

## ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Situs MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung)” ini ditulis oleh Eni Nur Fitriani dengan dibimbing oleh Dr.Hj. Sulistyorini, M. Ag dan Dr. Ahmad Tanzeh, M. Pd. I.

Kata Kunci: *Brand Image*, Daya Saing Lembaga Pendidikan.

Penelitian dalam tesis ini dilatar belakangi oleh era global akan pentingnya kemandirian dan daya saing yang dimiliki oleh lembaga-lembaga pendidikan. Kemampuan dalam bersaing sebuah lembaga tentunya membutuhkan *brand image* yang tinggi. Untuk membentuk *brand image* lembaga tentunya dengan merencanakan sebuah program madrasah, kemudian melaksanakan program semaksimal mungkin, juga melakukan evaluasi terhadap program yang telah dijalankan. Dengan begitu dapat tercipta produk unggul dan dapat meningkatkan daya saing lembaga.

Pertanyaan penelitian dalam tesis ini adalah (1) Bagaimana strategi perencanaan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?; (2) Bagaimana strategi pelaksanaan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?; (3) Bagaimana strategi evaluasi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung?

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi multi situs. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data individu dan analisis lintas situs. Pengecekan keabsahan data dengan *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa: (1) Perencanaan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung terbukti dari kerjasama antara warga sekolah dengan masyarakat sekitar yang utamanya wali murid dalam merencanakan program yang ada di madrasah guna memenuhi kebutuhan peserta didik; (2) Strategi pelaksanaan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung terbukti dengan adanya kerja sama antara warga sekolah dengan masyarakat. Yang sama-sama punya komitmen untuk berusaha

melaksanakan berbagai program yang telah ada untuk kemajuan lembaga; (3) Strategi evaluasi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MTsN 1 Tulungagung dan MTsN 2 Tulungagung tercermin dari kerja sama yang telah di ciptakan oleh kedua belah pihak yakni warga madrasah dengan masyarakat. Sehingga dalam menciptakan produk unggulan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik untuk anak-anak didik agar dalam pemenuhan fasilitas dapat terpenuhi dengan baik.

## **ABSTRACT**

Thesis titled "Strategy to Build Brand Image in Enhancing Competitiveness of Educational Institutions (Multiple Sites MTsN 1 Tulungagung and MTsN 2 Tulungagung)" was written by Eni Nur Fitriani with mentored by Dr.Hj. Sulistyorini, M. Ag and Dr. Ahmad Tanzeh, M. Pd. I.

Keywords: Brand Image, Education Institution Competitiveness.

The research in this thesis is based on the global era of the importance of self-reliance and competitiveness of educational institutions. The ability to compete in an institution certainly needs a high brand image. To form a brand image of the institution of course by planning a madrasah program, then implement the program as much as possible, also evaluate the programs that have been run. That way can create superior products and can improve the competitiveness of the institution.

The research questions in this thesis are (1) How is the planning strategy to build the brand image in improving the competitiveness of educational institutions in MTsN 1 Tulungagung and MTsN 2 Tulungagung ?; (2) How is the implementation strategy to build brand image in improving the competitiveness of educational institutions in MTsN 1 Tulungagung and MTsN 2 Tulungagung ?; (3) How does the evaluation strategy build brand image in improving the competitiveness of educational institutions in MTsN 1 Tulungagung and MTsN 2 Tulungagung?

The research method used a qualitative approach with the type of multi-site study research. Data collection techniques used were participant observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques use individual data analysis and cross-site analysis. Check the validity of data with credibility, transferability, dependability and confirmability.

The result of the research shows that: (1) Planning to build brand image in improving competitiveness of educational institution in MTsN 1 Tulungagung and MTsN 2 Tulungagung proven from cooperation between community of school with community around which principally guardian student in planning program existing in madrasah to fulfill requirement learners; (2) Strategy to build brand image in improving the competitiveness of educational institutions in MTsN 1 Tulungagung and MTsN 2 Tulungagung is proven by the cooperation between school community and community. Who are both committed to trying to implement the various

programs that have been there for the progress of the institution; (3) The evaluation strategy to build brand image in improving the competitiveness of educational institutions in MTsN 1 Tulungagung and MTsN 2 Tulungagung is reflected in the cooperation that has been created by both parties namely madrasah with the community. So in creating excellent products trying to provide the best services for children in order to fulfill the facilities can be met well.

## ملخص

أطروحة بعنوان "استراتيجية بناء صورة العلامة التجارية الصورة في تحسير القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية" (دراسة مقعددة المواقع في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ تولونج أجونج و المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ٢ تولونج أجونج). كتبتها ابني نور فطريأني. المشرفان: الدكتورة سولستيووريني, الماجستير و الدكتور أحمد تزية المجستير.

كلمة الإشارية: صورة العلامة التجارية, القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية.

يستند البحث في هذه الأطروحة إلى العصر العالمي لأهمية الاعتماد على الذات والقدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية. القدرة على المنافسة في مؤسسة تحتاج بالتأكيد إلى صورة عالية الجودة. لتشكيل صورة العلامة التجارية للمؤسسة بالطبع من خلال تخطيط برنامج المدرسة ، ثم تنفيذ البرنامج قدر الإمكان ، وتقييم البرامج التي تم تشغيلها. هذه الطريقة يمكن أن تخلق منتجات متفوقة ويمكن أن تحسن القدرة التنافسية للمؤسسة.

سؤال البحث في هذه الأطروحة هي: (١) كيفية بناء استراتيجيات لبناء صورة العلامة التجارية في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ تولونج أجونج و المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ٢ تولونج أجونج؟ (٢) كيفية تنفيذ استراتيجية لبناء صورة العلامة التجارية في تحسن القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ تولونج أجونج و المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ٢ تولونج أجونج؟ (٣) كيفية تقوم استراتيجية التقييم لبناء صورة العلامة التجارية في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ تولونج أجونج و المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ٢ تولونج أجونج؟

استخدمت طريقة البحث منهج نوعي مع نوع البحث الدراسي متعدد المواقع. كانت تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي المراقبة المشتركة ، والمقابلات المعمقة والوثائق. تستخدم تقنيات

تحليلية البيانات الفريدة والمحللين عبر المواقع. تحقق من صحة البيانات مع المصادقية ، قابلية النقل ،  
الموثوقية والتأكد من الصحة.

أظهرت النتائج ما يلي: (١) التخطيط لبناء صورة العلامة التجارية في تعزيز القدرة التنافسية  
للمؤسسات التعليمية في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ تولونج أجونج و المدرسة المتوسطة  
الإسلامية الحكومية ٢ تولونج أجونج اضحة من التعاون بين المجتمع المدرسي مع المجتمعات المحلية  
المحيطة بها أن الآباء والأمهات في المقام الأول في برامج التخطيط الموجودة في المدرسة لتلبية  
احتياجات المعلمين. (٢) استراتيجية التنفيذ لبناء صورة العلامة التجارية في تعزيز القدرة التنافسية  
للمؤسسات التعليمية في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ تولونج أجونج و المدرسة المتوسطة  
الإسلامية الحكومية ٢ تولونج أجونج يتضح من التعاون بين عدة أشخاص في المدارس والمجتمع.  
كلاهما ملتزمان بمحاولة تنفيذ البرامج المختلفة التي كانت موجودة من أجل تقديم المؤسسة ؛ (٣)  
استراتيجية تقييم لبناء صورة العلامة التجارية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في  
المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ١ تولونج أجونج و المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية ٢  
تولونج أجونج تنعكس معربا التعاون الذي تم إنشاؤه من قبل الطرفين أن المدرسة مع سكان المجتمع  
المحلي. حتى في خلق منتجات ممتازة في محاولة لتوفير أفضل الخدمات للأطفال من أجل الوفاء بالمرافق  
يمكن الوفاء بها بشكل جيد.