

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Manajemen Strategi Lembaga Pendidikan dalam Membangun *Brand Image* Sekolah (Studi Kasus di SD Negeri 1 Munjungan)” ini ditulis oleh Salsa Melina Putri, NIM. 1860207222063, dengan pembimbing Prof. Dr. H. Prim Masrokan Mutohar, M.Pd.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, *Brand Image*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya kompetisi antarlembaga pendidikan yang menuntut sekolah untuk memiliki keunggulan kompetitif. SD Negeri 1 Munjungan merupakan institusi pendidikan dasar negeri yang mampu mempertahankan eksistensinya dan mendapatkan kepercayaan publik yang stabil di tengah menjamurnya sekolah swasta berbasis yayasan. Sekolah ini memiliki keunikan dengan julukan "SD MUTU" yang menjadi rujukan bagi lembaga lain di wilayah Kecamatan Munjungan. Penelitian ini bertujuan untuk membedah secara mendalam mengenai proses manajemen strategi yang dijalankan sekolah dalam membentuk citra positif di mata masyarakat.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) mengetahui formulasi strategi yang diterapkan SD Negeri 1 Munjungan dalam membangun *brand image* sekolah (2) mengetahui implementasi strategi yang dijalankan lembaga dalam membangun *brand image* sekolah (3) mengetahui evaluasi strategi yang dilakukan guna menjaga keberlanjutan *brand image* tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui teknik observasi non partisipatin, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi yang didapatkan dari sumber data yaitu, Kepala Sekolah SD Negeri 1 Munjungan, guru SD Negeri 1 Munjungan, dan wali siswa SD Negeri 1 Munjungan . Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memastikan keabsahan temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Formulasi strategi dilakukan melalui analisis lingkungan internal dan eksternal yang komprehensif, mencakup penguatan kualitas SDM, inovasi kurikulum berbasis digital, serta penegasan visi-misi yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. (2) Implementasi strategi diwujudkan melalui serangkaian program unggulan yang khas, seperti JUMROH untuk pembinaan spiritual, BABE MISKOL dan GELAS CANGKIR untuk pendidikan karakter, serta program GPS untuk budaya lingkungan. Selain itu, pemanfaatan media digital menjadi pilar utama dalam strategi komunikasi publik. (3) Evaluasi strategi dilaksanakan secara periodik melalui rapat koordinasi akhir semester yang berfungsi sebagai ruang refleksi kritis. Keberhasilan strategi diukur melalui parameter kuantitatif seperti tren peningkatan peserta didik baru dan akumulasi prestasi siswa, serta parameter kualitatif berupa tingkat kepuasan *stakeholders*. Proses ini menghasilkan transformasi berkelanjutan (*continuous improvement*) yang memastikan reputasi sekolah tetap relevan dan kompetitif.

ABSTRACT

This thesis, entitled "Strategic Management of Educational Institutions in Building School Brand Image (Case Study at SD Negeri 1 Munjungan)," was written by Salsa Melina Putri, Student ID Number 1860207222063, under the supervision of Prof. Dr. H. Prim Masrokan Mutohar, M.Pd.

Keywords: Strategic Management, Brand Image

This research is motivated by the increasingly fierce competition among educational institutions, which demands that schools maintain a competitive advantage. SD Negeri 1 Munjungan is a public elementary education institution that has managed to maintain its existence and gain stable public trust amidst the proliferation of foundation-based private schools. This school is uniquely known as "SD MUTU," which serves as a reference for other institutions in the Munjungan District. This research aims to examine in depth the strategic management process implemented by the school in building a positive image in the eyes of the public.

The research objectives of this thesis are: (1) to determine the strategy formulation implemented by SD Negeri 1 Munjungan in building the school's brand image; (2) to determine the implementation of the strategy implemented by the institution in building the school's brand image; and (3) to evaluate the strategy implemented to maintain the sustainability of that brand image.

The research method used was descriptive qualitative with a case study approach. Data were collected through non-participant observation techniques, in-depth interviews, and documentation studies obtained from data sources, namely the Principal of SD Negeri 1 Munjungan, teachers of SD Negeri 1 Munjungan, and parents of students of SD Negeri 1 Munjungan. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and drawing conclusions to ensure the validity of the findings.

The results of the study indicate that: (1) Strategy formulation was carried out through a comprehensive internal and external environmental analysis, including strengthening human resource quality, digital-based curriculum innovation, and affirming a vision and mission oriented to community needs. (2) Strategy implementation was realized through a series of distinctive flagship programs, such as JUMROH for spiritual development, BABE MISKOL and GELAS CANGKIR for character education, and the GPS program for environmental culture. In addition, the use of digital media is a key pillar in the public communication strategy. (3) Strategy evaluation is carried out periodically through end-of-semester coordination meetings that serve as a space for critical reflection. The success of the strategy is measured through quantitative parameters such as the increasing trend of new students and accumulated student achievements, as well as qualitative parameters such as the level of stakeholder satisfaction. This process results in continuous improvement that ensures the school's reputation remains relevant and competitive.

ملخص

هذه الأطروحة، بعنوان "الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات التعليمية في بناء صورة العلامة التجارية للمدرسة (دراسة حالة مدرسة مونجونجان الابتدائية الحكومية رقم ١)"، من إعداد سالسا ميلينا بوتري، رقم الطالب ١٦٨١٠٢٠٧٠٢٢٠٢٠٣٦٠٢، تحت إشراف الأستاذ الدكتور هـ. بريم.

ماسروكان موتوهار: الحاصل على درجة الماجستير في التربية.

الكلمات المفتاحية: الإدارة الاستراتيجية، صورة العلامة التجارية.

يستند هذا البحث إلى تزايد حدة المنافسة بين المؤسسات التعليمية، مما يستلزم من المدارس الحفاظ على ميزة تنافسية. تُعد مدرسة مونجونجان الابتدائية الحكومية رقم ١ مؤسسة تعليمية ابتدائية حكومية نجحت في الحفاظ على وجودها واكتساب ثقة الجمهور بشكل راسخ في ظل انتشار المدارس الخاصة التابعة للمؤسسات الخيرية. تُعرف هذه المدرسة باسم "مدرسة موتو الابتدائية"، وهو اسم يُحتذى به للمؤسسات الأخرى في مقاطعة مونجونجان. يهدف هذا البحث إلى دراسة عملية الإدارة الاستراتيجية التي طبقتها المدرسة بعمق لبناء صورة إيجابية في نظر الجمهور.

تهدف هذه الأطروحة إلى تحقيق الأهداف البحثية التالية: (١) تحديد استراتيجية بناء صورة المدرسة التعليمية الحكومية رقم ١ في مونجونجان؛ (٢) تحديد مدى تطبيق هذه الاستراتيجية؛ (٣) تقييم مدى استدامة هذه الصورة.

اعتمد البحث المنهج الوصفي النوعي، مع دراسة حالة. جُمعت البيانات من خلال الملاحظة غير المشاركة، والمقابلات المعمقة، ودراسات الوثائق، وذلك من مصادر متعددة، وهي: مدير المدرسة، ومعلموها، وأولياء أمور طلابها. وتم تحليل البيانات من خلال اختزالها وعرضها واستخلاص النتائج لصحة النتائج. تشير نتائج الدراسة إلى أن: (١) صياغة الاستراتيجية تمت من خلال تحليل شامل للبيئة الداخلية والخارجية، بما في ذلك تعزيز جودة الموارد البشرية، وتطوير المناهج الدراسية الرقمية، وتأكيد رؤية ورسالة تلي احتياجات المجتمع. (٢) تم تنفيذ الاستراتيجية من خلال سلسلة من البرامج الرائدة والمتميزة، مثل برنامج "جومروه" للتنمية الروحية، وبرنامجي "بابي مسكول" و"جيلاس كانكير" لتنمية الشخصية، وبرنامج "حي بي إس" للثقافة البيئية. إضافة إلى ذلك، يُعد استخدام الوسائط الرقمية ركيزة أساسية في استراتيجية التواصل مع الجمهور. (٣) يُجرى تقييم الاستراتيجية دوريًا من خلال اجتماعات تنسيقية تُعقد في نهاية كل فصل دراسي، وتُتيح هذه الاجتماعات مساحةً للتفكير النقدي. ويُقاس نجاح الاستراتيجية من خلال معايير كمية، مثل ازدياد عدد الطلاب الجدد وتراكم إنجازات الطلاب، بالإضافة إلى معايير نوعية، مثل مستوى رضا أصحاب المصلحة. تُسفر هذه العملية عن تحسين مستمر يضمن بقاء سمعة المدرسة مرموقة وتنافسية.