

**PELAKSANAAN STRATEGI *BRANDING* DI MBI
AMANATUL UMMAH PACET MOJOKERTO
SKRIPSI**

RISKATUL HASANAH

NIM: 20181700120025

Pembimbing:

AKHMAD SIROJUDDIN, M.Pd.I

NIY: 2015.01.044



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO
2022**

ABSTRAK

Hasanah Riskatul, Pelaksanaan Strategi *Branding* di Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet Mojokerto, Skripsi, Prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, dengan Pembimbing Akhmad Sirojuddin, M.Pd

Kata Kunci: Strategi *Brand*, *branding*, lembaga pendidikan

Penelitian ini dilakukan di Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet Mojokerto. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek yang dilakukan dalam penelitian ini adalah koordinator sekolah, bidang Admisi, siswa dan wali murid. Peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan Observasi, wawancara, dan dokumentasi, analisis data yang digunakan dengan cara triangulasi. Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah sehingga lembaga pendidikan tersebut berhasil memiliki *brand* di masyarakat.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu: Pelaksanaan strategi *branding* yang dilakukan oleh MBI Amanatul Ummah yakni adanya akreditasi sekolah, kualitas guru, karakter siswa, prestasi akademik dan non akademik, kualitas lulusan, menjalin hubungan dengan alumni. Dari enam strategi yang sesuai dengan teori roziqin rozak merupakan kesesuaian teori dengan hasil yang telah ditemukan oleh peneliti. MBI Amanatul Ummah melakukan enam tahapan dalam pelaksanaan strategi *branding* yang dilakukan oleh MBI Amanatul Ummah diluar dari teori yang telah digunakan oleh peneliti yakni, pengelolaan sosial media maupun media offline. Adanya Akses *networking*, Akses finansial dan CSR (*Corporate Social Responsibility*). *Brand* MBI Amanatul Ummah telah berhasil memperoleh pembeda dari lembaga pendidikan lainnya yakni MBI Amanatul Ummah telah berhasil dikenal oleh masyarakat dengan mudah diingat dan menarik, adanya makna dari deskripsi yang ditawarkan, fleksibel, dan legal. Hal tersebut merupakan teori A. Firmansyah yang peneliti gunakan, adapun temuan diluar dari teori peneliti menemukan bahwa MBI Amanatul Ummah menghasilkan lulusan yang berhasil, prestasi yang didapatkan, dan pelayanan yang diberikan

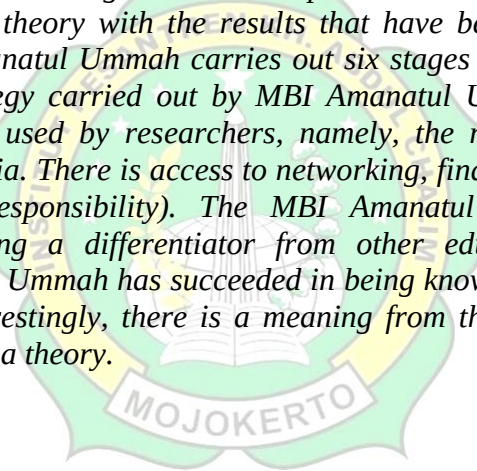
Abtsrak

HasanahRiskatul, Implemantation of Branding International Standart school Amanatul Ummah, Pacet Mojokert, undergraduet thesis, Manajemen of Islamic Education.

Keyword: Educational Institution Branding School Strategy.

This research was conducted in international standard school Amanatul Ummah Pacet Mojokerto, the type of this research is qualitative reserch with a case study approach. The subject in this reserch is school coordinator, admissions students, and student guardian resercher collect data by using obeservation, interviews, and documentation, data analysis used by triangulation data and the aim reserches is to find out what is the strategy of MBI Amanatul Ummah Pacet Mojokerto until the educational institution has succeded in having brand in community.

. The results of the research that has been carried out are: Implementation of branding strategies carried out by MBI Amanatul Ummah, namely the existence of school accreditation, teacher quality, student character, academic and non-academic achievements, quality of graduates, establishing relationships with alumni. Of the six strategies that correspond to the roziqin rozak theory is the conformity of the theory with the results that have been discovered by the researcher. MBI Amanatul Ummah carries out six stages in the implementation of the branding strategy carried out by MBI Amanatul Ummah outside of the theory that has been used by researchers, namely, the management of social media and offline media. There is access to networking, financial access and CSR (Corporate Social Responsibility). The MBI Amanatul Ummah brand has succeeded in obtaining a differentiator from other educational institutions, namely MBI Amanatul Ummah has succeeded in being known by the public easily remembered and interestingly, there is a meaning from the description offered, flexible, and legal. It's a theory.



مجردة حسناه مسؤولون، تنفيذ استراتيجية العلامات التجارية في مدرسة الدولية فشل
كيباقول الأمة باسيت موجوكيرتو، أطروحة، برودي إدارة التعليم الإسلامي كلية طربية
معهد الفم. عبد الكهل، مع سوبرينز أحمد سيروجودين، M.PD. كلمات

البحث: استراتيجية العلامة التجارية التعليم

وقد أجريت الدراسة في المدرسة الدولية لأماناتول الأمم المتحدة. نوع البحث الذي يستخدمه الباحثون هو البحث النوعي مع نهج لدراسات الحالة. والموضوعات التي تتناولها هذه الدراسة هي منسق المدرسة ومجال القبول والطلاب وأولياء الأمور. يقوم الباحثون بتجميع البيانات باستخدام الملاحظة والمقابلات والتوثيق وتحليل البيانات المستخدم عن طريق التثليث. يهدف الباحثون إلى معرفة الاستراتيجيات التي تنفذها الأماناتول الأم الدولية في المدرسة الدينية حتى تنجح المؤسسة في الحصول على علامة تجارية في المجتمع.

نتائج البحث الذي تم إجراؤه هي: تنفيذ استراتيجيات العلامة التجارية التي تقوم بها MBI أمانة الأمة ، وهي وجود الاعتماد المدرسي ، وجود المعلم ، وشخصية الطالب ، والإنجازات الأكاديمية وغير الأكاديمية ، وجود الخريجين ، وإقامة علاقات مع الخريجين. من بين الاستراتيجيات الست التي تتوافق مع نظرية روزكين روزاك هو توافق النظرية مع النتائج التي اكتشفها الباحث. تنفذ MBI أمانة الأمة ست مراحل في تنفيذ استراتيجية العلامة التجارية التي نفذتها MBI أمانة الأمة خارج النظرية التي استخدمها الباحثون ، وهي إدارة وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام غير المتصلة بالإنترنت. هناك إمكانية الوصول إلى الشبكات والوصول المالي والمسؤولية الاجتماعية للشركات. (CSR) نجحت العلامة التجارية MBI أمانة الأمة في الحصول على ميزة عن المؤسسات التعليمية الأخرى ، وهي MBI أمانة الأمة نجحت في أن تكون معروفة من قبل الجمهور بسهولة تذكرها ومن المثير للاهتمام ، أن هناك معنى من الوصف المقدم ، مرن ، وقانوني. إنها نظرية.

