ABSTRAK

Aura Vista Prasasti: *Manajemen Strategis Budaya Sekolah dan Kontribusinya terhadap Citra dan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SD Muhammadiyah 1 dan 8 Bandung)*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya budaya sekolah sebagai bagian dari strategi pengelolaan lembaga pendidikan dalam menghadapi persaingan antarlembaga yang semakin ketat, keputusan orang tua dalam memilih sekolah tidak hanya didasarkan pada aspek akademik, tetapi juga pada nilai, karakter, dan identitas kelembagaan yang terbentuk melalui budaya sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses perumusan, implementasi, dan evaluasi strategis budaya sekolah, serta menganalisis dan menginterpretasikan kontribusi manajemen strategis budaya sekolah terhadap citra dan daya saing lembaga pendidikan di kedua sekolah tersebut. Kerangka berpikir penelitian ini mengintegrasikan teori manajemen strategis Fred R. David sebagai landasan proses formulasi, implementasi, dan evaluasi; teori budaya organisasi Edgar H. Schein sebagai landasan pemahaman struktur budaya sekolah; teori citra lembaga Kotler dan Keller; serta teori keunggulan bersaing berbasis sumber daya (Resource Based View) dari Jay Barney. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, dengan data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, kemudian dianalisis dengan perangkat lunak NVivo12 melaluo proses coding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perumusan strategis budaya sekolah dilakukan melalui identifikasi nilai lembaga, penyelarasan dengan visi dan misi sekolah, analisis kondisi internal dan eksternal, serta pelibatan pemangku kepentingan, dengan nilai Muhammadiyah sebagai dasar utama yang diterjemahkan sesuai karakteristik masing-masing lembaga. Implementasi budaya sekolah dilakukan melalui keteladanan kepala sekolah dan guru, pembiasaan karakter peserta didik, penguatan nilai religius dan Kemuhammadiyahan, serta sinergi antara sekolah, keluarga, dan masyarakat. Evaluasi strategis budaya sekolah dilakukan melalui monitoring dan pengawasan, evaluasi program, keterlibatan pemangku kepentingan, serta tindak lanjut pengembangan budaya sekolah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen strategis budaya sekolah memberikan kontribusi terhadap pembentukan citra dan penguatan daya saing lembaga pendidikan, karena budaya sekolah menjadi identitas yang membedakan lembaga, membangun pengalaman positif bagi peserta didik dan pemangku kepentingan, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta memperkuat reputasi sekolah, sehingga budaya yang dikelola secara sistematis dan berkelanjutan dapat menjadi aset strategis yang tidak mudah ditiru oleh lembaga lain.

Kata Kunci: Manajemen Strategis, Budaya Sekolah, Citra Lembaga, Daya Saing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

ABSTRACT

Aura Vista Prasasti: *Strategic Management of School Culture and Its Contribution to the Image and Competitiveness of Educational Institutions (A Case Study at SD Muhammadiyah 1 and 8 Bandung)*

This research is motivated by the importance of school culture as an integral part of educational institution management strategies in responding to increasingly intense competition among educational institutions. Parents' decisions in selecting schools are no longer based solely on academic aspects, but also on the values, characteristics, and institutional identity developed through school culture. This study aims to analyze the processes of formulation, implementation, and evaluation of strategic school culture, as well as to analyze and interpret the contribution of strategic school culture management to the image and competitiveness of educational institutions at both schools. The conceptual framework of this study integrates Fred R. David's strategic management theory as the foundation for the processes of strategy formulation, implementation, and evaluation; Edgar H. Schein's organizational culture theory as the basis for understanding the structure of school culture; Kotler and Keller's institutional image theory; and Jay Barney's Resource-Based View (RBV) theory of competitive advantage. This study employs a qualitative approach with a case study design. Data were collected through interviews, observations, and documentation studies, and subsequently analyzed using NVivo 12 software through a coding process. The findings indicate that the strategic formulation of school culture is conducted through the identification of institutional values, alignment with the school's vision and mission, analysis of internal and external conditions, and involvement of stakeholders. Muhammadiyah values serve as the primary foundation, which is then translated according to the characteristics of each institution. The implementation of school culture is carried out through the exemplary behavior of principals and teachers, character-building habituation among students, strengthening of religious and Muhammadiyah values, and synergy between schools, families, and communities. The strategic evaluation of school culture is conducted through monitoring and supervision, program evaluation, stakeholder involvement, and follow-up actions for school culture development. This study concludes that strategic management of school culture contributes to the development of institutional image and the strengthening of educational competitiveness because school culture functions as an identity that differentiates institutions, creates positive experiences for students and stakeholders, increases public trust, and strengthens school reputation. Therefore, school culture that is managed systematically and sustainably can become a strategic asset that is difficult for other institutions to imitate.

Keywords: *strategic management, school culture, institutional image, competitiveness*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

الملخص

أورا فيستا براسستي : الإدارة الاستراتيجية للثقافة المدرسية ومساهمتها في صورة المؤسسة وقدرتها التنافسية: دراسة حالة في المدرسة الابتدائية المحمدية الأولى والثامنة بمدينة باندونغ

ينطلق هذا البحث من أهمية الثقافة المدرسية باعتبارها جزءًا أساسيًا من استراتيجيات إدارة المؤسسات التعليمية في مواجهة المنافسة المتزايدة بين المؤسسات التعليمية. فلم تعد قرارات أولياء الأمور في اختيار المدارس تعتمد فقط على الجوانب الأكاديمية، بل أصبحت ترتبط أيضًا بالقيم والشخصية والهوية المؤسسية التي تتشكل من خلال الثقافة المدرسية. ويهدف هذا البحث إلى تحليل عمليات صياغة وتنفيذ وتقويم الاستراتيجيات المتعلقة بالثقافة المدرسية، بالإضافة إلى تحليل وتفسير مساهمة الإدارة الاستراتيجية للثقافة المدرسية في بناء صورة المؤسسة وتعزيز قدرتها التنافسية في المدرستين محل الدراسة.يعتمد الإطار الفكري لهذا البحث على دمج نظرية الإدارة الاستراتيجية لفريد ر. ديفيد بوصفها أساسًا لعمليات صياغة الاستراتيجية وتنفيذها وتقويمها، ونظرية الثقافة التنظيمية لإدغار هـ. شاين كأساس لفهم بنية الثقافة المدرسية، ونظرية صورة المؤسسة لكوتلر وكيلر، بالإضافة إلى نظرية الميزة التنافسية القائمة على الموارد–(Resource Based View)التي قدمها جاي باربي. استخدم هذا البحث المنهج النوعي بتصميم دراسة الحالة، حيث جُمعت البيانات من خلال المقابلات والملاحظة ودراسة الوثائق، ثم تم تحليلها باستخدام برنامج NVivo 12 من خلال عملية الترميز.أظهرت نتائج البحث أن صياغة الاستراتيجية الثقافية للمدرسة تتم من خلال تحديد قيم المؤسسة، ومواءمتها مع رؤية المدرسة ورسالتها، وتحليل الظروف الداخلية والخارجية، وإشراك أصحاب المصلحة. وتُعد قيم المحمدية الأساس الرئيسي في بناء الثقافة المدرسية، ثم تُترجم بما يتناسب مع خصائص كل مؤسسة تعليمية. كما أظهرت النتائج أن تنفيذ الثقافة المدرسية يتم من خلال القدوة الحسنة التي يقدمها مدير المدرسة والمعلمون، وتعويد الطلاب على السلوكيات الإيجابية، وتعزيز القيم الدينية وقيم المحمدية، بالإضافة إلى تحقيق التعاون بين المدرسة والأسرة والمجتمع.أما تقويم الاستراتيجية الثقافية للمدرسة فيتم من خلال عمليات المتابعة والإشراف، وتقويم البرامج، ومشاركة أصحاب المصلحة، واتخاذ الإجراءات اللاحقة لتطوير الثقافة المدرسية. وتخلص الدراسة إلى أن الإدارة الاستراتيجية للثقافة المدرسية تسهم في تشكيل صورة المؤسسة وتعزيز قدرتها التنافسية، لأن الثقافة المدرسية تمثل هوية تميز المؤسسة عن غيرها، وتوفر تجارب إيجابية للطلاب وأصحاب المصلحة، وتعزز ثقة المجتمع، وتقوي سمعة المدرسة. ومن ثم، فإن الثقافة المدرسية التي تُدار بصورة منهجية ومستدامة يمكن أن تصبح أصلًا استراتيجيًا يصعب تقليده من قبل المؤسسات التعليمية الأخرى.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

الكلمات المفتاحية :الإدارة الاستراتيجية، الثقافة المدرسية، صورة المؤسسة، القدرة التنافسية