan pendidikan dan memberikan arahan dalam bentuk evaluasi diri sekolah yang berkelanjutan, serta sebagai penarik untuk terus berusaha mencapai mutu yang diinginkan.

b. Akreditasi Kelembagaan

Tentunya Sekolah yang berkualitas harus memenuhi standar nasional pendidikan. Standar nasional pendidikan akan menjadi pendorong dan bisa menciptakan suasana kondusif dan efektif dalam pertumbuhan pendidikan dan memberikan arahan dalam bentuk evaluasi diri sekolah yang berkelanjutan, serta sebagai penarik untuk terus berusaha mencapai mutu yang diinginkan. Sehingga peneliti melihat bahwa salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan adalah akreditasi kelembagaan yang mana penggunaan instrumen akreditasi yang komprehensif dikembangkan berdasarkan standar yang mengacu pada SNP.

Akreditasi yang diperoleh SMAN 10 Rejang Lebong adalah B. Hal ini membuktikan bahwa SMAN 10 Rejang Lebong telah mendapat pengakuan dan penilaian yang baik terhadap kelayakan dan kinerjanya. Kemudian dengan akreditasi B yang diperoleh menjadi salah satu pertimbangan bagi orang tua siswa untuk memasukkan putra-putrinya di

SMAN 10 Rejang Lebong. Dengan begitu maka terbentuk image positif dikalangan masyarakat.

Akreditasi kelembagaan merupakan salah satu faktor pembentuk *brand image*. Dengan adanya akreditasi pada sekolahnya, maka SMAN 10 Rejang Lebong . mendapat pengakuan dan penilaian yang baik terhadap kelayakan dan kinerja mereka. Hal ini merupakan salah satu bagian dalam kriteria elemen *brand image* dalam bentuk *protectability* artinya kelayakan atau kinerja kepala sekolah, guru, staf, maupun peserta didik terakui secara sah menurut hukum dan undang-undang yang berlaku.

c. Prestasi Siswa

Berdasarkan hasil penelitian bahwa prestasi siswa yang ada di SMAN 10 Rejang Lebong melalui prestasi akademik dan prestasi non akademik. Prestasi dalam bidang akademik dengan menunjukkan aspek prestasi siswa di kelas dengan mengikuti olimpiade-olimpiade. Sedangkan prestasi non akademik menonjolkan pada aspek prestasi ekstrakurikuler mereka .

Prestasi belajar di bidang pendidikan merupakan hasil dari pengukuran terhadap peserta didik yang meliputi faktor kognitif, afektif dan psikomotor setelah mengikuti proses pembelajaran yang diukur dengan menggunakan instrumen tes atau instrumen yang relevan. Dalam arti bahwa, prestasi seseorang bisa diukur melalui tiga ranah yakni ranah kognitif yang mencakup kegiatan mental (otak) yang berorientasi pada

kemampuan berfikir. Sedangkan ranah afektif, ranah yang berkaitan dengan sikap dan nilai. Yang terakhir ranah psikomotor, ranah yang berkaitan dengan keterampilan (skill). Ketiga ranah ini diukur dengan menggunakan instrumen yang pada akhirnya akan menentukan peserta didik dikatakan berprestasi atau tidak dalam proses pembelajaran.

Dari paparan di atas disimpulkan bahwa peserta didik dapat dikatakan berprestasi apabila memiliki kemampuan dalam menguasai ranah kognitif, afektif, psikomotorik yang diukur melalui instrumen tes ataupun non tes terhadap peserta didik setelah mengikuti proses pembelajaran dalam sebuah lembaga pendidikan.

Hal ini sesuai dengan teori faktor pembentuk *brand image* oleh Shiffmna dan Kanuk tentang Kualitas atau mutu, bahwa salah satu faktor pembentuk *brand image* yang positif adalah kualitas atau mutu yang di tawarkan oleh lembaga pendidikan. Dalam hal ini siswa SMAN 10 Rejang Lebong telah banyak memperoleh prestasi baik dalam bidang akademik maupun bidang non akademik. prestasi tersebut tentu tidak di dapatkan dengan begitu saja namun melalui proses yang panjang. sehingga prestasi tersebut mampu mengharumkan nama sekolah dan otomatis membuat *image* positif untuk sekolah.

d. Kualitas Lulusan

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa SMAN 10 Rejang Lebong benar-benar memperhatikan kualitas lulusan yang dihasilkan supaya dapat diterima pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi ataupun pada dunia kerja. Sehingga terbentuklah *brand image* melalui kualitas lulusan itu sendiri. Mengingat bahwa *image* lembaga pendidikan salah satunya dibangun melalui kualitas lulusan.

Mengingat kenyataan yang ada pada saat ini menunjukkan mutu lulusan pada lembaga pendidikan tidak selalu dapat diterima dan mampu untuk bekerja sebagaimana yang diharapkan dunia kerja. Hal ini sesuai dengan teori faktor-faktor pembentuk *brand image* Schiffman dan Kanuk mengenai Kualitas atau mutu, karena proses seleksi masuk SMAN 10 Rejang Lebong mengedepankan kualitas bukan kuantitas, maka hal ini sudah menjadi modal awal yang bagus, dengan masuknya siswa yang berkualitas dan ditunjang dengan sistem pembelajaran yang bagus, maka besar kemungkinan lulusan dengan kualitas terbaik didapat. Dengan lulusan-lulusan yang unggul seperti ini otomatis telah mampu mendorong *image* sekolah menjadi lebih baik lagi.

Brand image tidak hanya dilihat dari keunggulan yang dibangun sekolah, akan tetapi kualitas lulusan di SMAN 10 Rejang Lebong menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* sekolah. Kemudian dapat dilihat dari rata-rata lulusan dari SMAN 10 Rejang Lebong diterima di perguruan

tinggi favorit negeri maupun swasta. Agar memperoleh kualitas lulusan yang bagus maka diperlukan 4 hal yang saling berkaitan yaitu kerja sama tepat waktu dengan semua pihak, fasilitas yang memadai dan program dan sistem yang mendukung. Hal ini sesuai dengan rahmad krisyanto dalam bukunya *public relation* berikut ini. *Image* lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, adapun area yang dimaksud yaitu:³⁵

- a. Produk (kualitas lulusan).
- b. Kerjasama, tepat waktu, keahlian yang beragam, semangat keanggotaan.
- c. Ruang kantor, ruang informasi, laborat.
- d. Iklan, hubungan perseorangan, brosur, program-program identitas lembaga
- e. Kegiatan Unggulan Sekolah

Kegiatan-kegiatan unggulan sekolah yang dibentuk dan dijalankan oleh panitia yang ada di SMAN 10 Rejang Lebong merupakan salah satu wadah dalam mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Masyarakat terkadang tidak selalu puas hanya dengan beberapa kegiatan yang disajikan pihak sekolah namun menuntut lebih banyak diadakannya kegiatan. Mengingat *image* akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain.

³⁵ Rachmat Kriyanto, *Public Relation Writing: Membangun Publik Relation Citra Corporate* (Jakarta: membangun Kencana, 2008), hal 11.

Brand bisa dibangun dengan sering mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar seperti pameran, kunjungan sosial, kerja bakti, *study* lapangan. Bisa juga dengan membuat spanduk yang diletakkan di jalan berisi prestasi siswa-siswinya. Hal ini bagus untuk membangun *image* sekolah memiliki kegiatan dan prestasi yang diunggulkan.

Kemampuan membangun *brand image* sekolah sangat penting agar pihak luar terutama masyarakat mengenal dengan baik sekolah tersebut. Hal ini sesuai dengan faktor-faktor pembentuk *brand image* schiffman dan kanuk tentang manfaat dan pelayanan. SMAN 10 Rejang Lebong merupakan sekolah yang sering mengadakan kegiatan-kegiatan maupun perlombaan-perlombaan yang melibatkan sekolah lain dan masyarakat umum. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan suatu wadah untuk menyalurkan dan mengekspresikan bakat-bakat yang di miliki oleh siswa dari lembaga lain maupun masyarakat umum. Terkadang tidak semua kegiatan-kegiatan sekolah yang dilakukan di SMAN 10 Rejang Lebong bisa terlaksana dengan maksimal, oleh karenanya lembaga pendidikan perlu mengevaluasi diri apakah pelayanan yang diberikan kepada publik memuaskan atau tidak.

Dari pendapat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa, SMAN 10 Rejang Lebong setidaknya melakukan evaluasi diri apakah sudah mampu memberikan pelayanan maksimal kepada publik atau perlu ditingkatkan lagi. Karakter masyarakat dalam memahami lembaga pendidikan maju atau tidak sangat beragam. Ada yang merasakan pelayanan pendidikan puas, bagus ataupun

masih banyak yang kurang. Sehingga dari kenyataan ini seluruh karyawan perlu mengetahui bagaimana citra lembaga pendidikan pada umumnya agar bisa diperbaiki secara bersama-sama.

f. Hubungan dengan masyarakat

fungsi humas ialah mengatur berbagai kegiatan dalam bidang hubungan masyarakat serta sebagai wahana untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara lembaga pendidikan dengan masyarakat.

Humas memiliki peran untuk menginformasikan aktifitas dan perkembangan sekolah kepada masyarakat disekitar lingkungan sekolah, seperti prestasi sekolah, program dan kegiatan sekolah harus di publikasikan secara transparan kepada masyarakat agar mendapatkan simpati dan citra positif dari banyak kalangan.

Kemampuan membangun *brand image* sekolah sangat penting agar pihak luar terutama masyarakat mengenal dengan baik sekolah tersebut. Hal ini sesuai dengan faktor-faktor pembentuk *brand image* schiffman dan kanuk tentang manfaat dan pelayanan. SMAN 10 Rejang Lebong merupakan sekolah yang sering mengadakan kegiatan-kegiatan maupun perlombaan-perlombaan yang melibatkan sekolah lain dan masyarakat umum. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan suatu wadah untuk menyalurkan dan mengekspresikan bakat-bakat yang di miliki oleh siswa dari lembaga lain maupun masyarakat umum.

Dari pendapat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa, SMAN 10 Rejang Lebong sudah memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Karakter masyarakat dalam memahami lembaga pendidikan maju atau tidak sangat beragam. Ada yang merasakan pelayanan pendidikan puas, bagus ataupun masih banyak yang kurang. Sehingga dari kenyataan ini hubungan sekolah dengan masyarakat harus terealisasikan dengan baik agar lembaga pendidikan pada umumnya agar bisa diperbaiki secara bersama-sama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusan masalah dan pembahasan upaya kepala sekolah dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan SMAN 10 Rejang Lebong dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan ada 3, yaitu: 1) *positioning*, adapun *positioningnya* adalah bersinar, bersih indah asri serasi dan religius. *Positioning* tersebut mampu mencerminkan keunggulan kompetitif SMAN 10 Rejang Lebong yang merupakan sekolah yang bersinar dan ekstrakurikuleranya unggul dalam segala bidang. 2) *Diferenting*, adapun perbedaan yang diunggulkan SMAN 10 Rejang Lebong untuk meningkatkan daya saing adalah dari segi produknya, adalah bina prestasi dan ekstrakurikuleranya serta banyak terdapat guru-guru seniornya. 3) *Brand Service Procces*, kegiatan *branding* di SMAN 10 Rejang Lebong dilakukan dengan berbagai cara untuk memperkuat *brand image* lembaga, melalui *event-event* keagamaan, kegiatan-kegiatan *branding* seperti lukisan moral dinding sekolah poster berisi pesan karakter yang ada di dinding dan pagar sekolah, penempelan pamflet yang berisi visi dan misi sekolah, penempatan berbagai piala di pintu masuk serta dengan memposting kegiatan-kegiatan yang membangun prestasi disosial media seperti

facebook dan youtube yang diharapkan mampu menciptakan *image* sekolah yang unggul dalam prestrasi. Faktor pembentukan *brand image* sekolah, meliputi: (1) pendidik dan tenaga kependidikan (2) akreditasi sekolah (3) prestasi siswa (4) kualitas lulusan (5) program unggulan sekolah (6) hubungan sekolah dengan masyarakat.

B. Saran-saran

Dari penelitian ini, ada beberapa saran yang ditujukan sebagaimana berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar kepala sekolah tetap menjaga dan menambah produk-produk unggulan yang membawa dampak positif sehingga *brand image* sekolah yang telah terbentuk menjadi ciri khas dari sekolah tersebut. Dan hasil dari brand image tersebut semakin meningkatkan daya saing lembaga.
2. Serta Saran untuk semua guru dan pegawai SMAN 10 Rejang Lebong diharapkan untuk terus meningkatkan dan menjaga faktor-faktor pembentuk *brand image* lembaga, karena dengan kerja sama yang baik akan berdampak baik dalam menciptakan *image* positif sehingga mampu menciptakan keunggulan bersaing bagi lembaga.
3. Saran untuk siswa SMAN 10 Rejang Lebong untuk terus membantu membangun image yang baik dengan cara terus meningkatkan prestasi kalian, selalu menjaga sikap baik didalam maupun di luar sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus R Abu Hasan, *Strategi Image Branding Universitas Nurul Jadid Di Era Revolusi Industri*, Jurnal Pendidikan Islam, Vol.12 No. 1 Februari 2019
- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung, 2013
- Aly Herry Noer, M. Suparta, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, Jakarta: PT. Amisco, 2002
- Anggoro Linggar, *Teori & Profesi Kehumasan*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 59-
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Arumsar Nofita “*Strategi Branding SD Negeri Dalam Menghadapi Persaingan Dengan SD Islam Terpadu (Studi Kasus SD N 1 Kiyaran dan SD Pusmalang Cangkringan Sleman Yogyakarta)*”
- Asmani Jamal Ma'mur , *Manajemen Pengelolaan dan Kepemimpinan Pendidikan Professional: Panduan Quality Control Bagi Para Pelaku Lembaga Pendidik*, (Yogyakarta: Diva Press, 2009), cet ke-1
- Barnawi & Mohammad Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu* (Jogjakarta: AR-Ruzz Media, 2013)
- Durianto, dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,
- Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)
- Emzir, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011)
- Fathoni Abdurrahmat, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006)
- Freddy ,Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004)
- Kartajaya Hermawan, *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing* (Bandung : Penerbit Mizan, 2007)

- Kompri, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2015)
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium* (Jakarta: PT. Prehellindo, 2002)
- Kriyanto Rachmat, *Public Relation Writing: Membangun Publik Relation Citra Corporate* (Jakarta: membangun Kencana, 2008)
- Mardiyah, *Kepemimpinan Kiai dalam Memelihara budaya organisasi*. (Malang: Aditya media publishing. 2012)
- Moleong Lexy. J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009)
- Muhaimin, dkk, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/ Sekolah* (Jakarta: Kencana, 2009)
- Mulayasa E. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional dalam Praktek Menyusun MBS dan KBK*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007
- Mulyasa E. *Kurikulum Berbasis Kompetensi Konsep Karakteristik dan Implementasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004
- Mulyasa E. *Manajemen Kepemimpinan & Kepala Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015)
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional RI (Permendiknas) Nomor 13 tahun 2007, *tentang Standar Kepala Sekolah atau Kepala Madrasah*.
- Prasetyo Ermawan Galih dkk, Dikutip Dari Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian* (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2014 Konsumen Air Mineral Aqua), Vol 62 No. 2 September 2018
- Purwanto M. Ngalim, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*
- Rahmatika Merry Dita, *Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD) Jogja Green School*”skripsi,jogja.
- Rika Sari Adkha, *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Citra Sekolah Di TK HJ Isriati Baiturahman 1 Semarang*, Skripsi, Semarang: UIN Walisongo, 2018
- Sadat Andi, *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyaninan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009)

Tjiptono Fandy, *Brand Management & Strategy* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005)

Tjiptono Fandy, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997)

Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah (Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya)*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013)

Wijarnako Himawan, Susanto, *Power Branding (Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya)* (Jakarta:PT.MizanPublika,2004)

Wulandari Iken Mety, *Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi* (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember), skripsi, jember:

Yulia, *Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan* (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo), Thesis,

**L
A
M
P
I
R
A
N**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
 FAKULTAS TARBIYAH

Alamat : Jalan DR. A.K. Gani No 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telpn. (0732) 21010
 Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-Mail : admin@iaincurup.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH

Nomor : 419 Tahun 2022

Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN II DALAM PENULISAN SKRIPSI
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Menimbang :

a. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa, perlu ditunjuk dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud ;

Mengingat :

- b. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing I dan II ;
1. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional ;
 2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Negeri Islam Curup;
 3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
 4. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi;
 5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.11/3/029558, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Ruktor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
 6. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor : 3514 Tahun 2016 Tanggal 21 oktober 2016 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Sarjana STAIN Curup
 7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0317 tanggal 13 Mei 2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Curup.

Memperhatikan :

1. Surat rekomendasi dari Kaprodi MPI Nomor : B.46/In.34 FT.5/PP.00.9/06/2022
2. Berita acara seminar proposal skripsi tanggal 16 Juni 2022.

MEMUTUSKAN :

Menetapkan
 Pertama :

1. **Dr. H. Hamengkubuwono, M.Pd** 19650826 199903 1 001
2. **Muhammad Amin, S.Ag., M.Pd** 19690807 200312 1 001

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing dan II dalam penulisan skripsi mahasiswa :

N A M A : Sri Sumara
 N I M : 19561038

JUDUL SKRIPSI : Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong.

Kedua :

Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi;

Ketiga :

Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan konten skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dan penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;

Keempat :

Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Kelima :

Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dilaksanakan sebagaimana mestinya;

Keenam :

Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;

Ketujuh :

Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagai mestinya sesuai peraturan yang berlaku;

Ditetapkan di Curup,
 Pada tanggal 28 Juni 2022
 Dekan,





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBİYAH

Jln. Dr. AK Gani No.01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax.21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

Nomor : 1700 /In.34/FT/PP.00.9/11/2022
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 November 2022

Kepada Yth. Kepala Cabang Dinas Pendidikan Wilayah II Curup

Assalamualaikum Wr, Wb

Dalam rangka penyusunan skripsi S.1 pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Sri Sumara
NIM : 19561038
Fakultas/Prodi : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong
Waktu Penelitian : 15 November 2022 s.d 15 Januari 2023
Lokasi Penelitian : SMAN 10 Rejang Lebong

Mohon kiranya Bapak berkenan memberi izin penelitian kepada Mahasiswa yang bersangkutan.
Demikian atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih



Salinan : disampaikan Yth :

Rektor
Warek 1
Ka. Biro AUAK
Arsip



PEMERINTAH PROVINSI BENGKULU
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
CABANG DINAS PENDIDIKAN WILAYAH II CURUP
Jalan Sidomulyo – Tempel Rejo Kecamatan Curup Selatan
Email : cccabdinwilayahii@gmail.com Kode Pos : 39124

SURAT REKOMENDASI
Nomor : 420/1188 /Cabdin.II/ 2022

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Sabirin Absah, S.Pd**
NIP : 19730825 200312 1 004
Pangkat/golongan : Pembina / IV.a
Jabatan : Kepala Sub Bagian Tata Usaha
Cabang Dinas Pendidikan Wilayah II Curup

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN) Curup
Nomor: 1700/In.34/FT/PP.00.9/11/2022 tanggal 15 November 2022 Perihal Permohonan Izin
Penelitian untuk mahasiswa :

Nama : **Sri Sumara**
NIM : 19561038
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah
Tempat Penelitian : SMA Negeri 10 Rejang Lebong
Waktu : 15 November 2022 s.d 15 Januari 2023

Pada prinsipnya kami **Menyetujui** untuk melakukan penelitian dalam rangka memperoleh data penyusunan Disertasi dengan judul "**Upaya Kepala Sekolah dalam membangun Brand Image untuk meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di SMAN 10 Rejang Lebong**"

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 17 November 2022
A.n Kepala Cabang Dinas Pendidikan
Wilayah II Curup
Kepala Sub Bagian Tata Usaha

Sabirin Absah, S.Pd
NIP. 19730825 200312 1 004

Tembusan Yth

1. Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Bengkulu
Cq. Kepala Bidang Pembinaan SMA
2. Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Curup
3. Kepala SMAN 10 Rejang Lebong



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBİYAH

Jln. Dr. AK Gani No.01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax.21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

Nomor : 1700 /In.34/FT/PP.00.9/11/2022
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 November 2022

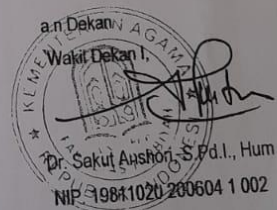
Kepada Yth. Kepala Cabang Dinas Pendidikan Wilayah II Curup

Assalamualaikum Wr, Wb

Dalam rangka penyusunan skripsi S.1 pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Sri Sumara
NIM : 19561038
Fakultas/Prodi : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong
Waktu Penelitian : 15 November 2022 s.d 15 Januari 2023
Lokasi Penelitian : SMAN 10 Rejang Lebong

Mohon kiranya Bapak berkenan memberi izin penelitian kepada Mahasiswa yang bersangkutan.
Demikian atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih



Tembusan : disampaikan Yth :

1. Rektor
2. Wakil 1
3. Ka. Biro AUAK
4. Arsip



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : SRI SUMARA

NIM : 19561038

FAKULTAS/ PRODI : Manajemen Pendidikan Islam / Tarbiyah

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

JUDUL SKRIPSI

* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing I atau pembimbing 2;

* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing I minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;

* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : SRI SUMARA

NIM : 19561038

FAKULTAS/ PRODI : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

JUDUL SKRIPSI

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

Dr. H. Harang Kusumawati MEd

NIP.

Pembimbing II,

Muhammad Amin S.Pd.M.Pd

NIP.



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1		Pelaksanaan proposal	R	Suwat
2		Draf Bab I, II, III	S	Suwat
3		Pelaksanaan	A	Suwat
4	14/11/22	Tesi pendahuluan	B	Suwat
5	8/2023	Pelaksanaan	R	
6	9/12/2023	Ace virgin		
7				
8				



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	29/2022	- Penulisan ilustri pendahuluan - Rumus / Foliois revisi - 2 bab / - laporan hasil	A-f	Suwat
2	10/2022	- foliois revisi	A-f	Suwat
3	21/11/2022	- Pedoman wawancara	A-f	Suwat
4	14/11/2022	- Berjasa pendahuluan	A-f	Suwat
5	3/2023	- Sumber data wawancara - urut bab yang pendahuluan	A-f	Suwat
6	23/2023	- Pendahuluan dan isi	A-f	Suwat
7	26/2023	- Abstract	A-f	Suwat
8	27/2023	- Ace virgin	A-f	Suwat

Surat Keterangan Telah Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Budiharto, S.Pd., M.Pd.

Jabatan : Kepala Sekolah

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Sri Sumara

Nim : 19561038

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “ Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong”

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dipergunakan sebagaimana mestinya.



Surat Keterangan Telah Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sarkawi

Jabatan : Tenaga Administrasi

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Sri Sumara

Nim : 19561038

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “ Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong”

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kota Padang, Januari 2023



Sarkawi

Surat Keterangan Telah Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ira Rahmawati, S.Pd.I.

Jabatan : Guru PAI

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Sri Sumara

Nim : 19561038


Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “ Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMAN 10 Rejang Lebong”

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kota Padang, Januari 2023



Ira Rahmawati, S.Pd.I.



Wawancara kepala sekolah



Wawancara waka kesiswaan



Wawancara waka humas



Wawancara guru



Ruang TIK



salah satu rombel kelas



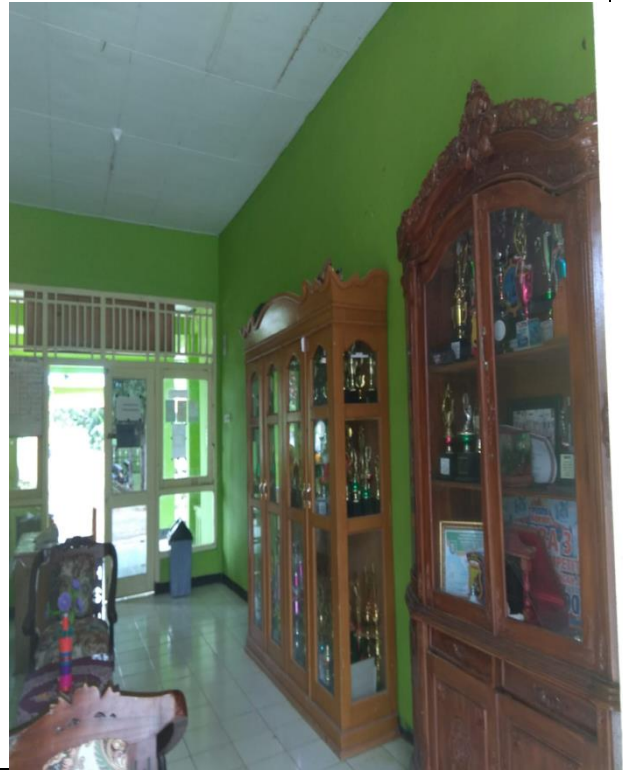
wawancara tenaga administrasi



Wawancara peserta didik



ruang lobi



Lukisan dinding sekolah





DAFTAR RIWAYAT PENULIS



Sri sumara adalah penulis karya ilmiah skripsi dengan judul “ Upaya Kepala Sekolah Dalam Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Di SMA Negeri 10 Rejang Lebong” di Institut Agama Islam Negeri Curup pada Prodi Manajemen Pendidikan Islam Pada tahun 2022 /2023 dikecamatan Kota Padang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu.

Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara nama adik Rudi Hartono yang dilahirkan dalam keluarga bapak. Hendra dan Ibu zainab pada tanggal 28 juli 2001. Seluruh keluarga penulis bertempat tinggal di desa Durianmas kecamatan Kota Padang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu.

Riwayat pendidikan formal penulis yaitu SDN 01 kota padang lulusan tahun 2012, Sekolah Menengah Pertama 02 Kota Padang lulusan tahun 2016, dan Sekolah Menengah Atas Negeri 10 Rejang Lebong lulusan tahun 2019 dan Pendidikan akhir di Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri curup(IAIN Curup) angkatan 2019 dan bergabung dengan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan disidangkan pada 10 April 2023.