

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan salah satu instrumen penting bagi sebuah negara. Karena semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat di sebuah negara, maka semakin tinggi tingkat kesadaran pentingnya meningkatkan peradaban dan kemajuan sebuah negara. Negara yang maju tentu berinvestasi di bidang pendidikan. Dari investasi di bidang pendidikan tersebut, akan memperoleh sumber daya manusia dengan tingkat dan bermutu yang tinggi dalam bidang pendidikan. Dengan sumber daya manusia dengan tingkat dan mutu yang tinggi di bidang pendidikan, maka secara otomatis sumber daya manusia tersebut mampu mengelola dan menjadikan sebuah negara menjadi lebih maju.

Sekolah adalah tempat dimana proses pembelajaran baik siswa maupun guru bisa terjadi. Peningkatan saling belajar diantara guru dan siswa bisa terjadi apabila seluruh warga sekolah berpartisipasi untuk saling mendukung. Dengan melaksanakan status dan peranan masing-masing maka secara otomatis dalam sebuah organisasi sekolah tersebut melaksanakan pengelolaan sekolah dengan baik.

Sarana dan prasarana diperlukan dalam setiap lembaga pendidikan. Fasilitas sarana dan prasarana pendidikan merupakan komponen yang sangat diperlukan. Di Indonesia utamanya, banyak sekolah yang mampu menunjang proses kegiatan belajar mengajar di sekolah tersebut karena mempunyai sarana dan prasarana yang mumpuni. Dengan adanya fasilitas sarana dan prasarana tersebut, dalam proses belajar mengajar akan memudahkan bagi guru dan siswa.

Fasilitas sarana dan prasarana sekolah, tidak selamanya akan bertahan dengan baik kualitasnya. Bantuan dari pemerintah maupun swasta juga tidak akan datang terus menerus. Oleh sebab itu, dibutuhkan upaya pengelolaan sarana dan prasarana dari sekolah agar dapat mempertahankan kualitas sarana dan prasarana dalam jangka waktu yang lama.

Saat ini, tidak sedikit lembaga Pendidikan atau sekolah yang masih memiliki kekurangan dalam hal sarana dan prasarana, dimana hal tersebut menyebabkan proses belajar mengajar menjadi terhambat. Oleh karena itu, untuk mendukung berjalannya kegiatan belajar mengajar siswa maupun guru dengan baik, maka sarana dan prasarana sekolah harus sudah tersedia dengan baik dan mumpuni.

Begitu pentingnya ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan sehingga setiap institusi berlomba dalam pemenuhan sarana dan prasarana pendidikan dalam rangka meningkatkan kualitas proses belajar mengajar. Bahkan, ketersediaan dan kelengkapan fasilitas sarana dan prasarana digunakan untuk mencitrakan dirinya di tengah masyarakat. Hal tersebut dilakukan sekolah salah satunya adalah untuk daya tarik calon peserta didik baru. Sebaliknya, apabila sarana dan prasarana tidak memadai maka akan membuat masyarakat kurang berminat terhadap sekolah

tersebut sekaligus menurunkan daya saing lembaga pendidikan tersebut. Hal tersebut juga menghambat proses belajar mengajar siswa dan guru, karena proses belajar mengajar kurang terbantu dengan kurangnya fasilitas pembelajaran.

Mulyasana¹ berpendapat bahwa persaingan lembaga pendidikan saat ini bergerak ke arah yang kompleks. Diantaranya adalah persaingan dalam bidang mutu, pelayanan, beragamnya pilihan jurusan, pencitraan, dan yang lainnya. Selain itu, ada juga yang merupakan gabungan diantara hal tersebut. Hal itu tergantung dari masing-masing lembaga pendidikan.

Dengan demikian, dalam meningkatkan daya saing suatu lembaga pendidikan, maka membentuk sebuah *brand image* sekolah merupakan salah satu strategi yang bisa digunakan oleh suatu sekolah. Hal tersebut untuk menyikapi semakin kompetitifnya persaingan antar lembaga pendidikan dalam upaya meyakinkan masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan tersebut sebagai pilihan. Atau dengan kata lain lembaga pendidikan memanfaatkan *brand image* untuk merekrut siswa sekaligus mengungguli lembaga pendidikan lain yang sejenis.

Rangkuti² berpendapat bahwa berbagai asosiasi yang terdapat dalam benak masyarakat mengenai sebuah merek atau dalam hal ini lembaga pendidikan dapat membentuk citra. Citra tersebut merupakan citra positif dari berbagai asosiasi atau sudut pandang yang menjadi pembeda dari lembaga pendidikan tersebut.

Sebuah lembaga pendidikan akan memiliki sebuah *brand* dan akan memberikan *image* bahwa lembaga pendidikan tersebut bagus, lembaga pendidikan

¹ Dedy Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2015), h. 185

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

favorit, unggulan, dan yang lainnya. Kemampuan membangun dan membentuk *brand image* sekolah sangat diperlukan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenal suatu lembaga pendidikan. Salah satu strategi dalam membentuk *brand image* tersebut adalah melalui fasilitas sarana dan prasarana dalam sebuah lembaga pendidikan.

Penelitian dari Hung dan Sheue Fu³ mengungkap bahwa model struktur perencanaan dan pemasaran *brand* dalam sekolah kejuruan memiliki dampak positif pada *brand* tersebut dan dapat diterapkan di sekolah yang berbeda. Penelitian tersebut dilakukan pada sekolah kejuruan di negara Taiwan yang menyelidiki manajemen *brand* dengan metode uji kelayakan untuk memahami penerapan struktur dan model perencanaan dan pemasaran *brand* yang dipraktekkan.

Sementara Tsu Chen⁴ dalam penelitiannya yang juga dilakukan di Taiwan, mengungkap bahwa *brand image* dan kepuasan secara signifikan dan positif mempengaruhi loyalitas. Mahasiswa yang merasa puas terhadap perguruan tingginya mampu menjadi agen perguruan tingginya dalam memasarkan perguruan tinggi tersebut. Mahasiswa menyampaikan hal-hal positif yang ada dalam perguruan tingginya untuk disampaikan kepada masyarakat dan calon mahasiswa yang akan kuliah di perguruan tinggi tempat dia belajar.

Dari uraian di atas, sarana dan prasarana pendidikan harus digunakan sebaik-baiknya untuk membentuk *brand image* sekolah sekaligus menunjang kegiatan

³ Yi-Ling Hung & Ching-Sheue Fu, *Brand Management Model of Vocational High School in Taiwan*, Journal Procedia, 2, 2010.

⁴ Chin-Tsu Chen, *The Investigation on Brand Image of University Education and Students Word-of-Mouth Behavior*. Journal Higher Education Studies, Vol. 6, No. 4, 2016.

sekolah. Selain itu, membentuk *brand image* dengan memanfaatkan sarana dan prasarana sekolah dapat menjadi keunggulan daya saing yang dimiliki oleh sekolah. Pemanfaatan sarana dan prasarana sekolah harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk kepentingan sekolah itu sendiri.

Adapun sekolah yang dijadikan tempat penelitian dalam penelitian ini adalah SMK Raden Umar Said (RUS) Kudus. SMK RUS merupakan satu dari empat SMK unggulan yang terdapat di Kabupaten Kudus selain SMK Wisuda Karya, SMK NU Banat, dan SMKN 1 Kudus. SMK RUS merupakan SMK yang memfokuskan pemenuhan fasilitas sarana dan prasarana sekolah pada 5 tahun ini. Yaitu tahun 2013 sampai dengan 2018 dengan kolaborasi antara sekolah, pemerintah daerah, dan swasta. Tiga dari lima jurusan yang terdapat di SMK RUS yaitu Animasi, DKV, dan RPL merupakan satu-satunya yang ada di Kabupaten Kudus dan bahkan di Eks Karisidenan Pati (Kabupaten Pati, Kudus, Rembang, dan Jepara).⁵

Melalui wawancara dan observasi langsung yang sudah dilakukan penulis di SMK Raden Umar Said Kudus terkait sarana dan prasarana di sekolah tersebut, didapatkan beberapa informasi. SMK Raden Umar Said atau biasa disebut dengan SMK RUS merupakan SMK yang berada sekitar 15 Kilometer sebelah utara dari pusat Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah. Pada awal berdirinya yaitu tahun 2006, sekolah ini lebih dikenal dengan SMK Grafika. Hal itu dikarenakan pada waktu itu hanya membuka jurusan Desain Grafika dan Produksi Grafika. Akan tetapi, setelah tahun 2013 SMK RUS membuka jurusan Rekayasa Perangkat Lunak, Animasi 3D,

⁵ Psmk.kemdikbud.go.id., <https://psmk.kemdikbud.go.id/konten/2935/kudus-miliki-smk-bergengsi-hasil-kolaborasi-pemerintah-swasta>

dan Desain Komunikasi Visual. Nama SMK Grafika semakin tergantikan dengan nama asli dari SMK tersebut yaitu Raden Umar Said.

Berdasarkan informasi dari kepala sekolah melalui wawancara awal, sejak tahun 2013 SMK RUS membangun fasilitas sekolah secara besar-besaran, hal itu dikarenakan membuka jurusan baru yaitu Rekayasa Perangkat Lunak, Animasi 3D, dan Desain Komunikasi Visual. Praktis pada 5 tahun kebelakang, SMK RUS disibukkan dengan pembangunan sarana dan prasarana sekolah untuk menunjang 3 jurusan baru tersebut. Terutama adalah ruang kelas dan praktik atau laboratorium.

Pembangunan ruang kelas, ruang praktik, dan ruang pendukung lainnya untuk jurusan Rekayasa Perangkat Lunak, Animasi 3D, dan Desain Komunikasi Visual didapatkan dari hibah sebuah perusahaan yaitu Djarum Foundation, selain itu juga melalui pengajuan proposal oleh sekolah di perusahaan yang sama.

Setelah dapat digunakan, sarana dan prasarana 3 jurusan baru tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi calon siswa baru yang akan bersekolah di SMK RUS karena fasilitas 3 jurusan tersebut dianggap memiliki fasilitas yang sangat baik, sehingga mampu menunjang kegiatan belajar mengajar. Terbukti dengan karya cipta yang dihasilkan oleh siswa-siswi SMK RUS jurusan Animasi 3D, mampu membuat film 3D berjudul "Paso dan Sang Pemberani" yang kemudian tayang di salah satu stasiun Televisi Swasta Nasional. Hal tersebut merupakan pertama kalinya film karya siswa-siswi SMK ditayangkan di Televisi, dan mendapat apresiasi dari Bapak Presiden. Dari penayangan film tersebut membuat SMK RUS semakin dikenal oleh masyarakat yang berakibat pada jumlah pendaftar yang melebihi kuota dari jumlah siswa yang akan diterima.

Wawancara dengan beberapa guru dan staf wakil kepala sekolah bidang sarana dan prasarana terungkap bahwa SMK RUS yang berfokus pada pembangunan sekolah dalam kurun waktu lima tahun ini, menyebabkan fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki semakin baik. Dengan sarana dan prasarana tersebut dimanfaatkan untuk mencitrakan sekolah tersebut di masyarakat dan bersaing dengan sekolah lainnya. Dari uraian di atas, menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan di SMK Raden Umar Said yang berjudul “Strategi Membangun *Brand Image* Melalui Ketersediaan Sarana dan Prasarana Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Sekolah (studi kasus di SMK Raden Umar Said Kudus)”.

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Dikarenakan terbatasnya waktu, biaya, dan kemampuan penulis, maka penelitian ini difokuskan pada strategi meningkatkan daya saing SMK Raden Umar Said Kudus. Sementara subfokus penelitian adalah strategi membangun *brand image* melalui ketersediaan sarana dan prasarana.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi membangun *brand image* melalui ketersediaan sarana dan prasarana dalam upaya peningkatan daya saing SMK Raden Umar Said Kudus?

2. Apa faktor pendukung dalam strategi membangun *brand image* melalui ketersediaan sarana dan prasarana dalam upaya peningkatan daya saing SMK Raden Umar Said Kudus?
3. Apa faktor penghambat dalam strategi membangun *brand image* melalui ketersediaan sarana dan prasarana dalam upaya peningkatan daya saing SMK Raden Umar Said Kudus?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis
 - a. Menambah khazanah keilmuan pendidikan terutama pada pendidikan manajemen sarana dan prasarana sekolah.
 - b. Hasil penelitian ini bisa dipergunakan untuk bahan pertimbangan dan acuan dalam penelitian sejenis secara lebih mendalam.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Kepala Sekolah SMK Raden Umar Said Kudus, hasil penelitian ini dapat memberi informasi kepada SMK RUS dan pihak-pihak terkait lainnya sebagai acuan untuk perbaikan sarana dan prasarana dalam rangka meningkatkan daya saing suatu sekolah.
 - b. Bagi guru, hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan masukan dalam mengelola dan memanfaatkan sarana dan prasarana yang telah tersedia.

- c. Bagi Orang Tua, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi mengenai sarana dan prasarana yang dimiliki oleh SMK Raden Umar Said Kudus.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dipergunakan untuk menambah wawasan mengenai materi dan metode tentang sarana dan prasarana yang memadai. Selanjutnya, penelitian ini juga bisa dipergunakan sebagai bahan acuan untuk mengeksplorasi lebih dalam terkait strategi membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing di lembaga Pendidikan.