

**STRATEGI CORPORATE BRANDING DALAM MENINGKATKAN ANIMO
MASYARAKAT DI MI BAITUL HIKMAH MARGOURIP NGANCAR KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh :

SADIK AZANI

NIM. 20205120

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2024

**STRATEGI CORPORATE BRANDING DALAM MENINGKATKAN
ANIMO MASYARAKAT DI MI BAITUL HIKMAH MARGOURIP
NGANCAR KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada:

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Manajemen Pendidikan
Islam(S.Pd)

Oleh :

SADIK AZANI

NIM. 20205120

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI CORPORATE BRANDING DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI MI BAITUL HIKMAH MARGOURIP NGANCAR KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Sadik Azani

20205120

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I
NIP. 19880823 201503 1 008



Puspoko Ponco Ratno, M.T
NIP.198501112019031003

NOTA KONSULTAN

Nomor :

Lampiran: 1 Berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth, Bapak/Ibu

Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Kediri Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak/Ibu Dekan Fakultas Tarbiyah untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Sadik Azani

NIM : 20205120

Judul : Strategi Corporate Branding dalam Meningkatkan Animo Masyarakat di MI Baitul Hikmah Margourip Ngancar Kediri.

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian tingkat akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diajukan mengikuti sidang Munaqosah.

Demikian harap maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I
NIP. 19880823 201503 1 008



Puspoko Ponco Ratno, M.T
NIP. 198501112019031003

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI CORPORATE BRANDING DALAM MENINGKATKAN ANIMO MASYARAKAT DI MI BAITUL HIKMAH MARGOURIP NGANCAR KEDIRI

Oleh

SADIK AZANI

NIM.20205120

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah

Pada tanggal 23 Desember 2024

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Erwin Indrioko, M.Pd.I
NIP. 198401222015031005

(.....)

2. Penguji 1

Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I
NIP. 19880823 201503 1 008

(.....)

3. Penguji 2

Puspoko Ponco Ratno, M.T
NIP.198501112019031003

(.....)

Kediri, 23 Desember 2024

Dekan Fakultas Tarbiyah

UIN Ar-Raniry Negeri Kediri



Hj. Munifah, M.Pd
NIP. 197004121994032006

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sadik Azani

NIM : 20205120

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 4 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Sadik Azani

MOTTO

وَأَفْوضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah”.

- Qs Al-Ghafir · Ayat 44 -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmannirrahim alhamdulillah robil alamin segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT. Yang mana telah memngizinkan untuk menyelesaikan skripsi ini . dan tak lupa sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini di buat tidak mungkin bisa baik apabila tanpa adanya bantuan, dukungan dari berbagai belah pihak . maka saya berterimakasih kepada:

1. Orang pertama yaitu almarhum ayah saya, yakni Sa'im. Terimakasih atas pengorbanan dan perjuangan beliau semasa hidupnya yang senantiata memberi motivasi yang sulit saya lupakan walau sudah tiada.
2. Kemudian sosok yang mempunyai kasih sayang, kesabaran dan bahu yang kuat dalam mengkuliahkan saya , memotivasi saya. Ibunda Jariatin berjuta-juta terimakasih tidak akan cukup untuk menyampaikan terimakasih yang besar kepada beliau yang telah memberikan semestanya untuk saya.
3. Adik saya Aziz dan adik kembar saya , Danis dan Balqis . terimakasih telah menjadi tempat kakak untuk menghilangkan lelah ketika pulang kerja dan kuliah. Terimakasih telah menjadi alasan saya untuk terus berkembang .
4. Terimakasih besar kepada nenek saya yang merawat saya dari kecil sampai dewasa ini. Ibu gimah orangnya baik ramah penyabar , kadang kalau bicara suka tidak jelas saking kalemnya tapi terimakasih banyak nek untuk segalanya.
5. Terimakasih untuk teman rumah yang digrub wa menjadi pemuda bege yang menjadikan rumah saya sebagai basecamp. Terimakasih selalu mensuport saya dalam semua ranah
6. Terimakasih kepada rekan kerja pelayanan masyarakat di bidang internet yakni: Aris winoto dan lain lain yang telah membantu menjadi penghilang stress dalam dunia pendidikan.

7. Terimakasih untuk teman kontrakan fani dan grub wa awan turu bengi halu, yang selalu mengoprak-ngoprak, yang selalu menjadi tempat sambat yang selalu bentu membantu, menghibur dan selalu menjadi teman yang baik.
8. Terimakasih untuk teman-teman seangkatan 2020 dan kkn kayunan 114 2024 yang selalu saling memberikan motivasi, berbagi pengalaman, suport, suka dan duka bersama . semoga kalian semua sukses di manapun kalian berada.

Kediri, 4 Desember 2024

Penulis

ABSTRAK

SADIK AZANI , Dosen Pembimbing Bapak Dr. Addin Arsyadana, M.Pd.I dan Bapak Puspoko Ponco Ratno, M.T, yang berjudul strategi corporate branding dalam meningkatkan animo masyarakat di MI baitul Hikmah Margourip Ngancar Kediri Sktripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah IAIN Kediri, 2024.

Kata kunci: *strategi corporate branding , animo masyarakat*

Penelitian ini menjadi menarik karena membahas strategi branding, istilah branding dulu hanya sering dipakai dalam dunia bisnis saja, namun pada era ini. persaingan dalam dunia bisnis kian meningkat. yang menarik dalam penelitian ini, peneliti mengkaji persaingan dalam ranah Pendidikan. Persaingan dalam ranah Pendidikan ini setiap sekolah berlomba-lomba menjadi terbaik, baik dari segi pemasaran, Pembangunan, akademik dan non akademik bahkan sampai persaingan dalam ranah Kerjasama. MI Baitul Hikmah sebagai tujuan utama penelitian ini melakukan banyak gebrakan yang membuat animo Masyarakat semakin meningkat. Dalam Gerakan yang dilakukan oleh madrasah tersebut, madrasah melibatkan Masyarakat Dalam kegiatannya. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui : (1.) Bagaimana strategi di balik tingginya animo masyarakat untuk menyekolahkan anak di MI Baitul Hikmah Margaurip. (2.) Apa saja Faktor yang mempengaruhi animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah Margaurip.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian adalah studi kasus. Dengan prosedur mau pulang data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Yang meliputi: kegiatan reduksi data, display data, menarik kesimpulan.

Hasil analisis menunjukkan (1) untuk mengetahui strategi di balik tingginya animo masyarakat untuk menyekolahkan anak di MI Baitul Hikmah Margaurip. Strategi ini didasar i dengan strategi dasar corporate branding , kemudian lanjut dengan pemanfaatan media sosial untuk penyebaran informasi dan strategi tersebut juga berkaitan dengan hubungan timba balik dengan Masyarakat. (2) untuk

mengetahui Faktor yang mempengaruhi animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah Margaurip. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor akademik dan non akademik yang mana sekolah ini sangat unggul dalam ke2nya yang membuat animo Masyarakat sangat tertarik dengan MI Baiyul Hikmah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi corporate branding dibalik tingginya animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah “ dapat terselesaikan dengan baik.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tersenandungkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW sebagai rahmatan lil alamin yang telah membawa petunjuk kebenaran kepada seluruh umat manusia di muka bumi ini.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Munifah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. Untung Khoiruddin, M.Pd.I, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah IAIN Kediri.
4. Ibu Siska Yulia Weny. M.Ak , selaku sekretaris prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah IAIN Kediri.
5. Bapak Dr. Addin Arsyadana, M.Pd dan Bapak Puspoko Ponco Ratno, M.T, selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi kritik, saran, kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
6. Kepada Bapak Nurul Huda selaku Kepala MI Baitul Hikmah dan bapak/ibu guru MI Baitul Hikmah yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan membimbing.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

Semoga Allah SWT akan selalu melimpahkan rahmat dan balasan yang tiada batas kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Kediri, 4 Desember 2024

Sadik Azani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
NOTA KONSULTAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Peneletian.....	9
E. Definisi Konsep	9
F. Penelitian Terdahulu	12
BAB II.....	21
LANDASAN TEORI.....	21
A. Strategi Branding	21
1 Strategi	21
2 Branding.....	23
3 Corporate branding	26
4 Teori strategi branding.....	28
5 Animo Masyarakat.....	29
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Kehadiran Peneliti.....	34
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Data dan Sumberdata	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Pengumpulan data.....	38
G. Pengecekan Keabsahan Data	39
H. Teknik Analisis Data.....	41
I. Tahan-tahab Penelitian.....	42
BAB IV	45
PAPARAN DAN TEMUAN HASIL PENELITIAN	45
A. Paparan Data	45
1 Strategi corporate branding dibalik tingginya animo Masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah	45
2 Faktor yang mempengaruhi animo Masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah	57
B. Temuan Hasil Penelitian	62
1 Strategi corporate branding dibalik tingginya animo Masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah	62
2 Faktor yang mempengaruhi animo Masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah	64
BAB V.....	70
PEMBAHASAN	70
A. Strategi corporate branding dibalik tingginya animo Masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah	70
1. Strategi Corporate Branding	70
2. Pemanfaatan Sosial Media.....	73
3. Hubungan Timbal Balik Masyarakat Yang Baik.....	77
B. Faktor yang mempengaruhi animo Masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MI Baitul Hikmah.....	82
1 Faktor akademik.....	82
2 Faktor non akademik.....	86
BAB VI	94
PENUTUP	94
Kesimpulan	94
Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN LAMPIRAN	101
RIWAYAT HIDUP	107

DAFTAR GAMBAR

gambar 4. 1 Salah satu bentuk pemasaran	48
gambar 4. 2 akun youtube	49
gambar 4. 3 akun istagram	49
gambar 4. 4 facebook	52
gambar 4. 5 Penyebaran brosur PPDB	52
gambar 4. 6 Screenshoot warga ikut meramaikan event	54
gambar 4. 7 Persiapan ANBK	58
gambar 4. 8 Prestasi siswa	58
gambar 4. 9 Prestasi siswa juara porseni tingkat kecamatan	60

DAFTAR TABEL

tabel 1. 1 perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang	12
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 surat izin observasi.....	70
lampiran 2 dokumentasi	81