

ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR STRATEGI *BRANDING* PADA MADRASAH IBTIDAIYAH ALHIDAYAH, CIREUNDE, CIPUTAT

Iis Mei Susilawati*

Muhammad Harun

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gotong Royong, Jakarta.

Email: *ismewati@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the strengths and weaknesses of MI Al-Hidayah, opportunities and threats that will be faced MI al-Hidayah, and what the appropriate branding strategy for MI al-Hidayah. This research uses qualitative approach. Data collection techniques are done by observation and interview. Key informants in this study were principals and some teachers who were directly involved in the school management process. The results showed that MI Al-Hidayah has a good enough strength and this can be utilized to win the competition in the field of education. Opportunities owned MI Al-Hidayah has been utilized optimally by MI Al-Hidayah. The branding strategy owned by MI Al-Hidayah is with the tahfidz qur'an from class 1 s / d VI that not all MI have such a program. If tahfidz program continues to be maintained and developed then MI al-Hidayah will have its own brand known by the community. This research also suggests MI al-Hidayah to maintain good image in the eyes of the community. In addition, MI al-Hidayah is also advised to increase the intensity and quality of the delivery of information in a focused manner, especially promoting the existing programs in the school.*

Keywords: *SWOT, strategy, branding*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan MI Al-Hidayah, peluang dan ancaman yang akan dihadapi MI al-Hidayah, dan strategi branding apa yang tepat untuk MI al-Hidayah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Informan utama dalam penelitian ini adalah kepala sekolah dan beberapa guru yang terlibat langsung dalam proses manajemen sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MI Al-Hidayah memiliki kekuatan yang cukup baik dan ini dapat dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan dalam bidang pendidikan. Peluang-peluang yang dimiliki MI Al-Hidayah sudah di manfaatkan secara maksimal oleh MI Al-Hidayah. Adapun strategi branding yang dimiliki oleh MI Al-Hidayah adalah dengan adanya tahfidz qur'an dari kelas 1 s/d VI yang tidak semua MI memiliki program seperti itu. Bila program tahfidz tersebut terus dipertahankan dan dikembangkan maka MI al-Hidayah akan memiliki brand tersendiri yang dikenal oleh masyarakat. Penelitian ini juga menyarankan MI al-Hidayah agar tetap mempertahankan citra (image) yang baik di mata masyarakat. Selain itu, MI al-Hidayah juga disarankan untuk meningkatkan intensitas dan kualitas penyampaian informasinya secara terarah terutama mempromosikan program yang ada di sekolah tersebut.

Kata Kunci: *SWOT, Strategi, Branding*

Pendahuluan

Sejalan dengan berpihaknya kebijakan pembangunan pemerintah pada bidang pendidikan, maka saat ini banyak bermunculan lembaga-lembaga pendidikan dari mulai pendidikan dasar sampai perguruan tinggi, baik dalam bidang umum maupun dalam bidang keagamaan, dari mulai sekolah yang biasa-biasa sampai sekolah favorit. Akibat banyaknya sekolah atau madrasah yang dibangun, maka hampir dipastikan akan terjadi persaingan ketat. Semua berlomba-lomba membangun pendidikan yang berkualitas, mengadakan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler tambahan, mengembangkan fasilitas pendidikan, dan berupaya mengaplikasikan teknologi di sekolah masing-masing. Hal ini dilakukan, karena menyadari bahwa pendidikan merupakan proses perubahan sikap dan prilaku seseorang ke arah yang lebih baik, sehingga sekolah yang dapat menawarkan transformasi pengetahuan, keahlian dan keterampilan yang baik akan semakin diburu oleh masyarakat untuk menyekolahkan anggota keluarganya.

Untuk dapat bersaing maka sekolah-sekolah harus dapat meningkatkan prestasi dan prestise sekolahnya. Salah satu upaya awal yang harus dilakukan oleh sekolah atau madrasah adalah dengan mengenali kelebihan dan kelemahan sekolah tersebut, baik dalam manajemen sekolahnya, fasilitas yang harus disediakan oleh pihak sekolah, hingga cara pengajaran gurunya, serta program-program dan tujuan yang harus dicapai dalam suatu sekolah. Sekolah juga harus mengetahui hal apa saja yang mungkin mereka kembangkan di masa depan nanti sehingga sekolah dapat menjadi sekolah favorit bahkan menjadi unggulan. Selain itu sekolah harus dapat mengenal ancaman apa saja di masa sekarang maupun masa depan nanti yang dapat merusak eksistensi dan kemanfaatan sekolah tersebut di masyarakat.

Salah satu cara untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman dari masing-masing sekolah itu adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunitites, and Threatment*). Menurut Ferrel dan Harline (2005) fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkan dalam pokok permasalahan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu sebuah organisasi mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Menurut Rangkuti (2004:18), matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi sebuah organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, sebagai berikut

Tabel. Empat Set Kemungkinan Strategis

IFAS EFAS	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Wekness)
Peluang (Opportunity)	Strategi SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (Threats)	Strategi ST: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2004:18) dan Zimerer (2002:37-43)

Analisis SWOT tersebut di atas akan membantu sekolah dalam menyusun strategi branding. Strategi branding itu sendiri merupakan upaya untuk menyusun kekhasan yang menjadi unggulan sebuah sekolah dibandingkan dengan sekolah-sekolah lainnya. Memiliki strategi branding yang jelas dan ringkas menyebabkan ekuitas merek (modal yang dimiliki sebuah organisasi) lebih kuat. Dengan cara seperti ini orang akan mengetahui dan mengenal keunggulan produk atau program yang kita miliki.

Madrasah Ibtidaiyah (MI) Al-Hidayah merupakan sebuah sekolah yang berada di bawah naungan Yayasan Darussa'adah. Yayasan Darussa'adah mendirikan MI Al-Hidayah pada tahun 1967 dan meluluskan siswanya pada tahun 1975. Sampai sekarang, MI Al-Hidayah telah melahirkan sebanyak 39 angkatan alumni. Alumninya telah tersebar dimana-mana. Berdasarkan hasil observasi awal penulis pada November 2014, diketahui bahwa MI Al-Hidayah memiliki jumlah guru sebanyak 14 orang, jumlah murid 385, jumlah kelas 13 (terdiri dari kelas I ada 3 kelas, kelas II, III, IV, V dan VI masing-masing 2 kelas). Namun jumlah murid yang cukup banyak tersebut tidak semuanya dapat tertampung di sekolah, karena sekolah hanya memiliki 7 ruang kelas. Sehingga sekolah terpaksa membagi waktu belajar menjadi pagi dan siang hari. Kelas I, II dan VI mendapatkan jadwal belajar pada pagi hari, sementara kelas III, IV dan V mendapatkan jadwal pada sore hari.

MI Al-Hidayah dibangun pada sebidang tanah seluas 350 meter persegi, namun hanya memiliki luas bangunan 300 meter persegi saja. MI Al-Hidayah belum memiliki lapangan khusus untuk mengadakan upacara bendera, sehingga hal ini menyebabkan nilai akreditasi mereka menurun. MI Al-Hidayah saat ini baru mendapatkan predikat akreditasi B.

MI Al-Hidayah berpeluang untuk menjadi sekolah unggulan di kecamatan Ciputat Timur karena memiliki peminat yang cukup banyak. Data dari tahun 2009 sampai tahun 2014 menunjukkan bahwa peminat MI Al-Hidayah cukup berkembang

pesat. Dari mulai hanya 247 siswa pada tahun 2009, kemudian terus merangkak naik. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. Jumlah Siswa MI Al-Hidayah

Tahun	Jumlah Siswa
2010	296
2011	297
2012	323
2013	326
2014	385

Sumber : MI Ahidayah

Pada tahun 2014 sekarang. Penulis berasumsi bahwa minat masyarakat untuk mensekolahkan anaknya di MI Al-Hidayah ini dimungkinkan karena jaraknya yang cukup strategis dekat dengan wilayah penduduk, harga yang terjangkau dan perpaduan pelajaran umum dan agama Islam. Dengan dilakukannya analisis SWOT terhadap kondisi real di MI Al-Hidayah maka strategi branding dapat dilakukan untuk membangun MI Al-Hidayah menjadi sekolah unggulan di masa depan nanti.

Tujuan dari penulisan dari artikel ini adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan apa yang dimiliki oleh MI Al-Hidayah, peluang dan ancaman apa yang akan dihadapi MI Al-Hidayah di masa depan nanti, dan strategi branding apa yang dapat disusun berdasarkan analisis SWOT di MI Al-Hidayah

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor seperti yang dikutip Iexy J, Moleong yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus dan tujuan penelitian. Alat atau teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara observasi dan wawancara dan kajian kepustakaan. Analisis dilakukan dengan melakua tiga tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data.

Analisis SWOT dan Strategi Branding

Analisis SWOT

SWOT adalah gambaran tentang lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threat* yang dihadapi oleh dunia usaha ataupun dunia pendidikan. Analisis *SWOT* membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*). Berikut ini adalah ilustrasi singkat analisis *SWOT* dalam sebuah lingkungan organisasi.



Bagan. Analisis SWOT dalam sebuah lingkungan organisasi.

Sumber: Pearce dan Robinson (2008:203)

Pada ilustrasi di atas dapat diketahui bahwa analisis SWOT menghasilkan 4 kuadran utama, yaitu kuadran 1, kuadran 2, kuadran 3, dan kuadran 4. Setiap kuadran menggambarkan keadaan real dari sebuah organisasi, tergantung mana yang dominan Strength, Weakness, Opportunity atau Threats. 1) *Kuadran Pertama*. Pada Kuadran ini, situasi sangat menguntungkan. Organisasi tersebut memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. 2) *Kuadran Kedua*. Pada kuadran kedua ini bisa digambarkan bahwa suatu organisasi dalam menghadapi berbagai ancaman, organisasi masih memiliki kekuatan dari segi internal. 3) *Kuadran Ketiga*. Pada kuadran ini, organisasi menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/ kelemahan internal. Kondisi pendidikan pada kuadran 3 ini mirip dengan *question Mark*. Fokus strategi organisasi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal organisasi, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. 4) *Kuadran Keempat*. Pada kuadran keempat, situasi yang dialami sebuah organisasi sangat tidak menguntungkan, organisasi tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi organisasi adalah Matriks *SWOT*. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, yaitu:

Tabel. Matrik Empat Set Kemungkinan Alternatif Strategis

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan Peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi masalah	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

IFAS: *Internal Strategies Factors Analysis Summary*

EFAS: *Eksternal Strategies Factors Analysis Summary*

Strategi SO. Strategi ini di buat berdasarlan jalan pikiran organisasi, yaitu memanfaatkan seluruh kebutuhan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. *Strategi ST.* Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman. *Strategi WO.* Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. *Strategi WT.* Strategi ini digunakan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Konsep Strategi

Setiap organisasi mempunyai tujuan untuk dapat tetap bertahan hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba organisasi. Tujuan ini hanya dapat dicapai, apabila bagian pemasaran melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempurnaan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan organisasi di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

Adanya ketidaksepakatan mengenai arti strategi, tercermin dalam berbagai definisi yang diajukan oleh penulis. Hal ini terjadi karena tidak adanya ukuran yang

cukup teliti terhadap batasan pengertian dari strategi. Di satu pihak menyebutkan strategi adalah mencakup satu tujuan dan cara-cara yang dipergunakan untuk mencapai tujuan tersebut, sedangkan di lain pihak strategi itu sendiri hanya mencakup cara-cara untuk mencapai tujuan.

Koontzt (1996:11) menyatakan bahwa: "Strategi adalah menentukan dan mengkomunikasikan melalui sisten tujuan dan kebijaksanaan yang utama. Strategi memperlihatkan suatu arah yang terpadu dan menyiratkan suatu penyebaran tekanan /pergerakan dan sumber daya. Strategi merupakan kerangka yang berguna untuk membimbing pemikiran dan tindakan organisasi." Anthon R.N. dalam bukunya: "*planning and Control System*" yang disadur oleh Koontz (1996:47), memberikan definisi strategi sebagai berikut: "Strategi sebagai hasil dari proses penetapan tujuan organisasi, penetapan mengenai perubahan dalam tujuan itu, penetapan kebijakan yang akan menguasai perolehan penggunaan dan pengaturan sumber daya."

Jelas bahwa pengertian strategi ini berbeda-beda (tidak ada kesatuan pandangan). Namun kesukaran tersebut tidak menjadikan usaha-usaha mencapai definisi yang diterima umum menjadi berhenti melainkan bermunculan berbagai definisi lain. Untuk dapat mencapai tujuan, organisasi harus harus menyusun rencana dan strategi pencapaian sasaran. Kemantapan rencana dan strategi pencapaian sasaran. Kemantapan rencana dan strategi merupakan kunci bagaimana itu akan diperoleh. Tanpa usaha tersebut tidak akan tercapai pendidikan tidak akan berkembang.

Proses Perencanaan Strategis

Perencanaan merupakan sekelompok usaha yang dinilai efektif, dimana orang harus mengetahui tentang pencapaian sesuatu sesuai dengan yang diharapkan, sehingga perencanaan strategis merupakan pekerjaan merencanakan strategis untuk menentukan seluruh tindakan organisasi, proses manajerial untuk membangun dan menjaga kesesuaian antara sumber daya organisasi dan peluang-peluang pasarnya. George A.Steiner dalam bukunya "*Manajemen Policy and Strategi*" yang disadur oleh Stoner (1996:41) menyatakan perencanaan strategis sebagai berikut: "perencanaan strategis merupakan proses pemilihan tujuan organisasi , penentuan kebijakan dan program yang perlu untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan, dan penetapan metode yang perlu untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis tersebut terlaksana."

Definisi yang lengkap ini dapat dipadatkan menjadi lebih ringkas: perencanaan strategis adalah proses perencanaan jangka panjang yang formal untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi.

Perencanaan strategis memberikan kerangka kerja bagi kegiatan organisasi yang dapat meningkatkan ketanggapan dan fungsi organisasi. Perencanaan strategis membantu pemimpin sekolah untuk mengembangkan konsep yang jelas mengenai organisasi. Selain itu, perencanaan strategis memungkinkan organisasi mempersiapkan diri menghadapi lingkungan kegiatan yang cepat berubah.

Keunggulan penting lainnya dari perencanaan strategis adalah membantu para pimpinan sekolah melihat adanya peluang yang mengandung resiko dan peluang yang aman dan memilih salah satu diantara peluang-peluang yang ada. Perencanaan strategis juga mengurangi kemungkinan kesalahan dan kejutan yang tidak menyenangkan, karena penelitian yang seksama telah dilakukan terhadap sasaran, tujuan, dan strategi.

Menurut Kotler (2000:44) proses perencanaan strategi pendidikan adalah sebagai berikut: 1) Penetapan misi, 2) Analisis lingkungan internal (analisis peluang dan hambatan atau gangguan), 3) Analisis lingkungan internal (analisis kekuatan dan kelemahan), 4) Perumusan tujuan, 5) Formulasi atau perumusan strategi, 6) Perumusan program, mencakup program penguatan bagian riset dan pengembangan, pengumpulan kehebatan teknologi, mengembangkan produk yang sukses dan sebagainya, 7) Implementasi strategi yang telah dirumuskan dengan jelas disertai dengan program yang telah dirumuskan dengan baik, dan 8) Umpan balik dan pengawasan (*feedback and control*) dari implementasi strategi terhadap perubahan dan perkembangan lingkungan internal dan eksternal.

Strategi Branding

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (kbbi.web.id/strategi). Sementara itu Branding berasal dari kata bahasa Inggris *Brand* (merek). Branding adalah identitas dari sebuah produk di pasar, dari sebuah merk kita dapat menunjukan nilai bisnis dari suatu organisasi atau suatu perusahaan. Branding memegang peran penting dalam sebuah bisnis, dengan strategi bisnis, suatu produk akan lebih dikenal oleh masyarakat dan pasar. Inilah yang dimaksud branding. (sumber: kompasiana.com)

Menurut Ryan Gondo Kusumo ada 10 langkah agar kita dapat meningkatkan Brand. Berikut ini adalah 10 langkah tersebut: 1) Buatlah Desain logo yang sesuai dengan produk, 2) Ciptakan desain logo perusahaan yang baik, 3) Pilih alat marketing yang sesuai untuk meningkatkan brand anda dimata public, 4) Berinteraksi melalui sosial media, 5) Menggunakan partnership untuk membangun brand awareness, 6) Gunakan blog untuk meningkatkan branding bisnis, 7) Ciptakan pesan yang membuat

orang ingin menyebarkannya, 8) Berikan fans kesempatan untuk berpartisipasi, 9) Hargai super fans.

Selain pendapat di atas, beberapa hal di bawah ini harus diingat ketika sedang berusaha membangun dan menciptakan *brand image*: 1) Harus mudah diingat, misalnya untuk pemilihan nama domain jangan terdiri dari kosakata yang sulit atau lebih dari tiga kata, 2) Relevan, meski tidak harus, tapi nama brand yang relevan dengan produk akan membuat brand image semakin kuat, 3) Usahakan untuk bersifat dinamis dan fleksibel, ini juga sama pentingnya, artinya kita juga harus memiliki kemampuan untuk terus berinovasi, sekalipun masih dalam produk yang sama, cara ini bertujuan agar bisnis kita bisa bertahan sekaligus tidak ketinggalan zaman, 4) Tingkatkan interaksi dengan audience.

Sekarang kita bisa memanfaatkan berbagai macam teknologi *digital marketing* seperti facebook, twitter, itu semua sebaiknya digunakan untuk berinteraksi dengan mereka

Analisis SWOT MI dan Strategi Branding MI Al-Hidayah

Pada bagian ini penulis akan mendeskripsikan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam MI Al-Hidayah. Berdasarkan data yang telah diperoleh, gambaran keadaan MI Al-Hidayah ini ada yang berasal dari lingkungan internal MI Al-Hidayah sendiri (kelemahan dan kekuatan) atau yang biasa disebut sebagai faktor internal, dan ada gambaran yang berasal dari luar (peluang dan ancaman) yang biasa disebut sebagai faktor eksternal.

Pembahasan pada bagian ini akan dimulai dengan penjelasan mengenai faktor internal terlebih dahulu sebagai berikut:

Strength (Kekuatan). *Strength* (kekuatan) adalah faktor-faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan organisasi untuk mencapai misi, cita-cita, dan tujuan organisasi (Zimmerer, 2002:42). Definisi tersebut menunjukkan bahwa organisasi. Sebagai sekolah yang telah cukup lama berdiri MI Al-Hidayah telah memiliki berbagai kekuatan yang cukup signifikan, yaitu:

Kurikulum. MI Al-Hidayah telah memuat 15 mata pelajaran, yang memadukan kurikulum Kementrian Agama dan kurikulum Kemen pendidikan dan kebudayaan yang diberikan secara professional dan berkesinambungan. Kelima belas mata pelajaran tersebut adalah qur'an hadits, IPA, IPS, Matematika, Fiqih, PKN, Penjas, Bahasa Indonesia, Aqidah Akhlaq, PLBJ, Bahasa Inggris, Tahfidz qur'an, SBK, SKI, Bahasa Arab. Semua pelajaran tersebut diajarkan pada kelas 4 sampai kelas 6. Sementara itu untuk kelas 1 dan 2 hanya mempelajari 13 mata pelajaran, dengan

menghilangkan mata pelajaran Bahasa Arab dan SKI. Sedangkan kelas 3 mempelajari 14 mata pelajaran, dan belum mempelajari Bahasa Arab.

Kegiatan Pengembangan Diri. Selain menerapkan mata pelajaran wajib, MI Al-Hidayah juga telah menyelenggarakan program ekstrakurikuler yang bertujuan untuk mengembangkan minat dan bakat pada diri para siswa. Kegiatan pengembangan diri MI Al-Hidayah meliputi kegiatan pramuka, seni Tari, seni rebana (qasidah), marawis, Tahfidz dan karate. Semua kegiatan tersebut dilaksanakan dalam waktu yang berbeda-beda. Kegiatan pramuka diadakan pada hari Sabtu pukul 08.30 – 10.00 pagi. Seni Tari dilaksanakan pada Hari Selasa setelah pulang sekolah. Qasidah (rebana) dilaksanakan pada hari Kamis sore. Marawis dilaksanakan pada Selasa sore. Sementara itu Karate dilaksanakan pada Hari Rabu ba'da ashar.

Posisi Keuangan. Sebuah lembaga pendidikan tentu saja tidak akan berjalan tanpa memiliki keadaan finansial yang sehat. MI Al-Hidayah memiliki beberapa sumber keuangan, yakni berasal dari siswa SPP (Sumbangan Pembinaan Pendidikan), uang bangunan, BOS (Bantuan Operasian Sekolah), BSM (Beasiswa Siswa Miskin), bantuan dari komite, donator, hasil usaha sekolah, dan sumber keuangan lainnya. Dengan keberadaan sumber keuangan madrasah tersebut, MI Al-Hidayah telah berhasil menyelamatkan beberapa orang siswa yang terancam putus sekolah, karena beberapa siswa MI Al-Hidayah ada dalam keadaan kurang mampu. Bantuan tersebut diberikan dalam bentuk pembebasan SPP dan pemberian dana tunai langsung dari dana BOS.

Prestasi Siswa. Siswa MI al-Hidayah telah memiliki berbagai prestasi dalam bidang akademik dan non akademik. Berikut ini adalah beberapa contoh prestasi siswa-siswi MI al-Hidayah, diantaranya adalah Pada tahun 2009 siswa siswi MI Al-hidayah memiliki ujian rata-rata tertinggi pada tingkat kota Jakarta selatan, siswa MI Al-hidayah mempunyai tingkat kelulusan 100%., siswa MI Al-hidayah juga 60% bisa diterima di SMP Negeri, selain itu pada tahun yang sama siswa MI Al-hidayah menndapat juara III lomba cerdas cermat pada tingkat kecamatan. Pada tahun 2015 siswa MI mengikuti perlombaan MTQ se Kecamatan dan mendapatkan juara ke 1 dan 2. Selanjutnya, Pada tahun 2015 pertengahan Desember MI al-hidayah juga mengadakan kemping selama 2 hari diwajibkan untuk kelas 3 sampai kelas 5, itu dilaksanakan untuk melatih kemandirian dan mental si anak.

Pembiasaan Budaya Sekolah. Semua warga sekolah dibiasakan untuk berpenampilan rapi dan menutup aurat, memberi salam dan bersalaman dengan guru saat bertemu, mengulang hafalan Qur'an sebelum pembelajaran. Para guru dan staf kependidikan juga dianjurkan untuk memakai pakaian yang rapi dan sopan, serta bersikap ramah pada para tamu orang tua dan bersikap kasih sayang kepada para siswa. Dalam berpakaian, para siswa MI Al-Hidayah memiliki beberapa jenis seragam yang dapat digunakan pada hari-hari yang berbeda. Pada Hari senin para siswa

memakai seragam putih-putih. Hari Selasa memakai seragam putih-hijau. Hari Rabu memakai seragam olah raga. Hari Kamis memakai seragam batik dan bawahan putih. Hari Jumat memakai pakaian muslim, dan pada Hari Sabtu mereka memakai baju pramuka.

Weakness (Kelemahan). *Weakness* (kelemahan) adalah faktor-faktor internal negative yang merintang kemampuan organisasi untuk mencapai misi, cita-cita, dan tujuan (Zimmerer, 2002:42). Kelemahan (*weakness*) dari sebuah organisasi hendaknya dapat diminimalisir, karena bila kelemahan ini lebih dominan dari kekuatan maka organisasi tidak akan survive dalam menghadapi persaingan. Selain beberapa kelebihan yang disebutkan di atas, MI Al-Hidayah memiliki beberapa kelemahan yang harus segera diatasi. Kelemahan-kelemahan tersebut adalah sebagai berikut:

Proses Pembelajaran. Proses pembelajaran belum memberikan ruang yang cukup bagi prakarya, keativitas, dan kemandirian sesuai dengan bakat, minat dan perkembangan fisik serta psikologi peserta didik. Hal ini dikarenakan MI AL-Hidayah baru memiliki 7 ruang kelas, yang terdiri dari 3 ruang kelas di lantai bawah dan 4 ruang kelas di lantai 2.

Supervisi. Supervisi atau pemantauan terhadap kinerja guru kurang dilakukansecaramaksimal. Hal ini karena keterbatasan personil supervisi di MI al-Hidayah. Proses supervisi lebih banyak mengandalkan laporan dari para siswa atau orang tua siswa terhadap kinerja. Hal ini tentu saja kurang proporsional dan bisa sangat subjektif.

Pendidik. Untuk menjadi pendidik yang berkualitas maka guru-guru di MI al-Hidayah meneruskan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi seperti yang lulusan D3 dilanjutkan ke S1, sehingga bisa menyesuaikan diri dengan ketentuan untuk mendapatkan tunjangan sertifikasi guru. Karena di MI Al-hidayah Masih ada pendidik yang belum sesuai dengan kualifikasi akademik (latar belakang pendidikan yang tidak sesuai) dan belum tersertifikasi. Selain itu, belum ada pendidik yang melakukan penelitian dan penulisan karya ilmiah. Penelitian ini menjadi sangat penting bagi guru untuk meningkatkan kinerjanya.

Tenaga Kependidikan. MI al-Hidayah masih memiliki tenaga kependidikan yang kurang mumpuni (kurang berperan dan latar pendidikan yang tidak sesuai). Sejauh ini MI al-Hidayah hanya memiliki seorang tenaga kependidikan/staff TU.

Sarana dan Prasarana. MI al-Hidayah masih memiliki kekurangan dan ketidaklengkapan dalam sarana dan prasarana. Perpustakaan, UKS (Unit Kesehatan Siswa), dan laboratorium kurang lengkap. Belum memiliki tempat ibadah dan ruang

konseling, prasarana multimedia secara khusus. Dalam proses pendidikan ibadah seperti shalat MI al-Hidayah menggunakan masjid jami terdekat milik masyarakat.

Opportunities (Kesempatan). *Opportunity* (peluang) adalah opsi-opsi eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh suatu organisasi untuk mencapai misi, cita-cita, dan tujuannya. (Zimmere, 2002:43). Opportunity (peluang) merupakan lingkungan luar organisasi, sehingga organisasi tidak dapat menghilangkan atau menciptakan sebuah peluang, organisasi hanya dapat mencari informasi mengenai peluang-peluang yang ada dipasar. Organisasi yang pandai melihat dan memanfaatkan peluang dan memenangkan persaingan dalam suatu organisasi. Oleh sebab itu, setiap perusahaan hendaknya memiliki informasi yang akurat dan aktual mengenai perkembangan organisasi. Selanjutnya berikut ini akan dilakukan analisis SWOT terhadap faktor eksternal yang dimiliki oleh MI al-Hidayah, sebagai berikut:

Dukungan Orang Tua. Dukungan orang tua yang cukup besar terhadap sekolah dan anak (melalui penyediaan buku pelajaran, berkomunikasi dengan pendidik dan tenaga kependidikan, dan pemberian izin untuk mengikuti kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler).

Kerjasama dengan Lembaga Lain. Kerjasama yang dilakukan pihak sekolah dengan lembaga lain, seperti: instansi pemerintah (seperti puskesmas), penerbit buku, lembaga bimbingan belajar, dan lembaga pelatihan. MI Ahidayah bekerja sama dengan puskesmas, supaya siswa siswinya dapat memahami pentingnya kesehatan, selain puskesmas MI Ahidayah juga bekerja sama dengan penerbit buku supaya guru bisa lebih mudah untuk mengetahui penerbit buku siapakah yang pantas atau cocok untuk di gunakan, kemudian MI Ahidayah mengadakan bimbel (bimbingan belajar) terutama pada anak-anak yang akan menghadapi ujian nasional dengan tujuan untuk mempermudah siswa belajar.

Dukungan Pemerintah. Pemerintah memberikan bantuan kepada siswa (dalam bentuk BOS,BSM), dan guru (dalam bentuk tunjangan fungsioanal, KKG,dan pelatihan incidental lainnya). Dengan adanya dukungan pemeintah seperti itu, orang tua siswa akan lebih ringan mengeluarkan biaya sekolah,apalagi dengan situasi sekarang ini, dimana ekonomi semakin susah, dengan adanya BOS (bantuan operasional sekolah) bisa meringankan beban orang tua wali, pemerintah juga memberikan dana BSM (bantuan siswa miskin), dengan tujuan supaya orang yang kurang mampu juga bisa menuntut ilmu seperti yang lain, bahkan sekarang ini pemerintah mencari orang yang berprestasi, agar bisa dibiayai sekolah keluar negeri. Pemerintah memberikan kesempatan itu kepada siswa dan siswi yang berprestasi dalam bidang apapun. Pemerintah juga memberikan tunjangan kepada para guru yang berpotensi yaitu dengan adanya tunjangan fungsional, selain tunjangan fungsional guru juga diadakan

kegiatan kompetensi guru (KKG), supaya bisa melahirkan guru-guru yang berkualitas, dan juga diadakan pelatihan-pelatihan lainnya.

Akreditasi Sekolah. Sekolah mendapat akreditasi B, ini menjadi modal dan motivasi yang baik bagi sekolah untuk terus mengembangkan sekolah dan mendapatkan input yang berkuantitas dan berkualitas maksimal. Dengan modal akreditasi B, MI Al-hidayah akan lebih kuat untuk menarik masyarakat supaya anaknya bisa sekolah di sini, karena MI Al-hidayah ini bisa mempromosikan kepada masyarakat bahwa bukan hanya pelajaran umum yang akan di terima oleh siswa, agama serta akhlaknya pun akan di bina di sekolahan ini, selain itu juga MI ini akan berusaha agar siswa siswinya hapal Alqur'an (tahfidz).

Threats(Ancaman). *Threats* (ancaman) adalah kekuatan-kekuatan yang merintang kemampuan organisasi untuk mencapai misi, cita-cita, dan tujuan (Zimmerer, 2002:44). Setiap organisasi akan menghindari ancaman yang ada, karena ancaman merupakan hal yang dapat menggagalkan tujuan organisasi. Selain beberapa peluang di atas, MI al-Hidayah juga memiliki ancaman-ancaman sebagai berikut:

Lingkungan Sekolah. Sekolah yang kurang kondusif. Letak sekolah yang kurang strategis, masih dekat dengan Lingkungan beberapa pemukiman warga dan jalan raya sehingga terkadang mengganggu proses pembelajaran misalnya karena polusi udara (dari pembakaran sampah) dan suara bising radio/tape warga dan lalu lalang kendaraan, sehingga membuat anak kurang begitu nyaman dalam belajar karena situasi yang sangat bising.

Daya Saing. Ada beberapa sekolah lain yang setara yaitu (Sekolah Dasar Negeri atau sekolah islam lainnya) dan sekolah dengan pembiayaan minim bahkan gratis di sekitar sehingga dapat menjadi banyak pilihan bagi warga yang berstatus menengah ke bawah. Untuk itu MI al-hidayah dari jauh hari sudah mempromosikan sekolahnya ke TK, TPA yang ada di wilayah Cireundeu. Bagi anak yang ingin masuk MI al-hidayah ini setidaknya sudah mengetahui huruf dan sudah bisa berhitung, sehingga diadakan penyeleksian terlebih dahulu.

Budaya Masyarakat. Kebudayaan masyarakat yang masih belum mengedepankan nilai-nilai keislaman, misalnya dalam hal menutup aurat, kejujuran, dan kedisiplinan beribadah. Dalam keseharian, misalnya masih ada orang tua yang mengantar atau menjemput anaknya suka berpakaian tanpa menggunakan kerudung atau pakaian lain yang kurang sopan, sehingga kurang pantas di lihat.

Kualitas Lulusan. Sekitar 0,5% masih ada lulusan yang kualitasnya rendah (beberapa nilai mata pelajaran belum mencapai KKM). Sedangkan tuntutan masyarakat cukup

besar terhadap lulusan dari segi pengetahuan umum dan terutama pengetahuan agama (membaca atau menghafal al-Qur'an serta penguasaan bahasa arab).

Lingkungan Global. Lingkungan global yang sangat besar pengaruhnya, yakni dampak-dampak negatif dari perkembangan teknologi seperti media televisi, internet, video game. Di sekitar sekolah dan tempat tinggal murid masih ditemukan rental video game atau game online yang cukup menggoda bagi para murid.

Kuadran Analisis SWOT MI Al-Hidayah

Berdasarkan hasil analisis terhadap SWOT MI Al-Hidayah, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Analisis Faktor Internal

Strengths (S) = 1,32

Weakness (W) = 1,08

Jadi S-W = $1,32 - 1,08 = 0,24$

Analisis Faktor Eksternal

Opportunities (O) = 1,15

Threats (T) = 1,18

Jadi O-T = $1,15 - 1,18 = -0,03$

Dari hasil analisis SWOT diatas menunjukkan MI Al-hidayah berada pada kuadran1. Posisi ini menandakan bahwa MI Al-hidayah adalah sekolah yang kuat dan berpeluang, karena faktor internal berada pada posisi *strenght* dan faktor eksternal ada diposisi *opportunities*, oleh karena itu rekomendasi strategi yang diberikan adalah *progresif*, artinya sekolah dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Analisis tersebut dapat digambarkan dalam diagram di bawah ini:

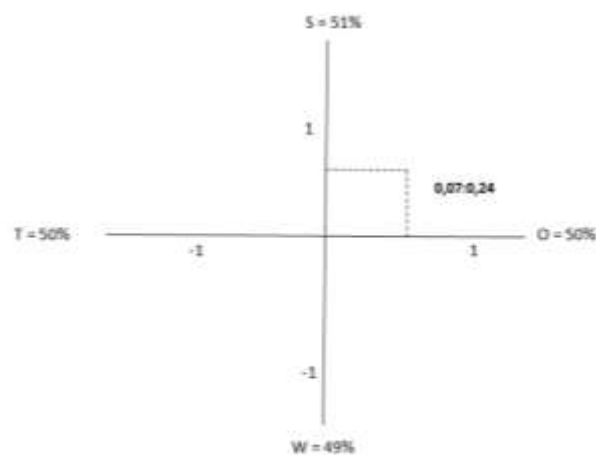


Diagram. Analisis SWOT MI Al-Hidayah

Pada hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor internal lebih tinggi dibanding faktor eksternal, oleh karena itu penulis menyatakan bahwa MI Alhidayah memiliki bobot nilai yang baik dalam lingkungan internal berada pada posisi Strength dan bobot nilai yang baik dalam lingkungan eksternalnya yaitu yang berada pada posisi opportunities, sehingga dapat disimpulkan bahwa posisi diagram SWOT pada MI Alhidayah berada pada posisi sel (satu) yaitu strategi SO, yang menunjukkan organisasi ini memiliki peluang lingkungan dan banyaknya kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang tersebut.

Strategi Branding MI Al-Hidayah

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (kbbi.web.id/strategi). Sementara itu Branding berasal dari kata bahasa Inggris *Brand* (merek). Branding adalah identitas dari sebuah produk di pasar, dari sebuah merk kita dapat menunjukan nilai bisnis dari suatu organisasi atau suatu perusahaan. Branding memegang peran penting dalam sebuah bisnis, dengan strategi bisnis, suatu produk akan lebih dikenal oleh masyarakat dan pasar. Inilah yang dimaksud branding.

Berdasarkan artikel dari Ryan Gundo Kusumo, maka branding yang telah dilakukan oleh MI al-Hidayah sesuai dengan pengamatan penulis adalah sebagai berikut: a) Berinteraksi melalui media sosial, seperti twitter, facebook, dan Google, karena melalui media sosial ini dapat memudahkan untuk menarik peminat orang tua untuk mensekolahkan di MI al-Hidayah ini, b) Menggunakan blog untuk meningkatkan branding MI al-Hidayah ini, dengan adanya blog, bisa menyediakan konten-konten yang menarik untuk subscriber, sehingga akan meningkatkan brand awarnessnya. Bahkan dengan blog juga bisa mendapatkan kesempatan, serta bertambahnya peminat karena adanya subscriber yang menjadi pelanggan, c) Menyebarkan brosur ke TK dan TPA, agar lebih mudah menarik orang tua untuk mensekolahkan anaknya di MI al-Hidayah ini, d) Menciptakan pesan yang membuat orang ingin menyabarkannya, seperti di sekolah ini mempunyai keunggulan selain banyak mata pelajaran agama juga di MI al-Hidayah ini mengadakan tahfidz qur'an dari kelas 1 s/d kelas VI, serta diadakan berbagai ekstrakurikuler seperti pramuka, karate dan menari, d) Setiap semester MI al-Hidayah secara rutin memberikan penghargaan berupa piala untuk juara kelas peringkat I, II, dan III. Hal ini bertujuan agar anak-anak mau berlomba-lomba demi meraih prestasi yang lebih baik. Hal ini ternyata cukup berkesan bagi para siswa, hal ini terbukti ketika seorang siswa yang cukup berprestasi pindah dari MI al-Hidayah ke sekolah lain. Di sekolah barunya dia berprestasi juga namun tidak

mendapatkan penghargaan, kemudian anak tersebut membandingkannya dengan MI al-Hidayah.

Kesimpulan

Setelah melakukan analisis SWOT dan strategi branding pada MI Al-Hidayah, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut: 1) MI Al-Hidayah merupakan pelaku utama dalam pendidikan dan mempunyai brand-brand yang di andalkan serta memiliki visi misi untuk melayani masyarakat dalam hal pendidikan yang lebih baik. 2) MI Al-Hidayah memiliki kekuatan yang cukup baik dan ini dapat di manfaatkan untuk memenangkan persaingan dalam pendidikan di Indonesia. 3) Peluang-peluang yang dimiliki MI Al-Hidayah sudah di manfaatkan secara maksimal oleh MI Al-Hidayah. 4) Setiap organisasi termasuk dalam pendidikan akan menghindari ancaman yang ada, karena ancaman merupakan hal yang dapat menggagalkan tujuan organisasi, dengan kata lain organisasi akan berusaha bahkan mungkin akan menghilangkan ancaman. Akan tetapi, ancaman dalam sebuah organisasi tidak dapat dihilangkan dan juga tidak dapat dihindari. Sebuah ancaman hanya dapat diminimalkan dengan kekuatan (strength) yang dimiliki organisasi. 5) Kelemahan (weakness) dari sebuah organisasi hendaknya diminimalisir, karena bila kelemahan ini lebih dominan dari kekuatan maka organisasi tidak akan survive dalam menghadapi persaingan. Dengan kata lain organisasi harus mampu mengidentifikasi kelemahannya sedini mungkin, agar dapat meminimalkan kelemahan tersebut dan bisa memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. 6) Adapun strategi Branding yang dimiliki oleh MI Al-Hidayah adalah dengan adanya tahfidz qur'an dari kelas 1 s/d IV yang tidak semua MI ada program seperti itu. Mungkin kedepannya bisa mengadakan program-program yang lebih berbobot/berkwalitas lagi.

Saran

Saran penulis kepada MI Al-Hidayah agar dapat mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang serta dapat mempertahankan kekuatan yang ada, antara lain sebagai berikut: 1) MI Al-Hidayah harus tetap mempertahankan citra (image) yang baik di mata masyarakat, 2) Promosi MI Al-Hidayah perlu ditingkatkan intensitas dan kualitas penyampaian informasinya secara terarah terutama mempromosikan program yang ada di sekolah tersebut, 3) MI Al-Hidayah hendaknya tetap mempertahankan keunggulan bahkan meningkatkan keunggulan yang ada pada sekolah MI Al-Hidayah tersebut, 4) MI Al-hidayah perlu menciptakan pelayanan yang berbeda terutama pelayanan terhadap masyarakat terutama orang tua wali harus lebih ramah, 5) MI Al-Hidayah harus dapat mempertahankan kelebihanannya supaya masyarakat dapat melihat keunggulan sekolah MI tersebut, 6) Pihak MI Al-Hidayah

perlu menyelenggarakan pelatihan-pelatihan dalam menghadapi berbagai kriteria masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan siswa baru, 7) MI Al-Hidayah sebaiknya mengikuti terus perkembangan pendidikan sehingga dapat terus bertahan dalam persaingan.

Daftar Pustaka

- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*, Jakarta: Salemba Empat
- Hitt, Michael dan Duane, E. Hoskisson. 1997. *Manajemen Strategi Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Koontz H., O'Donnell, C., Wihrich, H. 1996. *Manajemen*. Edisi Kedelapan, Jilid I, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan AB Setiawan. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Kesatu, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kusumo, Ryan Gondo. 2014. *Langkah Meningkatkan Brand Anda*. Tersedia di www.ciputra-uceo.net/Blog/2014/7/18/10-langkah-meningkatkan-brand-anda-by-ryan-gondokusumo.
- Lexy, J. Moleong. 2005. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Pearce and Robinson. 2008. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat.
- Presatya, Irawan. 1999. *Logika dan Prosedur Penelitian: Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula*. Jakarta: STIA-LAN.
- Rangkuti, Fressy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Samiaji Saroso. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Indeks.
- Stoner, James A. F., 1996. *Manajemen*. Alih Bahasa Alexander Sindoro, Penyunting Bambang Sayala. Edisi Keenam, Jilid I, Jakarta: Penerbit Prehalindo.
- Tjutju Soendari. 2014. *Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif*, artikel diakses pada 5 Maret 2014 dari http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR.PEND.LUAR_BIASA/195602141980032TJUTJU_SO_ENDARI/Power_Point_Perkuliahan/Penelitian_PKKh/Teknik_analisis_dt.kual_ppt_0/05BCompatibility_Mode_0/05D/pdf.

Zimerrer, Thomas W, dan Scarborough, Norman M. 2002. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*, Jakarta: Prehallindo.

Sumber elektronik

<http://setudi.com/161-srategi-mengembangkan-branding-branding-strategy.html>