

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DALAM MENINGKATKAN  
DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN  
(Studi Kasus di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur)**

**Tesis**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister  
Dalam Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



**Oleh:**

**RESITA APRELIAWATI**

**NIM: 92400819017**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**(IAIN) KEDIRI**

**2021**

## PERSETUJUAN

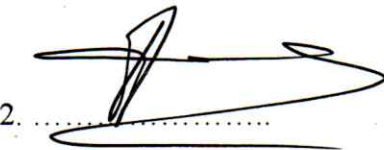
Tesis ini telah disetujui untuk diajukan pada ujian tesis  
Pascasarjana IAIN Kediri.

Dosen Pembimbing:

Dr. Mukhammad Abdullah, M.Ag.

1. 

Dr. Hj. Munifah, M.Pd.

2. 

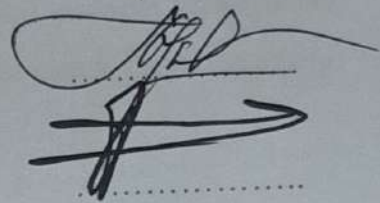
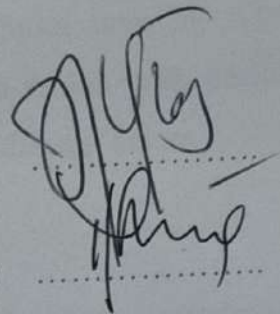
Kediri, .....10 Juni.....2021

## PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

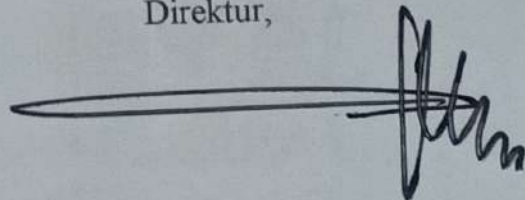
Tesis karya Resita Apreliawati dengan judul "STRATEGI MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DALAM MENINGKATKAN *DAYA SAING* LEMBAGA PENDIDIKAN (STUDI KASUS DI SMAN 5 TARUNA BRAWIJAYA JAWA TIMUR)" ini telah diuji dan setelah diperbaiki sebagaimana mestinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd.) Pascasarjana IAIN Kediri pada tanggal 8 Juli 2021.

Tim Penguji:

1. Dr. Zayad Abd. Rahman, M.HI. (Ketua)
2. Dr. Hj. Mu'awanah, M.Pd. (Penguji Utama)
3. Dr. Mukhammad Abdullah, M.Ag. (Penguji)
4. Dr. Hj. Munifah, M.Pd. (Penguji)



Kediri, 14 Juli 2021  
Mengetahui  
Direktur,



**Prof. Dr. H. Nur Ahid, M.Ag.**

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Resita Apreliawati  
NIM : 92400819017  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Judul Penelitian : Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Kediri, 14 Juli 2021

Hormat Saya,



Resita Apreliawati

## PERNYATAAN KESEDIAAN PERBAIKAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Resita Apreliawati

NIM : 92400819017

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Judul Penelitian : Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur).

Menyatakan bersedia memperbaiki naskah tesis sesuai dengan saran dan masukan dari tim penguji ujian tesis pada tanggal 8 Juli 2021.

Naskah tesis yang telah diperbaiki akan saya serahkan kembali kepada Pascasarjana IAIN Kediri setelah mendapat persetujuan semua anggota tim penguji selambat-lambatnya pada tanggal 22 Juli 2021.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk menjadi maklum.

Kediri, 9 Juli 2021  
Yang menyatakan,

Resita Apreliawati

## **MOTTO**

**“Mohon, Mangesthi, Mangastuti, Marem”**

Maksudnya: Memintalah hanya kepada Tuhan agar kamu bisa menyelaraskan ucapan dan perbuatan, sehingga bisa bermanfaat bagi sesama.

Kupersembahkan karya ini untuk:

Kedua orang tuaku terkasih yaitu, Bapak Warsito dan Ibu Sriwati.

## ABSTRAK

RESITA APRELIAWATI, 2021, Strategi Membangun *Brand Image* Dalam meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur), Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana, IAIN Kediri, Dosen Pembimbing: 1. Dr. Mukhammad Abdullah, M.Ag. 2. Dr. Hj. Munifah, M.Pd.

Kata Kunci: Strategi, *Brand Image*, Daya Saing

Dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, membangun *brand image* merupakan salah satu strategi yang digunakan lembaga pendidikan dalam menanggapi persaingan yang semakin kompetitif dalam upaya merekrut peserta didik. Dengan membangun *brand image*, diharapkan lembaga pendidikan akan semakin baik dan selanjutnya akan mempengaruhi calon peserta didik dalam memilih sekolah untuk mengenyam pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui unsur yang menjadi pembentuk *brand image* sekolah, strategi sekolah membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing, kendala dan solusi terkait pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, kehadiran peneliti di lokasi penelitian sangat penting karena peneliti merupakan instrumen kunci untuk mengambil data di lapangan. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dengan kepala sekolah, wakil kepala sekolah, pengasuh dan orang tua wali murid merupakan sumber data primer, sedangkan sumber data sekunder berupa dokumen dari sekolah yang menunjang penelitian. Analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Untuk mengecek keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi data.

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh hasil penelitian yaitu: Unsur pembentuk *brand image* di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur adalah mutu atau kualitas lembaga pendidikan dengan sistem pembelajaran kepengasuhan dari TNI Angkatan darat, dapat dipercaya dalam mendidik siswanya, memiliki kegunaan atau manfaat dengan memberikan pembekalan pembiasaan-pembiasaan yang baik, memberikan pelayanan yang baik, harga yang dapat bersaing, membuat citra merek sekolah baik. Strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan adalah menentukan tipe strategi dimana SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur menggunakan strategi organisasi atau *coporate strategy*, tujuan strategi sekolah adalah menjadi sekolah unggul, melakukan tahapan strategi (formulasi, implementasi dan evaluasi), menentukan faktor daya saing sekolah (kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kesadaran diri sekolah), menentukan cara daya saing dengan biaya dan program unggulan, menentukan sikap dan langkah dalam bersaing. Kendala dan solusi pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur adalah terdapat kendala atau permasalahan baik internal dan eksternal.

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DALAM MENINGKATKAN  
DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN**

**(Studifind Kasus di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur)**

Resita Apreliawati

92400819017

Manajemen Pendidikan Islam – Pascasarjana

[resitaaprilia96@gmail.com](mailto:resitaaprilia96@gmail.com)

Dr. Mukhammad Abdullah, M.Ag. dan Dr. Hj. Munifah, M.Pd.

**ABSTRACT**

Key word: Strategy, Brand Image, Competitiveness

The number of educational institutions that have come up today has made the competition even tougher. Schools compete to get as many students as possible without forgetting the quality of education. To increase the competitiveness of educational institutions, creating a brand image is one of the strategies used by educational institutions to respond to increasingly competitive competition in an effort to recruit students. To increase the competitiveness of educational institutions, creating a brand image is one of the strategies used by educational institutions to respond to increasingly competitive competition in an effort to recruit students. By creating a brand image, it is hoped that educational institutions will get better and will subsequently influence prospective students in choosing schools to receive education.

This study on strategies to create brand image in increasing the competitiveness of educational institutions at SMAN 5 Taruna Brawijaya East Java aims to: 1) Determine the elements that make up the brand image at SMAN 5 Taruna Brawijaya East Java; 2) Knowing the school's strategy to create a brand image in increasing competitiveness at SMAN 5 Taruna Brawijaya, East Java; 3) Knowing the obstacles and solutions for the formation of a brand image in increasing competitiveness at SMAN 5 Taruna Brawijaya, East Java. The method used in this study uses a qualitative approach and a descriptive type with a case study research design. The method of data collection is done by using four techniques, namely 1) Observation; 2) Interview; 3) Documentation; and 4) Data Triangulation.

The results of this study are: 1) The elements creating the brand image at SMAN 5 Taruna Brawijaya East Java are quality, trustworthy, useful or beneficial, providing good service, competitive prices and brand image; 2) The school's strategy to create a brand image in increasing the competitiveness of educational institutions is to determine the type and objectives of the strategy, competitiveness factors, how to determine competitiveness as well as attitudes and steps in competing; 3) Constraints and solutions for the formation of a brand image in increasing competitiveness at SMAN 5 Taruna Brawijaya, East Java, there are several internal or external problems, then the solution is carried out by evaluating and selecting alternative solutions by the school.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunianya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul: Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur). Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pascasarjana (S2) program Manajemen Pendidikan Islam (MPI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penulis menyadari bahwa tesis dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan Tesis ini. Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, M.M. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nur Ahid, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana IAIN Kediri, dan segenap jajarannya yang telah memberikan banyak kemudahan selama menempuh pendidikan pascasarjana.
3. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) dan selaku Dosen Pembimbing ke satu (I) Bapak Dr. Mukhammad Abdullah, M.Ag. yang telah mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan tesis ini
4. Ibu Dr. Hj. Munifah, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing ke dua (II) yang selalu memberikan bimbingan, motivasi dengan penuh kesabaran, keikhlasan dan tanggung jawab.
5. Segenap para dosen, karyawan dan civitas akademik pascasarjana IAIN Kediri yang secara langsung atau tidak langsung telah memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis.
6. Kepala Sekolah SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur beserta para guru dan staf karyawan yang telah memberikan bantuan dan kerjasama dalam penelitian tesis.

7. Teristimewa untuk kedua orang tua saya, kepada Ibu dan Bapak yang selalu menyayangi, memberikan semangat dan dukungan moral maupun material, serta doa yang selalu menemani disetiap langkah.
8. Seluruh rekan-rekan MPI yang telah dan saling mendukung untuk melalui perjuangan bersama-sama dalam memberikan sumbangan pemikiran dan motivasi sehingga penulisan tesis dapat diselesaikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.

Semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang Ilmu Manajemen Pendidikan Islam di sekolah maupun di Perguruan Tinggi serta bermanfaat bagi para pembaca. Amin yaa rabbal alamin.

Kediri, 9 Juni 2021  
Penulis,

Resita Apreliawati

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu.....	7
F. Sistematika Pembahasan .....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. Konsep Strategi .....	10
B. Konsep <i>Brand Image</i> dalam Pendidikan .....	15
C. Konsep Daya Saing .....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Kehadiran Peneliti .....	37
C. Lokasi Penelitian .....	38
D. Sumber Data .....	38
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	40
F. Pengecekan Keabsahan Data .....	41
G. Teknik Analisis Data .....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN .....	45
A. Paparan Data.....	45
B. Temuan Penelitian .....	65
BAB V PEMBAHASAN .....	71
A. Unsur Pembentuk <i>Brand Image</i> .....	71
B. Strategi Sekolah Membangun <i>Brand Image</i> .....	74
C. Kendala dan Solusi .....	78
BAB VI PENUTUP .....	81
A. Kesimpulan .....	81
B. Implikasi Teoritis dan Praktis .....	83
C. Saran.....	83
Daftar Pustaka.....	85
Lampiran-Lampiran.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Manfaat Merek Bagi Stakeholders dan Institusi Pendidikan ..	17
Tabel 2.2 Manfaat Merek .....	17
Tabel 2.3 Elemen-Elemen <i>Brand</i> .....	19

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Instrumen Pengumpul Data

Lampiran 5 Dokumentasi

Lampiran 6 Profil Sekolah

Lampiran 7 Akreditasi Sekolah

Lampiran 8 Daftar Nama Tenaga Pendidikan, Tenaga Kependidikan dan  
Pengasuh

Lampiran 9 Tabel Prestasi Siswa

Lampiran 10 Data Lulusan Siswa

Lampiran 11 Rincian Biaya Pendidikan

Lampiran 12 Visi, Misi dan Tujuan Sekolah

Lampiran 13 Media Sosial Promosi Sekolah

Lampiran 14 Form Bimbingan

Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup