

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan merupakan landasan utama dalam membentuk dan mencetak sumber daya manusia yang berkualitas. Terutama pada era globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi, pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk dan mencetak generasi bangsa yang tidak hanya memiliki kecerdasan secara akademik, akan tetapi mampu bersaing secara sosial, ekonomi, dan budaya. Pendidikan menjadi bagian inti dari keseluruhan aspek dalam kehidupan manusia yang tidak terpisahkan dari proses hidup baik secara individual atau komunal (Azizah & Halwati, 2023).

Sistem pendidikan pada era globalisasi dan perkembangan teknologi harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan baik sehingga mampu bersaing melalui peningkatan mutu, pengelolaan atau manajemen yang profesional, serta inovasi yang berkesinambungan dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan serta tantangan zaman. Hal itu sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Ali Bin Abi Tholib “ Didiklah anak-anakmu sesuai dengan zamannya, karena mereka hidup tidak pada zamanmu.”(Zainiya Anisa & Saparudin, 2022)

Untuk mewujudkan hal tersebut sekolah memiliki peranan penting. Mengingat sekolah merupakan ujung tombak dari sebuah pendidikan formal yang memiliki payung hukum di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan nasional (UU Sisdiknas). Selain itu juga, ada Peraturan Pemerintah seperti PP No. 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan yang menjadi pelengkap dan mengimplementasikan apa

yang tertuang pada UU Sisdiknas. Salah satu aspek penting yang kini menjadi perhatian adalah bagaimana sekolah sebagai pendidikan formal dapat membangun citra positif atau “*branding*” di tengah masyarakat. Mengembangkan dan membangun *Brand Image* menjadi salah satu pilihan tepat bagi sekolah untuk membangun reputasi sekolah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan bisa meningkatkan perolehan peserta didik baru pada setiap tahun ajaran baru. (Jamaluddin, 2020)

Brand image atau branding menurut Susanto dan Wijanarko mengacu pada persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merk tertentu (Susanti, 2024). Maka jika dikaitkan dengan dunia pendidikan, sekolah harus mampu mengacu pada persepsi dan kepercayaan masyarakat dan wali murid, sekolah perlu berpegang teguh pada tiga kunci utama *Power Marketing* untuk membangun branding sekolah, diantaranya: pergerakan (*moving*), kepedulian (*caring*), dan inovasi (*inovating*). Pergerakan merupakan titik tumpu atau acuan untuk menjawab ketatnya persaingan dan dinamika permintaan yang selalu bergejolak karena ekspektasi konsumen (masyarakat) yang semakin tinggi.

Perwujudan pergerakan harus disertai dengan kepedulian (*caring*) terhadap masyarakat terutama wali murid melalui inovasi dalam bidang strategi, manajerial, dan produk atau jasa. Inovasi yang dilakukan pada bidang strategi dan manajerial akan menghasilkan produk atau jasa yang inovatif untuk meningkatkan nilai tambah masyarakat. Hal tersebut diharapkan dapat menumbuhkan rasa suka cita, sehingga bisa menciptakan perasaan puas pada pelanggan (masyarakat). Kepuasan masyarakat terhadap inovasi yang

dilakukan sekolah akan menimbulkan rasa kepercayaan dan hubungan masyarakat dalam jangka panjang sehingga memunculkan sikap loyalitas kepada sekolah. (Susanto, 2004). Oleh karena itu *branding* sekolah merupakan upaya sistematis dalam membentuk persepsi masyarakat dan kepercayaan masyarakat terhadap mutu dan keunggulan suatu sekolah. (Oktaviani & Sutarsih, 2024)

Maraknya lembaga pendidikan swasta yang menawarkan berbagai keunggulan dan sanggup memberikan jaminan mutu terbaik serta mampu memberikan pelayanan prima pada peserta didiknya. (Jamaluddin, 2020) Sekolah-sekolah negeri dituntut untuk lebih kreatif dalam mengelola potensi-potensi yang ada di lembaga agar mampu bersaing secara sehat. *Branding* sekolah yang baik mampu meningkatkan minat masyarakat untuk memilih sekolah tersebut untuk pendidikan anaknya, selain itu mampu memperkuat loyalitas warga sekolah, serta dapat membuka peluang terciptanya kerja sama dengan berbagai pihak. Namun demikian, *branding* tidak akan terbentuk secara otomatis dan instan, melainkan harus dibangun melalui kepemimpinan yang kuat dan program-program inovatif yang relevan dengan kebutuhan zaman dan perkembangan zaman.

Branding akan terbentuk dengan adanya komitmen yang kuat antara *stakeholder* dan guru-guru yang ada di sekolah tersebut. Setiap orang memegang peranan penting untuk membangun branding sebuah lembaga, seperti komitmen dan konsisten terhadap tupoksi serta menjalankan program inovasi yang sudah dibuat bersama.

Prestasi, ketercapaian atau kegagalan suatu lembaga atau organisasi salah satu faktor penentunya adalah kepemimpinan dalam lembaga, atau organisasi tersebut. *James M. Black dalam "Manajemen: a Guide to Executive Command"* menjelaskan kepemimpinan merupakan potensi atau kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam meyakinkan dan menggerakkan orang lain agar mau bekerja sama dan berkolaborasi dibawah kepemimpinannya untuk mencapai suatu tujuan (Budiarti et al., 2023). Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan Northouse bahwasannya kepemimpinan merupakan sebuah proses yang dilakukan seseorang untuk mempengaruhi individu atau kelompok individu dalam mencapai tujuan tertentu.(Northouse, 2018)

Menurut (Siagian, 2006) kepemimpinan memainkan peranan yang dominan, krusial, dan kritikal dalam keseluruhan upaya untuk meningkatkan produktivitas kerja, baik pada tingkat perorangan, tingkat kelompok atau tim, dan tingkat organisasi. Sedangkan kepemimpinan menurut makna bahasa Indonesia merupakan suatu kekuatan atau kualitas yang dimiliki seorang pemimpin dalam mengarahkan apa yang dipimpinnya dalam rangka mencapai tujuan tertentu (Addurorul Muntatsiroh, 2024). Dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan merupakan kekuatan yang dimiliki oleh individu untuk mengatur dan mengelola seluruh anggota yang berada dibawah tanggung jawab individu tersebut.

Peran kepala sekolah atau pemimpin yang mampu mengkoordinasikan, mengarahkan, menggerakkan, menyelaraskan sumber daya pendidik di sekolah dapat membantu mewujudkan visi, misi, tujuan dan sasaran pendidikan yang ingin dicapai melalui program-program inovasi yang dihasilkan.(Wujarso,

2023) Seorang pemimpin lembaga atau kepala sekolah perlu menyusun program-program inovasi yang memiliki tujuan untuk mengembangkan potensi siswa yang sesuai dengan fungsi dan tujuan pendidikan dengan cara memfasilitasi berbagai kegiatan kesiswaan, baik itu kegiatan ekstrakurikuler maupun kurikuler. Peningkatan kualitas sekolah menjadi sekolah yang bermutu tinggi dan berdaya saing merupakan suatu kegiatan yang tidak pernah lepas dari perhatian kita semua, oleh karena itu perlu adanya strategi yang tepat untuk melaksanakannya.

Sistem pemasaran atau sistem branding harus mengedepankan program-program inovasi agar mampu menarik minat masyarakat untuk memilih sekolah kita sebagai pilihan untuk menyekolahkan anak-anaknya. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang memberikan dampak kepada individu maupun kelompok untuk bisa mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan timbal balik terhadap produk dan nilai dengan individu lain. Oleh karena itu, kepala sekolah harus memiliki kecakapan yang baik, sehingga pemasaran program-program pendidikan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Selain kecakapan atau potensi-potensi yang dimiliki oleh kepala sekolah, gaya kepemimpinan kepala sekolah juga berpengaruh dalam penciptaan program-program inovatif, dan berpengaruh terhadap iklim kerja, motivasi guru serta staff. Kepala sekolah yang visioner, demokratis, dan transformatif cenderung mampu membawa perubahan positif melalui kebijakan-kebijakan strategis, termasuk dalam memperkuat *branding* sekolah. Gaya kepemimpinan yang tepat akan melahirkan program inovasi yang relevan, kreatif, dan sesuai

dengan kebutuhan serta potensi sekolah. Sehingga dampaknya akan signifikan terhadap peningkatan branding sekolah. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yatus Sangadah, 2023) bahwa kreativitas dalam membangun branding sekolah dipengaruhi oleh peran kepala sekolah.

Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua sekolah dasar negeri memiliki daya tarik yang cukup di mata masyarakat. Kepemimpinan kepala sekolah dalam membawa nama baik dan mengembangkan reputasi lembaga pendidikan (sekolah negeri) masih diragukan. Beberapa sekolah mengalami penurunan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun, rendahnya partisipasi orang tua dalam kegiatan sekolah, dan kurangnya publikasi terhadap program unggulan sekolah. Misalnya, data Dapodik tahun 2023 menunjukkan bahwa lebih dari 25% SD negeri di wilayah pedesaan mengalami penurunan jumlah siswa secara signifikan dalam tiga tahun terakhir. Salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya inovasi dan lemahnya manajemen sekolah dalam membangun kepercayaan publik. Fenomena tersebut diperkuat dengan adanya kebijakan dan keputusan baru dari Bupati pasuruan, dinas pendidikan dan kebudayaan kabupaten Pasuruan akan melakukan penggabungan sekolah-sekolah negeri kecil (sekolah yang memiliki siswa kurang dari 60) di beberapa kecamatan yang ada di kabupaten Pasuruan pada tahun 2025 ini.

SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen merupakan dua sekolah dasar negeri yang memiliki karakteristik geografis yang berbeda namun menghadapi tantangan serupa, yaitu membangun citra positif sekolah di tengah kompetisi dan ekspektasi masyarakat yang semakin tinggi. Keduanya

telah mencoba menjalankan berbagai program inovatif, dan melakukan *branding* sekolah melalui beberapa program inovasi untuk meningkatkan mutu dan citra sekolah. Beberapa tahun ini setelah dipegang oleh kepala sekolah baru mengalami peningkatan yang signifikan, prestasi sekolah meningkat, dan kepercayaan masyarakatpun meningkat. Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh kepala sekolah SDN Watuagung I Prigen pada saat peneliti melakukan observasi awal pada tanggal 27 Mei 2025, Pak Syamsuni, S.Pd menyampaikan:

SDN Watuagung I Prigen selama lebih kurang dua tahun ini mengalami perubahan-perubahan yang signifikan, sehingga dengan adanya perubahan atau progres yang baik ini kepercayaan masyarakat semakin meningkat kepada SDN Watuagung I Prigen. Pada tahun 2023 awal saya di SDN Watuagung I Prigen jumlah siswa kelas I sebanyak 9 anak, dan apada Tahun Ajaran 2024/2025 mengalami peningkatan siswa baru sebanyak 22 anak. Dan Alhamdulillah pada SPMB tahun 2025/2026 ini SDN Watuagung I Prigen sudah ada 28 anak yang mendaftar dan diperkirakan jumlah itu akan terus bertambah mengingat waktu pendaftaran SPMB masih lama.

Pernyataan tersebut selaras dengan apa yang disampaikan oleh kepala sekolah UPT Satuan Pendidikan SDN Sengon I. Terdapat terobosan-terobosan baru yang dilakukan oleh sekolah sehingga mampu untuk meningkatkan citra sekolah. Namun belum terdapat kajian yang menilai efektivitas dari strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah. Keunikan yang tampak adalah bagaimana gaya kepemimpinan kepala sekolah mempengaruhi arah inovasi dan sejauh mana program tersebut berkontribusi terhadap peningkatan *branding* sekolah di mata publik.

Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Fitri Susanti (2024), Fatmawati (2021), dan Muhammad Burhan Jamaluddin (2020) telah membahas tentang *branding* sekolah, peran gaya kepemimpinan dalam

meningkatkan kinerja sekolah serta kaitannya dengan inovasi pendidikan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat parsial dan belum menyoroti secara spesifik bagaimana integrasi antara gaya kepemimpinan dan program inovasi berdampak terhadap branding sekolah. Selain itu, pendekatan studi multisitus yang membandingkan strategi di dua sekolah dengan konteks yang berbeda masih jarang dilakukan.

Oleh karena itu, terdapat celah penting (*gap fenomena*) yang perlu dijembatani, yaitu kajian yang mengintegrasikan tiga aspek penting: gaya kepemimpinan, inovasi sekolah, dan branding sekolah. Dengan mengkaji dua sekolah yang berbeda, diharapkan dapat ditemukan pola kepemimpinan dan strategi inovasi yang efektif dalam membentuk branding sekolah dasar negeri. Penelitian ini juga penting untuk memberikan gambaran perbandingan praktik terbaik (*best practice*) antar sekolah yang dapat direplikasi oleh sekolah lain.

Fokus penelitian ini adalah menganalisis bagaimana gaya kepemimpinan kepala sekolah, inovasi, dan strategi branding sekolah di SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen berkontribusi terhadap peningkatan citra sekolah dan mutu pendidikan. Dengan membatasi fokus pada tiga variabel utama ini, penelitian menjadi lebih tajam dan mendalam dalam menganalisis dinamika manajerial di lingkungan sekolah dasar negeri.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan akan gaya kepemimpinan dan inovasi yang efektif untuk meningkatkan citra sekolah negeri yang selama ini cenderung tertinggal dari sekolah swasta dalam hal pemasaran dan kepercayaan masyarakat (publik). Dengan memperkuat *branding*, sekolah

tidak hanya mampu meningkatkan jumlah peserta didik tetapi juga menciptakan lingkungan belajar yang positif dan kompetitif.

Dari uraian di atas dan beberapa keunikan-keunikan yang ada di dua lembaga tersebut, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Gaya Kepemimpinan, Inovasi, Dan Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Sekolah (Studi Multisitus di SDN Sengon I dan SDN Watuagung I)** Judul ini dipilih dengan tujuan untuk memberikan edukasi dan informasi mengenai gaya kepemimpinan yang baik dan tepat, pelaksanaan program-program inovasi sekolah yang mampu meningkatkan *branding* sekolah sehingga mampu meningkatkan citra sekolah. manfaat penelitian ini antara lain bagi lembaga sekolah sebagai dasar pengambilan kebijakan strategis pengembangan institusi, bagi kepala sekolah dan guru sebagai refleksi gaya kepemimpinan dan inovasi yang dijalankan, serta bagi wali murid sebagai informasi penting dalam menilai kualitas dan keunggulan sekolah tempat anak mereka belajar. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan pengambil kebijakan dalam menyusun program pembinaan kepala sekolah dan pengembangan mutu sekolah secara berkelanjutan.

1.2 Fokus Penelitian

Bedasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini penulis jabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan dan pengembangan sekolah di SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen?

2. Bagaimana karakteristik inovasi sekolah untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan dan daya tarik sekolah bagi masyarakat di SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen?
3. Bagaimana strategi sekolah dalam meningkatkan *branding* sekolah di SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis gaya kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan dan pengembangan sekolah, di SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik program inovasi sekolah untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan dan daya tarik sekolah bagi masyarakat di SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi sekolah dalam meningkatkan *branding* sekolah di SDN Sengon I Purwosari dan SDN Watuagung I Prigen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi lembaga sekolah bermanfaat sebagai dasar pengambilan kebijakan strategis pengembangan institusi.
2. Bagi kepala sekolah dan guru bermanfaat sebagai bahan refleksi gaya kepemimpinan dan inovasi yang dijalankan.

3. Bagi wali murid bermanfaat sebagai informasi penting dalam menilai kualitas dan keunggulan sekolah tempat anak mereka belajar.
4. Bagi pemerintah daerah bermanfaat sebagai referensi dalam menyusun program pembinaan kepala sekolah dan pengembangan mutu sekolah secara berkelanjutan.

1.5 Definisi Istilah

Adapun definisi istilah yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Gaya kepemimpinan adalah cara atau pendekatan yang digunakan oleh seorang pemimpin mengarahkan, memotivasi, dan mempengaruhi anggota kelompok atau organisasi yang ada dibawah kepemimpinannya untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Program inovasi adalah serangkaian kegiatan atau strategi yang dirancang dan diterapkan oleh sekolah untuk memperkenalkan pembaruan dalam sistem pembelajaran, manajemen, kurikulum, budaya sekolah, atau teknologi guna meningkatkan mutu pendidikan dan pencapaian peserta didik.
3. *Branding* sekolah adalah usaha atau upaya strategis dan sistematis yang dilakukan oleh sekolah untuk membentuk, mengolah, dan menginformasikan kepada khalayak umum tentang identitas, citra positif, dan nilai-nilai keunggulan yang dimiliki oleh sekolah.