

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu masalah global adalah persaingan antar lembaga pendidikan, entah itu swasta atau negeri. Solusinya adalah menuntu agar lembaga pendidikan harus dikelola secara profesional. Dimana di era ini keunggulan suatu bangsa tidak lagi ditandai dengan melimpah kekayaan alam, melainkan pada keunggulan sumber daya manusia (SDM) berkolerasi positif dengan mutu pendidikan. Mutu pendidikan sering diindikasikan dengan kondisi yang baik, memenuhi syarat, dan segala komponen yang harus terdapat dalam pendidikan, komponen-komponen tersebut adalah harus terdapat dalam pendidikan, komponen-komponen tersebut adalah masukan, proses keluaran, tenaga kependidikan, sarana dan prasarana serta biaya. Sejalan dengan kemajuan teknologi dan globalisasi, perubahan dalam dunia pendidikan baik dari segi kurikulum, sistem, dan lain sebagainya yang harus menyesuaikan dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat saat ini, maka lembaga pendidikan harus mampu mempersiapkan diri dengan meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan.

Pendidikan pada hakikanya merupakan salah satu upaya mewariskan nilai sekaligus menjadi penolong dan penentu umat manusia dalam menjalani kehidupan dan peradaban umat. Proses pendidikan membebaskan manusia dari kebodohan dan kemiskinan sehingga pesertadidik perlu diberikan ilmu pengetahuan mempunyai bekal hidup yang layak dan terbebas dari kemiskinan dan kebodohan. Dalam dunia pendidikan terdapat suatu lembaga yang menjadi sarana atau wadah untuk membantu terlaksananya pendidikan yaitu sekolah. Sekolah sebagai sebuah lembaga atau organisasi dan tempat untuk mengajar dan belajar antara pendidik dan peserta didik, terdapat orang tua, sekelompok orang yang melakukan hubungan kerja yaitu kepala sekolah, guru-guru, serta tenaga fungsional yang lain. Sekolah adalah lembaga yang dirancang untuk pendidikan siswa atau murid dibawah pengawasan guru. Sebagian besar negara memiliki sistem pendidikan formalnya masing-masing. Nama-nama untuk sekolahnya juga bervariasi setiap negara. Di

Indonesia sekolah formal dibagi menjadi sekolah dasar untuk anak-anak dan sekolah menengah untuk anak remaja yang telah menyelesaikan pendidikan dasar. Kepala sekolah sebagai seorang pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan mempunyai peran aktif dan senantiasa berpengaruh dalam segala masalah yang berkaitan dengan kebutuhan staff, guru, dan siswa disekolah. Kepala sekolah merupakan komponen yang sangat penting, karena kepala sekolah berperan dalam sistem pengelolaan sekolah, mengarahkan input, proses, dan output pendidikan disekolah. Kepala sekolah bertanggung jawab terhadap keberhasilan penyelenggaraan pendidikan dengan cara melaksanakan administrasi sekolah dengan kualitas sumber daya yang ada agar mereka mampu menjalankan tugas-tugas sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing sehingga pelaksanaan kegiatan belajar mengajar dapat maksimal.

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 siswa untuk mencapai tujuan pendidikan.

Dinamika pola pendidikan yang begitu cepat dan silih berganti menjadikan persaingan antar sekolah semakin ketat, khususnya dalam menarik konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Seperti diketahui bahwa lembaga pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen, berupa murid atau siswa, mahasiswa, dan juga masyarakat umum yang dikenal sebagai "Stakeholder" pendidikan. Adapula guru yang disiplin, berwibawa, menguasai materi pelajaran, mau menambah pengetahuannya, mampu memberi dan membaca kabar dengan baik, dan rajin mendengar informasi dan sebagainya. Semua akan bermuara kepada sasaran memuaskan konsumen.

Branding atau identitas merek menjadi sangatlah penting. Branding tidak hanya berlaku bagi perusahaan atau produk tapi juga dilembaga pendidikan. Bagi lembaga pendidikan, branding juga berfungsi sebagai kekuatan dan pembeda. Dalam dunia pendidikan biasanya brand terlihat dari bagaimana sekolah dalam menciptakan merek sebagai tanda pengenal dari sekolah tersebut dikalangan masyarakat sekitar.

brand dapat dijadikan sebagai patokan dalam masyarakat untuk menentukan sekolah terbaik untuk anaknya selama mengampu pendidikan. Kegiatan ini terlihat dari bagaimana masyarakat menilai dan memberikan argumennya mengenai lembaga pendidikan. Dalam hal ini jelas pentingnya branding bagi lembaga pendidikan selain untuk persuai juga digunakan untuk kekuatan dan pembeda dari lembaga pendidikan yang lain agar lebih diminati. Kalau semua lembaga pendidikan sama tidak akan menarik minat masyarakat lagi. Untuk itu, branding yang diharapkan atau diinginkan dalam setiap lembaga pendidikanpun juga berbeda. 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. Karena itu sekolah harus mampu menampilkan proses pelayanan pendidikan melalui atribut kegiatan belajar mengajar yang unik, meliputi mutu KBM, kepuasan belajar siswa, prestasi siswa, dan mutu outcome. Sekolah juga mampu memberikan kesan yang mendalam kepada siswa dan masyarakat tentang manfaat bersekolah di tempat tersebut. Siswa dan masyarakat mendapatkan hasilnya perlahan secara nyata selama proses KBM berlangsung, bukan hanya akademik namun juga daya saing dan akhlak mulia. Sekaligus sekolah dapat membidik “customer” yang menjadi target market-nya.

Dengan banyak sekali Lembaga Pendidikan TK/PAUD yang terdapat di kota Pangkalpinang, sudah seharusnya sekolah-sekolah mempunyai inovasi yang berbeda dengan sekolah-sekolah lainnya. Dengan adanya berbagai macam fasilitas yang disediakan dan mutu Pendidikan yang baik, sekolah harus memiliki strategi khusus untuk menarik minat calon siswa ataupun orang tua siswa dalam menentukan Pendidikan bagi anaknya. Penetapan branding di TK/PAUD juga merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat, karena dengan adanya branding sekolah masyarakat sudah mengetahui apa yang ditonjolkan dari sekolah tersebut sehingga nantinya orang tua siswa dapat menyekolahkan anaknya di tempat yang diinginkan.

Kegiatan magang yang dilaksanakan oleh beberapa mahasiswa pada pengabdian masyarakat untuk menguraikan seluruh kegiatan magang yang telah

dilaksanakan, penulis telah menyiapkan laporan magang ini dengan judul ”**Analisis digitalisasi promosi dalam meningkatkan ppdb sekolah paud kabupaten bangka**”. Yang disertai dengan beberapa lampiran serta dokumen pendukungnya.

1.2. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Adapun tujuan dari pengabdian Masyarakat di LPK Atma Luhur tentang branding sekolah yaitu:

1. Membuat strategi branding untuk sekolah yang lebih unggul.
2. Memaksimalkan perkembangan teknologi dalam melakukan promosi.
3. Meningkatkan kesadaran tiap sekolah untuk bisa mengupgrade promosi PPDB berbentuk digital
4. Meningkatkan daya saing sekolah Masyarakat Bangka Belitung.
5. Mampu mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dan yang telah diajarkan oleh pembimbing lapangan setelah mahasiswa/i tersebut melakukan magang dan bisa digunakan sebagai pengalaman untuk bekerja nanti setelah lulus dari bangku perkuliahan.

1.3. Manfaat

Manfaat yang didapatkan dari program Praktek Kerja Magang (PKM) di Pengabdian Masyarakat yaitu :

1. Sebagai suatu usaha dalam menambah pengetahuan tentang strategi Kepala Sekolah dalam Menciptakan School Branding.
2. Sekolah – sekolah dapat berinovasi dalam meningkatkan kualitas daya tarik masyarakat terhadap sekolah tersebut,.
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang strategi dan mengedukasi sekolah- sekolah dalam menciptakan school branding yang nantinya akan diterapkan dilapangan.