

ABSTRAK

Fida Fadilatul Romdoniyah, Manajemen Strategi Program Kelas Atlet dalam Meningkatkan *Brand Image* Sekolah (Penelitian di SMK Al-Huda Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya)

Dalam upaya meningkatkan *brand image* sekolah, SMK Al-Huda Sariwangi menghadirkan inovasi melalui program kelas atlet yang memadukan pembinaan akademik dan olahraga secara profesional. Namun, pada kenyataannya, *brand image* sekolah belum sepenuhnya terbentuk oleh keberadaan program tersebut, melainkan lebih banyak dipengaruhi oleh program-program lain yang ditawarkan sekolah. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan citra melalui program kelas atlet belum berjalan secara optimal. Permasalahan ini menarik untuk dikaji, mengingat program kelas atlet memiliki potensi besar sebagai strategi penguatan identitas sekolah jika dikelola secara efektif dan terintegrasi dengan visi lembaga.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Menganalisis faktor yang mendorong terbentuknya dan berkembangnya program kelas atlet di SMK Al-Huda Sariwangi. 2) Mengkaji formulasi strategi program kelas atlet dalam upaya meningkatkan *brand image* sekolah di SMK Al-Huda Sariwangi. 3) Mendeskripsikan implementasi strategi program kelas atlet yang dilakukan SMK Al-Huda Sariwangi. 4) Mengevaluasi strategi program kelas atlet dalam membangun *brand image* sekolah.

Penelitian ini didasarkan oleh teori manajemen strategi menurut Wheelen & Hunger yang menekankan proses formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi sebagai kerangka analisis keberhasilan program. Teori *brand image* menurut Kotler & Keller digunakan untuk menjelaskan bagaimana citra sekolah terbentuk melalui persepsi publik yang dipengaruhi oleh citra institusi, citra layanan, dan citra pengguna.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi kepala sekolah, pelatih, siswa, dan orang tua. Data dianalisis dengan teknik reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbentuknya program kelas atlet didorong oleh komitmen sekolah dalam memfasilitasi minat dan bakat siswa, dukungan pelatih profesional, ketersediaan sarana dan prasarana, serta apresiasi masyarakat terhadap prestasi olahraga. Formulasi strategi yang diterapkan mencakup pembinaan terstruktur, penerimaan terbuka bagi seluruh siswa yang berminat baik berprestasi maupun pemula, sistem penghargaan bagi siswa berprestasi dan berkembang, pengelolaan kompetisi, publikasi prestasi melalui berbagai media, serta kolaborasi dengan pihak eksternal. Implementasi program dilakukan melalui latihan rutin, pembagian klaster latihan sesuai kemampuan, dan kurikulum yang menyeimbangkan aspek akademik dengan olahraga. Evaluasi menunjukkan bahwa strategi program kelas atlet efektif dalam meningkatkan *brand image* sekolah yang tercermin dari meningkatnya jumlah pendaftar serta pengakuan masyarakat terhadap prestasi siswa.

ABSTRACT

Fida Fadilatul Romdoniyah, Strategic Management of the Athlete Class Program in Enhancing School Brand Image (A Case Study at SMK Al-Huda Sariwangi, Tasikmalaya Regency)

In an effort to improve the school's brand image, SMK Al-Huda Sariwangi has introduced an innovative program that combines professional academic and sports training. However, in reality, the school's brand image has not been fully shaped by this program, but is instead influenced more by other programs offered by the school. This situation indicates that the strategy to enhance the image through the athlete class program has not been optimally implemented. This issue is worth examining, considering that the athlete class program has great potential as a strategy to strengthen the school's identity if managed effectively and integrated with the institution's vision.

The objectives of this study are 1) To analyze the factors that encourage the formation and development of the athlete class program at SMK Al-Huda Sariwangi. 2) To examine the formulation of the athlete class program strategy in an effort to improve the school's brand image at SMK Al-Huda Sariwangi. 3) To describe the implementation of the athlete class program strategy carried out by SMK Al-Huda Sariwangi. 4) To evaluate the strategies of the athlete class program in building the school's brand image.

This study is based on Wheelen & Hunger's strategic management theory, which emphasizes the process of strategy formulation, implementation, and evaluation as a framework for analyzing program success. Kotler & Keller's brand image theory is used to explain how the school's image is formed through public perception, which is influenced by the image of the institution, the image of its services, and the image of its users.

The research used a qualitative approach with a case study method. Data were collected through interviews, observations, and documentation. Research informants included school principals, coaches, students, and parents. Data were analyzed using reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques.

The results of the study show that the establishment of athletic programs is driven by the school's commitment to facilitating students' interests and talents, the support of professional coaches, the availability of facilities and infrastructure, and the community's appreciation of athletic achievements. The strategy formulation applied includes structured coaching, open admission for all interested students, both accomplished and beginners, a reward system for accomplished and developing students, competition management, publication of achievements through various media, and collaboration with external parties. The program is implemented through regular training, division of training clusters according to ability, and a curriculum that balances academic and athletic aspects. The evaluation shows that the athlete class program strategy is effective in improving the school's brand image, as reflected in the increasing number of applicants and community recognition of student achievements.

خلاصة

فيذا فضيلة الرمضانية، إدارة استراتيجية برنامج الصف الرياضي في تعزيز الصورة الذهنية للمدرسة (دراسة في المدرسة المهنية الهدى ساريوانجي بمحافظة تاسيكملايا)

إنّ هذا البحث ينطلق من جهود مدرسة الهدى ساريوانجي المهنية في تحسين جودة الخدمات التعليمية وفي الوقت نفسه بناء هويتها من خلال ابتكار برنامج الصف الرياضي. فهذا البرنامج لا يركز على التحصيل الأكاديمي فحسب، بل يستوعب أيضاً اهتمامات ومواهب الطلاب في مجال الرياضة باعتبارها جزءاً من إستراتيجية تطوير المدرسة. وتتمثل أهداف هذا البحث في: (1) تحليل العوامل التي تشجع على إنشاء وتطوير برنامج الصف الرياضي في مدرسة الهدى ساريوانجي المهنية؛ (2) دراسة صياغة إستراتيجية برنامج الصف الرياضي في إطار تعزيز الصورة الذهنية للمدرسة؛ (3) وصف تنفيذ إستراتيجيات برنامج الصف الرياضي التي تطبقها المدرسة؛ و(4) تقييم إستراتيجيات برنامج الصف الرياضي في بناء الصورة الذهنية للمدرسة. وقد استخدم هذا البحث المنهج النوعي بأسلوب دراسة الحالة.

وتم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظات والوثائق. وشملت عيّنة البحث مدير المدرسة والمدرّبين والطلاب وأولياء الأمور. أما تحليل البيانات فقد تم باستخدام تقنيات الاختزال، وعرض البيانات، واستخلاص الاستنتاجات. وتشير نتائج البحث إلى أنّ إنشاء برنامج الصف الرياضي جاء بدافع التزام المدرسة بتيسير اهتمامات ومواهب الطلاب، وبدعم من المدرّبين المحترفين، وتوفّر المرافق والبنية التحتية الملائمة، بالإضافة إلى تقدير المجتمع للإنجازات الرياضية.

وتشمل صياغة الإستراتيجية المطبقة: التدريب المنظم، القبول المفتوح لجميع الطلاب الراغبين سواء المتميزين أو المبتدئين، نظام المكافآت للطلاب المتميزين والمتطورين، إدارة المسابقات، نشر الإنجازات عبر وسائل الإعلام المختلفة، والتعاون مع الأطراف الخارجية. وقد تم تنفيذ البرنامج من خلال التدريبات المنتظمة، وتقسيم مجموعات التدريب وفقاً لمستوى قدرات الطلاب، ومنهج دراسي يوازن بين الجوانب الأكاديمية والرياضية. وتظهر عملية التقييم أنّ إستراتيجيات برنامج الصف الرياضي فعّالة في تعزيز الصورة الذهنية للمدرسة، ويتجلى ذلك في تزايد عدد المسجلين وازدياد اعتراف المجتمع بإنجازات الطلاب.