



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah hal yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM). Salah satu manfaatnya adalah memberikan ilmu pengetahuan yang luas bagi manusia. Manusia dapat berkembang seperti yang diinginkan, dicita-citakan, dan mampu bersaing dengan berbagai aspek kehidupan. Hal ini, sesuai dengan cita-cita Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) sejak 1945 yaitu “mencerdaskan kehidupan bangsa”. Pendidikan merupakan wadah bagi seseorang dalam mengembangkan segala potensi yang ada dalam dirinya.¹

Menurut Peraturan Pemerintah No. 20 Tahun 2003, Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spriritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Di Indonesia memiliki tiga jenis Pendidikan diantaranya adalah pendidikan *formal*, *non formal*, dan *in formal*. Pendidikan formal adalah pendidikan terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Pendidikan *non formal* adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat

¹Yeni Rachmawati, dkk, *Potret Pendidikan Di Indonesia Statistik Pendidikan 2017*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2017), hal. 3.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang misalnya : Lembaga kursus, kelompok belajar, majelis taklim. Pendidikan *in formal* adalah pendidikan yang diperoleh dari lingkungan keluarga dan masyarakat. Ketiganya berkontribusi dalam meningkatkan kecerdasan bangsa.²

Pendidikan tidak terlepas dari tempat atau wadah dalam menyalurkannya. Tempat untuk menyalurkan pendidikan disebut dengan Lembaga, baik itu formal maupun tidak formal. Permasalahan global pada saat ini adalah persaingan antara Lembaga pendidikan baik itu yang dikelola oleh pemerintah atau negeri maupun yang dikelola oleh pihak swasta. Lembaga pendidikan harus dikelola secara profesional. Peningkatan mutu pendidikan adalah komponen utama untuk melihat kapasitas lembaga pendidikan berkompeten atau tidak. Komponen tersebut adalah masukan, proses keluaran, tenaga kependidikan, sarana dan prasarana serta biaya. Lembaga pendidikan harus mampu mempersiapkan diri dengan cara meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan.³

Sekolah merupakan Lembaga pendidikan formal yang ada di Indonesia. Sekolah adalah suatu institusi yang memiliki misi utama untuk mencerdaskan dan membangun karakter anak bangsa. Pencapaian misi itu akan sulit terwujud apabila sekolah menutup diri untuk belajar. Sekolah akan dipastikan mengalami banyak tantangan ke depan seiring dengan berbagai perubahan yang terjadi. Sekolah harus melakukan inisiatif dan terobosan agar menjadi pilihan

²Agus Setyono Daryanto, *Potret Pendidikan di Indonesia*, (Semarang: Mutiara Aksara, 2024), hal. 3-4.

³Ema Kusuma Wardani, *Strategi Kepala Sekolah Dalam Menciptakan School Branding di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang*, Skripsi UIN Wali Songo Semarang, 2021, hal. 1.



masyarakat. Ekosistem pendidikan yang meliputi kepala sekolah, guru, dan peserta didik, dan masyarakat harus melakukan kerja sama yang baik.⁴

Kepala sekolah berperan penting dalam mengelola sebuah lembaga pendidikan. Tugas utamanya adalah memimpin dan mengelola seluruh kegiatan yang terjadi di dalam Lembaga tersebut. Kepala sekolah memiliki tanggung jawab besar terhadap kualitas sumber daya manusia yang ada di lingkungan sekolah. Sumber daya ini meliputi guru, staf administrasi, tenaga kependidikan, peserta didik. Sumber daya ini sangat berpengaruh terhadap mutu pendidikan yang diberikan oleh Lembaga tersebut.⁵

Perencanaan merupakan fungsi utama dari fungsi-fungsi manajemen yang lainnya, karena dalam semua kegiatan yang bersifat manajerial untuk mendukung pencapaian tujuan, fungsi perencanaan harus dilakukan terlebih dahulu dari pada fungsi-fungsi lainnya. Suatu lembaga pendidikan tentu memerlukan perencanaan pendidikan yang merupakan keputusan yang diambil untuk melakukan kegiatan dalam kurun waktu tertentu, dengan tujuan agar penyelenggaraan sistem pendidikan lebih efektif dan efisien serta menghasilkan lulusan yang bermutu dan relevan dengan kebutuhan pembangunan masyarakat.⁶

Perencanaan strategi disebut juga dengan perencanaan jangka panjang. Strategi itu menurut *R.G. Muurdick* diartikan sebagai konfigurasi tentang hasil

⁴Hendarman, *Sekolahku Perusahaan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020), hal. 3-4.

⁵Burhan dan Bhakti Pandi Hasin, *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Kalimantan Selatan: Ruang Karya Bersama, 2023), hal. 2-11.

⁶Novianty Djafri, *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hal.17.



yang diharapkan tercapai pada masa depan. Berbagai upaya untuk mempersiapkan seperangkat keputusan dimasa yang akan datang yang mempengaruhi keseluruhan kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi. Perencanaan strategis yaitu perencanaan yang berkaitan dengan penetapan tujuan. Pengelokasian. Sumber-sumber dalam mencapai tujuan dan kebijakan yang dipakaisebagai pedoman. Perencanaan jenis ini sering juga disebut perencanaan tingkat normatif, karena keputusan yang dibuat tidak didasarkan pada data–data stasitik, melainkan juga pertimbangan para perencana.⁷

Perencanaan harus menjadi perhatian utama para pimpinan dan pengelola pendidikan Islam. Sebab, perencanaan merupakan faktor penentu kesuksesan, kesalahan dalam menentukan perencanaan pendidikan Islam akan berakibat fatal bagi keberlangsungan pendidikan Islam. Perencanaan dianggap matang dan baik jika memenuhi persyaratan dan unsur-unsur perencanaan itu sendiri, namun kenyataannya, unsur perencanaan pendidikan masih banyak dijadikan faktor pelengkap atau penjabaran kebijakan pimpinan, sehingga tujuan yang ditetapkan tidak tercapai secara optimal.⁸ Dengan kata lain, hanya sebagai formalitas yang tidak dilaksanakan dalam kegiatan sesungguhnya. Hal ini disebabkan oleh kurang pahamnya para perencana pendidikan tentang proses dan mekanisme perencanaan dalam konteks yang lebih komprehensif. Selain

⁷Buhari Luneto, *Perencanaan Pendidikan*, (Mataram: Sanabil, 2023), hal 147-149.

⁸M. Sahnan , *Urgensi Perencanaan Pendidikan di Sekolah Dasar*, (Padang: Universitas Bung Hatta, 2017), hal.6.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



itu, posisi bidang perencanaan belum dijadikan faktor kunci dalam keberadaan suatu institusi pendidikan.⁹

Ketercapaian tujuan sangat bergantung pada kecakapan dan kebijaksanaan kepemimpinan kepala sekolah yang merupakan salah satu pemimpin pendidikan. Karena kepala sekolah merupakan seorang pejabat profesional dalam organisasi sekolah yang bertugas mengatur semua sumber organisasi dan berkerja sama dengan guru-guru dalam mendidik peserta didik untuk mencapai tujuan pendidikan.¹⁰ Kepemimpinan yang berkualitas adalah kepemimpinan yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad, SAW, beliau memimpin dalam segala aspek kehidupan dan haruslah menjadi suri teladan bagi kita terutama bagi pemimpin lembaga pendidikan yakni kepala sekolah di lembaga pendidikan Islam, Allah berfirman dalam Surah Al-Ahzab ayat 21:¹¹

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ
اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah” (QS. Al-Ahzab: 21)¹²

Penjelasan ayat di atas dalam konteks kepemimpinan kepala sekolah idealnya mencontoh akhlak Rasulullah SAW, Amanah yaitu kepala sekolah

⁹Dina Sri Mulyani dan Paulina Virginti, *Perencanaan Strategis Sekolah*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2023.

¹⁰Ema Kusuma Wardani, *Strategi Kepala Sekolah Dalam Menciptakan School Branding di SMP Islam Al-Azhar 29 BSB Semarang*, Skripsi UIN Wali Songo Semarang, 2021, hal. 3.

¹¹Zulkhairi, *Kepemimpinan Kependidikan Kepala Sekolah Dalam Perspektif Alquran*, Jurnal Ilmu Kependidikan, UIN Sumatera Utara, 2023.

¹²Kemenag, Alquran dan Terjemahannya, hal.321.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

harus jujur, bertanggung jawab dalam mengelola sekolah, sikap fathanah (cerdas) mampu merancang strategi, menyusun visi, dan menyelesaikan masalah.¹³

School branding adalah upaya sekolah untuk membesarkan nama sekolah di mata masyarakat sehingga mereka tertarik untuk menyekolahkan anak mereka ke sekolah tersebut. *Brand* atau merek bagi sekolah bukan sekedar nama dan lokasi melainkan sebuah identitas untuk dikenal dan dapat di bedakan mutu pelayanannya dari sekolah lain. Strategi branding sekolah menjadi sangat penting bagi sekolah-sekolah utamanya pada sekolah swasta. Upaya atau strategi yang digunakan untuk melakukan *school branding* atau citra sekolah kepada masyarakat. Upaya atau strategi tersebut adalah peningkatan kinerja kepala sekolah, pendidik dan tenaga kependidikan, keikutsertaan sekolah dalam kegiatan perlombaan sekolah dan peserta didik, membangun komunikasi dengan orang tua murid dan masyarakat, peningkatan layanan akademik dan non-akademik yang prima, dan kepemilikan peringkat akreditasi sekolah yang baik. Oleh sebab itu, penting sekali bagi sekolah membangun *School Branding* untuk mendapatkan citra yang baik pada masyarakat.¹⁴

Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa menciptakan merek melibatkan pemilihan nama, logo, simbol, desain, dan atribut lainnya yang bertujuan untuk membedakan produk dari pesaing dan memberikan nilai tambah yang relevan bagi pelanggan. Merek memainkan peran penting dalam membantu pelanggan mengidentifikasi produk,

¹³Zulkhairi, *Kepemimpinan Kependidikan Kepala Sekolah Dalam Perspektif Alquran*, Jurnal Ilmu Kependidikan, UIN Sumatera Utara, 2023, hal 33.

¹⁴Abu Hanafi, *Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun School Brading di Sekolah Menengah Atas Cendana Pekanbaru*, Skripsi UIN SUSKA RIAU, 2024, hal. 4.



mengartikulasikan kualitas, daya tahan, citra, atau gaya yang ditawarkan, dan membuat keputusan pembelian yang tepat. Kesadaran akan pentingnya merek dalam membentuk karakter produk sangatlah penting, terutama dalam lingkungan pasar yang kompetitif.¹⁵ Merek yang kuat dapat menjadi pemandu yang efektif bagi pelanggan dalam menavigasi pilihan produk yang tersedia.

Sesuai dengan ayat Al-Quran Surat Al- Baqarah ayat 31 yang berbunyi:

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ

Artinya: "Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda) seluruhnya, kemudian Dia memperlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, "Sebutkan kepada-Ku nama-nama (benda) ini jika kamu benar" (QS. AlBaqarah ayat 31)¹⁶

Dalam konteks *branding*, ayat tersebut menginformasikan bahwa Tuhan mengajarkan penamaan benda-benda kepada Nabi Adam. Sementara malaikat tidak diajari, sehingga ketika malaikat mempertanyakan kelayakan manusia. Untuk itu, keterkaitannya dengan brand adalah memperjelas identitas dari suatu merek.¹⁷

Penelitian mengenai strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *School Branding* dilakukan oleh Anis Salamah fokus tentang bagaimana strategi kepala

¹⁵Hikmah dewi Febriyanti, Membangun Brand Lembaga pendidikan, (buku UIN Malang, 2024), hal.5.

¹⁶Surat Al-Baqarah Ayat 31: Arab, Latin, "Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online", diakses 26 Juni 2024, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/31>.

¹⁷Hikmah dewi Febriyanti, Membangun Brand Lembaga pendidikan, (buku UIN Malang, 2024), hal.5.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



madrasah dalam membangun suatu citra madrasah. *Brand Image* adalah sekumpulan asumsi yang ada dibenak konsumen terhadap suatu *brand* yang terbentuk dari berbagai sumber dalam membangun citra suatu merek perlu adanya strategi. Strategi adalah cara yang digunakan dalam mengerahkan semua kemampuan dari segenap sumber daya yang ada pada organisasi supaya bisa bekerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁸

Beberapa upaya yang telah dilakukan oleh SMP IT Alhusniyah untuk membangun *school branding* atau citra yang baik di masyarakat yaitu dengan mengikuti berbagai perlombaan seperti gerak jalan yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir. Banyak kegiatan yang diadakan di luar sekolah SMP IT selalu turut serta agar masyarakat mengenal tentang sekolah tersebut. Selanjutnya SMP IT Alhusniyah telah melakukan beberapa promosi melalui media sosial dengan cara membuat video tentang profil sekolah swasta yang berlatar belakang Sekolah Islam Terpadu di Tembilahan. Sekolah ini menjadi Lembaga pendidikan Islami yang mencerdaskan, memuliakan, menghasilkan peserta didik yang bermutu tinggi dan berakhlakul karimah.

Berdasarkan hasil observasi,¹⁹ pendahuluan meneliti menemukan bahwa masih ada beberapa permasalahan yaitu *pertama*, Kepala sekolah memiliki tanggung jawab administratif yang padat, sehingga waktu untuk fokus menyusun dan mengawal strategi *school branding* menjadi terbatas. *Kedua*, Tidak ada pelatihan khusus atau pendampingan teknis dalam menyusun strategi

¹⁸Anis Salamah dan Moh. Syamsul Fatah, *Strategi Kepala Madrasah Dalam Membangun Brand Image Madrasah*, Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman, Vol. 13 No 2, 2024, hal. 204.

¹⁹ Observasi, SMP IT ALhusniyah Tembilahan pada tanggal 10 April 2025, pukul 09.25 WIB



promosi sekolah, sehingga Guru dan staf kesulitan merancang kegiatan branding yang efektif. *Ketiga*, Sebagian guru dan staf belum memahami pentingnya *school branding*, Hal ini menyebabkan keterlibatan aktif dalam perencanaan strategi menjadi kurang optimal. Secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan berdampak pada belum maksimalnya pelaksanaan strategi *branding* sekolah. Maka diperlukan upaya peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan, pembagian tugas yang lebih efisien, serta penguatan pemahaman bersama tentang pentingnya *school branding* untuk kemajuan lembaga pendidikan.

Berdasarkan pemaparan permasalahan sebelumnya penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“Perencanaan Strategi Kepala Sekolah Dalam Mewujudkan Scholl Branding di SMP IT Alhusinyah Tembilahan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi terkait beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepala sekolah memiliki tanggung jawab administratif yang padat, sehingga waktu untuk fokus menyusun dan mengawal strategi *school branding* menjadi terbatas.
2. Tidak ada pelatihan khusus atau pendampingan teknis dalam menyusun strategi promosi sekolah, sehingga Guru dan staf kesulitan merancang kegiatan *branding* yang efektif.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



3. Sebagian guru dan staf belum memahami pentingnya *school branding*, Hal ini menyebabkan keterlibatan aktif dalam perencanaan strategi menjadi kurang optimal.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat peneliti paparkan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang berkenaan dengan Perencanaan Strategi Kepala Sekolah Dalam Mewujudkan *School Branding* di SMP IT Alhusniyah Tembilahan diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemikiran dalam rangka membangun *school branding*. Dalam membangun *school branding* tersebut diperoleh melalui perencanaan strategi kepala sekolah yang diterapkan di SMP IT Alhusniyah tersebut.

2. Manfaat Praktis

Dalam hasil penelitian yang dilakukan diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi:

a. Bagi Sekolah

kepala sekolah diharapkan dapat mewujudkan *school branding* melalui perencanaan strategi yang diterapkan.

b. Pendidik dan Tenaga Kependidikan

sebagai bahan masukan dalam rangka membangun merek (*brand*) di sekolah.

c. Bagi peneliti,

sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program S1 untuk mendapatkan gelar S.Pd pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

d. Bagi Peneliti selanjutnya

Menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut mengenai perencanaan strategi kepala sekolah dalam mewujudkan *school branding*.