

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus SMAN 1 Kedungwaru)” ini ditulis oleh Mareta Friscanio (NIM: 126207203097), Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan di bimbing oleh Bapak Dr. H. Masduki, M. Ag.

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

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan antar lembaga pendidikan saat ini semakin kompetitif. Membangun *brand image* sangatlah dibutuhkan dalam lembaga pendidikan, sebab *brand* dipandang sebagai cara para pengelola lembaga pendidikan mengalokasikan nilai potensi yang ada di dalam lembaga pendidikan untuk meyakinkan masyarakat. Dalam upaya membentuk *brand image* lembaga perlu merencanakan sebuah program pendidikan, dengan melaksanakan program secara maksimal serta melakukan evaluasi terhadap program yang telah dijalankan. Dengan hal tersebut dapat tercipta produk pendidikan yang unggul dan dapat meningkatkan daya saing sebuah lembaga pendidikan.

Fokus penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana strategi perencanaan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMAN 1 Kedungwaru Tulungagung?, 2) Bagaimana strategi pelaksanaan *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 1 Kedungwaru Tulungagung?, 3) Bagaimana strategi evaluasi *brand image* untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMAN 1 Kedungwaru Tulungagung?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deksriptif dengan pendekatan fenomenologis. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipan dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah kondensasi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kepercayaan (*credibility*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Perencanaan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMAN 1 Kedungwaru Tulungagung terbukti dari terjalin kerjasama yang baik dari lembaga pendidikan yaitu warga sekolah dengan masyarakat khususnya orang tua dari peserta didik dalam hal merencanakan program yang ada di lembaga untuk memenuhi kebutuhan dari peserta didik itu sendiri. 2) Strategi pelaksanaan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMAN 1 Kedungwaru Tulungagung terbukti dengan adanya kerjasama dari lembaga pendidikan dengan masyarakat yang mempunyai komitmen yang sama dalam hal melaksanakan program yang ada. 3) Strategi evaluasi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMAN 1 Kedungwaru Tulungagung tercenmin dari terjalinnya kerjasama antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Mewujudkan produk pendidikan yang unggul dan berdaya saing.

ABSTRACT

This thesis with the title "Strategy for Building Brand Image in Increasing the Competitiveness of Educational Institutions (Case Study of State Senior High School 1 Kedungwaru)" was written by Mareta Friscanio (NIM: 126207203097), Department of Islamic Education Management (MPI), Faculty of Tarbiyah and Teacher Science (FTIK), Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University under the guidance of Mr. Dr. H. Masduki, M. Ag.

Keywords: Brand Image, Competitiveness, Educational Institutions

This research is motivated by the competition between educational institutions today is increasingly competitive. Building a brand image is needed in educational institutions, because the brand is seen as a way for managers of educational institutions to allocate the value of the potential that exists in educational institutions to convince the public. In an effort to form a brand image, the institution needs to plan an educational program, by implementing the program optimally and evaluating the program that has been carried out. With this, superior educational products can be created and can increase the competitiveness of an educational institution.

The focus of this research includes: 1) How is the planning strategy of building a brand image in increasing the competitiveness of State Senior High School 1 Kedungwaru Tulungagung?, 2) How is the brand image implementation strategy to increase the competitiveness of educational institutions at State Senior High School 1 Kedungwaru Tulungagung?, 3) How is the brand image evaluation strategy to increase the competitiveness of educational institutions at State Senior High School 1 Kedungwaru Tulungagung?.

This research uses a descriptive qualitative research approach with a phenomenological approach. Data collection techniques in this research are in-depth interviews, participant observation and documentation. Data analysis techniques are data condensation, data presentation, and conclusion making. Checking the validity of the data in this study was carried out with trust.

The results of this study show that: 1) The planning of building a brand image in increasing competitiveness at State Senior High School 1 Kedungwaru Tulungagung is evident from the good cooperation of educational institutions, namely school residents with the community, especially parents of students in terms of planning programs in institutions to meet the needs of the students themselves. 2) The implementation strategy of building a brand image in increasing competitiveness at State Senior High School 1 Kedungwaru Tulungagung is evidenced by the cooperation of educational institutions with the community who have the same commitment in terms of implementing existing programs. 3) The evaluation strategy of building brand image in increasing competitiveness at State Senior High School 1 Kedungwaru Tulungagung is reflected in the establishment of cooperation between educational institutions and the community. Realizing superior and competitive educational products.

خالصة

رسالة ماجستير بعنوان "استراتيجية التنمية صورة العلامة التجارية" في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية رقم تعريف الطالب (دراسة حالة للمدرسة الثانوية الحكومية ١ كيدونجوارو) كتبها ماريانا فريسكانيو ١٢٦٢٠٧٢٠٣٠٩٧ ، قسم إدارة التعليم الإسلامي ، كلية التربية وتدريب المعلمين، سيد علي الجامعة الإسلامية الحكومية رحمة الله تولونج أجونج بإشراف السيد د. الحج. مسدوقي، م إن الدافع وراء هذا البحث هو أن المنافسة بين المؤسسات التعليمية اليوم تزداد تنافسية بين المؤسسات التعليمية. هناك حاجة إلى بناء صورة العلامة التجارية في المؤسسات التعليمية، لأن العلامة التجارية تعتبر وسيلة لمديري المؤسسات التعليمية لتخصيص قيمة الإمكانيات الموجودة في المؤسسات التعليمية لإقناع الجمهور. في محاولة لتكوين صورة للعلامة التجارية، تحتاج المؤسسة إلى التخطيط لبرنامج تعليمي، من خلال تنفيذ البرنامج على النحو الأمثل وتقييم البرنامج الذي تم تنفيذه. وبهذا، يمكن إنشاء منتجات تعليمية متفوقة ويمكن أن تزيد من القدرة التنافسية للمؤسسة التعليمية.

ويركز هذا البحث على ما يلي: (١) كيفية بناء استراتيجيات التنفيذ صورة العلامة التجارية في زيادة القدرة التنافسية للمدرسة الثانوية الحكومية ١ كيدونجوارو؟ (٢) ما هي استراتيجية التنفيذ صورة العلامة التجارية لزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في المدرسة الثانوية الحكومية العليا ١ كيدونجوارو؟، (٣) ما هي استراتيجية التقييم صورة العلامة التجارية لزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في مدرسة المدرسة الثانوية الحكومية العليا ١ كيدونجوارو؟

يستخدم هذا البحث منهج البحث النوعي الوصفي مع المنهج الظاهري. تقنيات جمع البيانات في هذا البحث هي المقابلات المتعمقة، ومراقبة المشاركين والتوثيق. تقنيات تحليل البيانات هي تكثيف البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج. تم التحقق من صحة البيانات في هذا البحث بمصادقية.

أظهرت نتائج هذه الدراسة ما يلي: (١) يتجلى التخطيط لبناء صورة العلامة التجارية في زيادة القدرة التنافسية في المدرسة الإعدادية الحكومية ١ كيدونجوارو تولونججوجونج من خلال وجود تعاون جيد بين المؤسسات التعليمية، أي المدرسة والمجتمع، وخاصة أولياء أمور الطلاب من حيث تخطيط البرامج في المؤسسات لتلبية احتياجات الطلاب. (٢) تتجلى استراتيجية تنفيذ بناء صورة العلامة التجارية في زيادة القدرة التنافسية في المدرسة الثانوية الحكومية العليا ١ كيدونجوارو تولونججوجونج من خلال تعاون المؤسسات التعليمية مع المجتمع المحلي الذي لديه نفس الالتزام من حيث تنفيذ البرامج القائمة. (٣) يتجلى تقييم استراتيجيات بناء صورة العلامة التجارية في زيادة القدرة التنافسية في المدرسة الثانوية الحكومية العليا ١ كيدونجوارو تولونججوجونج في تعاون المؤسسات التعليمية مع المجتمع. تحقيق منتجات تعليمية متفوقة وتنافسية.