



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI *BRANDING IMAGE* DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH PADA  
MADRASAH ALIYAH (MA) UNIT SEKOLAH BARU (USB)  
FILIAL MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) BATAM  
PROVINSI KEPULAUAN RIAU**

**TESIS**

Diajukan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh Gelar  
Magister Pendidikan (M.Pd) pada Program Studi  
Manajemen Pendidikan Islam



UIN SUSKA RIAU



Oleh :

**Deassy Arestya Saksitha Pulungan**

**NIM: 22090621961**

**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
SULTAN SYRIF KASIM RIAU**

**1443 H / 2022**



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**PASCASARJANA**  
**كلية الدراسات العليا**  
**THE GRADUATE PROGRAMME**

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004  
Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

## Lembaran Pengesahan

Nama : Deassy Arestya Saksitha Pulungan  
Nomor Induk Mahasiswa : 22090621961  
Gelar Akademik : M.Pd. (Magister Pendidikan)  
Judul : Strategi Branding Image Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah Pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Batam Provinsi Kepulauan Riau

Tim Penguji:

**Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA.**  
Penguji I/Ketua

**Dr. Agustiar, M.Ag.**  
Penguji II/Sekretaris

**Dr. Alpizar, M.Si.**  
Penguji III

**Dr. Zamsiswaya, M.Ag.**  
Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan

18/06/2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “*Strategi Branding Image dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (Usb) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau*”, yang ditulis oleh Sdr. **Deassy Arestya Saksitha Pulungan** NIM **22090621961** Program Studi Manajemen Pendidikan Islam telah diuji dan diperbaiki sesuai dengan masukan dari Tim Penguji Tesis.

Pembimbing I

**Dr. Agustiar, M. Ag**  
NIP. 197108051998031004

  
 Tanggal: 24-06-2022

Pembimbing II

**Dr. Muhammad Fitriyadi, MA**  
NIP. 196710081994021001

  
 Tanggal: 24-06-2022

Megetahui

Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam

  
**Dr. Agustiar, M. Ag**  
NIP. 197108051998031004





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini, selaku pembimbing tesis dengan ini menyetujui bahwa tesis yang berjudul **“STRATEGI BRANDING IMAGE DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH PADA MADRASAH ALIYAH (MA) UNIT SEKOLAH BARU (USB) FILIAL MAN BATAM PROVINSI KEPULAUAN RIAU”** yang ditulis oleh:

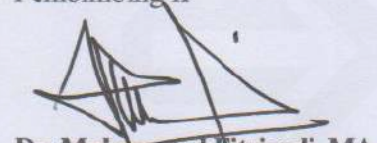
Nama : DEASSY ARESTYA SAKSITHA PULUNGAN  
 NIM : 22090621961  
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
 Konsentrasi :

Untuk diajukan pada sidang Munaqasah Tesis pada Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.


Tanggal: 26 Mei 2022  
 Pembimbing I

  
**Dr. Agustiar, M. Ag**  
 NIP. 197108051998031004

Tanggal: 26 Mei 2022  
 Pembimbing II

  
**Dr. Muhammad Ritriyadi, MA**  
 NIP. 196710081994021001

Megetahui  
 Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam

  
**Dr. Agustiar, M. Ag**  
 NIP. 197108051998031004





**DR. AGUSTIAR, M. AG**  
DOSEN PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal: Tesis Saudara

**DEASSY ARESTYA SAKSITHA PULUNGAN** Kepada Yth.  
**Direktur Pascasarjana**  
Uin Suska Riau  
di  
Pekanbaru

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara:

Nama : Deassy Arestya Saksitha Pulungan  
NIM : 22090621961  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Konsentrasi :  
Judul : STRATEGI BRANDING IMAGE DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH PADA  
MADRASAH ALIYAH (MA) UNIT SEKOLAH BARU  
(USB) FILIAL MAN BATAM PROVINSI KEPULAUAN  
RIAU

Maka dengan ini dapat disetujui dan diuji untuk diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekanbaru, 26 Mei 2022  
Pembimbing I

**Dr. Agustiar, M. Ag**  
NIP. 197108051998031004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**DR. MUHAMMAD FITRIYADI, MA**  
DOSEN PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

## NOTA DINAS

Perihal: Tesis Saudara

**DEASSY ARESTYA SAKSITHA PULUNGAN** Kepada Yth.  
**Direktur Pascasarjana**  
Uin Suska Riau  
di\_  
Pekanbaru

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara:

Nama : Deassy Arestya Saksitha Pulungan  
NIM : 22090621961  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Konsentrasi :  
Judul : STRATEGI BRANDING IMAGE DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH PADA  
MADRASAH ALIYAH (MA) UNIT SEKOLAH BARU  
(USB) FILIAL MAN BATAM PROVINSI KEPULAUAN  
RIAU

Maka dengan ini dapat disetujui dan diuji untuk diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekanbaru, 27 Mei 2022

Pembimbing N

**Dr. Muhammad Fitriyadi, MA**  
NIP. 196710081994021001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deassy Arestya Saksitha Pulungan  
NIM : 22090621961  
Tempat/Tanggal Lahir : Batam, 31 Juli 1992  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Konsentrasi : -

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya tulis dengan judul: "Strategi *Branding Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah Pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Batam Provinsi Kepulauan Riau" Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dan Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, merupakan hasil karya saya sendiri . adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan (Tesis) ini, yang saya kutip dari hasil karya orang lain, telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian (Tesis) ini bukan hasil karya saya sendiri atau plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Batam, 18 Juni 2022

Penulis,

Deassy Arestya Saksitha Pulungan

NIM. 22090621961

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Dengan segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis bisa menyelesaikan proposal tesis ini. Sholawat salam teruntuk junjungan umat seluruh alam, Rasulullah SAW. semoga kelak kita termasuk umatnya yang mendapatkan syafaatnya. Aamiin.

Penulisan proposal tesis ini adalah salah satu bentuk untuk melanjutkan penelitian dan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Pendidikan (M.Pd) pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan proposal ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, jika dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, penulis menerima kritik dan saran positif yang dapat membangun dan melengkapi isi penyusunan penulisan pada penelitian demi kesempurnaan proposal tesis ini. Saya ucapkan terima kasih.

Batam, ..... 2022  
Penulis,

Deassy Arestya Saksitha Pulungan  
NIM: 22090621961





**DAFTAR ISI**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SURAT PERNYATAAN**

**NOTA DINAS PEMBIMBING I**

**NOTA DINAS PEMBIMBING II**

**KATAPENGANTAR** ..... viii

**DAFTAR ISI** ..... ix

**DAFTAR GAMBAR**..... xii

**PEDOMAN LITERASI**..... xiii

**ABSTRAK** ..... xxi

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang ..... 1

B. Pemasalahan ..... 6

    1. Rumusan Masalah ..... 6

C. Tujuan Penelitian ..... 7

D. Manfaat Penelitian ..... 7

E. Penelitian Terdahulu ..... 8

F. Sistematika Penulisan ..... 11

**BAB II TINJAUAN TEORITIS**

A. Landasan Teori Strategi ..... 13

B. Landasan Teori *Branding Image* ..... 16

    a. Konsep *Branding Image* ..... 16

    b. Pengertian *Image* ..... 18

    c. Jenis – Jenis *Image* ..... 19

    d. Pengertian *Branding Image* ..... 21



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Pengukuran <i>Branding Image</i> .....	24
f. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Branding Image</i> .....	27
g. Strategi <i>Branding Image</i> Sekolah .....	31
h. Langkah-langkah <i>Branding Image</i> .....	32
C. Konsep Daya Saing .....	36
a. Pengertian Daya Saing .....	36
b. Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing .....	39
c. Strategi Daya Saing .....	44
d. Menciptakan <i>Branding Image</i> madrasah unggul yang berdaya saing .....	47
D. Kerangka Berfikir .....	50

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	51
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	53
C. Data dan Sumber Data .....	53
D. Informant Penelitian .....	55
E. Teknik Pengumpulan Data .....	55
F. Analisa Data .....	59

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Profil MA USB Filial MAN Batam .....	63
B. Hasil Penelitian	
a. Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau .....	75
b. Langkah-langkah strategi <i>Branding Image</i> dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau .....	80
c. Faktor Pendukung dan Penghambay dalam strategi <i>Branding Image</i> dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau. ....	85





## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>
-----------------------	-----------

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Tri Area Power System</i> .....	68
Gambar 2.2 Madrasah Unggul .....	84

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

## KEPUTUSAN BERSAMA

### MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

#### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

**B. Vokal**

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

**1. Vokal Tunggal**

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	a	A
اِ	Kasrah	i	I
اُ	Dammah	u	U



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَا...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَا...إَا...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إَا...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وَا...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

**D. Ta' Marbutah**

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah





## E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

### G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنْ inna

### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| - وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ |
| - بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا     | Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn    |
|   | Bismillāhi majrehā wa mursāhā         |



## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا      Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.





## ABSTRAK

### Deassy Arestya Saksitha Pulungan (2022): Strategi Branding Image Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah Pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Branding Image* dalam meningkatkan daya saing madrasah pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangandengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deduktif induktif yang meliputi reduksi data, penyajian data dan membuat kesimpulan. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan dalam membangun Branding Image di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dilaksanakan dengan cara menyampaikan visi dan misi secara menyeluruh dan jelas, Mendorong guru untuk meningkatkan kompetensi dan keprofesionalismenya, Menciptakan lingkungan yang nyaman, Menciptakan pembelajaran yang ramah anak, Menggunakan kurikulum yang sesuai dengan peraturan yg berlaku dan seimbang, Penilaian dan Pelaporan yang bersifat komprehensif, serta Mengikutsertakan orangtua dan masyarakat dalam mendukung program sekolah. Langkah –langkah strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau adalah menciptakan Branding Image Positif di masyarakat, Memiliki Program –Program Unggulan. Faktor pendukungnya adalah memiliki guru – guru yang solid dan dapat bekerjasama dengan baik, memiliki interaksi yang baik dilingkungan madrasah maupun luar madrasah, tersedianya fasilitas sarana dan prasarana pendukung pembelajaran dan pengembangan kegiatan, memiliki kondisi lingkungan yang nyaman, menjalin mitra kerjasama yang baik antar pihak manajemen sekolah dengan para orangtua murid. Sedangkan, faktor penghambat dalam antara lain, keterbatasan ketersediaan anggaran dan koordinasi antar pihak manajemen.

**Kata Kunci:** Strategi, *Branding Image*, Daya Saing, MA USB Filial MAN Batam



**ABSTRACT**

**Deassy Arestya Saksitha Pulungan (2022): Branding Image Strategy in Increasing Islamic School Competitiveness at Islamic Senior High School of New Unit Filial State Islamic Senior High School Batam, Kepulauan Riau Province**

This research aimed at determining Branding Image strategy in increasing Islamic school competitiveness at Islamic Senior High School of New Unit Filial State Islamic Senior High School Batam, Kepulauan Riau Province. It was a field research with qualitative approach. Observation, interviews, and documentation were the techniques of collecting data. Inductive deductive technique including data reduction, data presentation, and drawing conclusions was used to analyze the data. The research findings indicated that the efforts made in building a Branding Image at Islamic Senior High School of New Unit Filial State Islamic Senior High School Batam, Kepulauan Riau Province were carried out by conveying the vision and mission thoroughly and clearly, encouraging teachers to increase their competence and professionalism, creating a comfortable environment, creating child friendly learning, using a curriculum that was in accordance with applicable and balanced regulations, comprehensive assessing and reporting, and involving parents and community in supporting school programs. The steps of Branding Image strategy in increasing Islamic school competitiveness at Islamic Senior High School of New Unit Filial State Islamic Senior High School Batam, Kepulauan Riau Province were creating a positive Branding Image in the community and having superior programs. The supporting factors were having solid teachers who could work well together, having good interactions within and outside the Islamic schools, the availability of facilities and infrastructure to support learning and development activities, having comfortable environmental conditions, and establishing good cooperation partners between school management parties and parents. Meanwhile, the internal obstructing factors included the limited available budget and coordination among management parties.

**Keywords:** Strategy, Branding Image, Competitiveness, Islamic Senior High School of New Unit Filial State Islamic Senior High School Batam



## المخلص

### ديسسي أريستيا سكسيطا فولونغان (2022): إستراتيجية الماركة التجارية لزيادة منافسة المدرسة لدى المدرسة الثانوية الجديدة التابعة للمدرسة الثانوية الحكومية بمدينة بتام في محافظة رياو كفولاولان

يهدف هذا البحث لمعرفة إستراتيجية الماركة التجارية لزيادة منافسة المدرسة لدى المدرسة الثانوية الجديدة التابعة للمدرسة الثانوية الحكومية بمدينة بتام في محافظة رياو كفولاولان. حيث تستخدم الباحثة بحثاً ميدانياً ومنهجاً كيفياً. وكانت الطريقة المستعملة لجمع البيانات هي الملاحظة، والمقابلة، والتوثيق. ثم تحلل البيانات بطريقتي الاستنتاجية والاستقرائية، حيث تشتمل على اختزال البيانات وعرضها والاستنتاج منها. وأما نتائج البحث فتشير إلى أن الجهود المبذولة في إستراتيجية الماركة التجارية لزيادة منافسة المدرسة لدى المدرسة الثانوية الجديدة التابعة للمدرسة الثانوية الحكومية بمدينة بتام في محافظة رياو كفولاولان فهي بإبلاغ الرؤية ورسالة المدرسة بشكل شامل وواضح، وبتحريض المدرسين على زيادة مؤهلاتهم العلمية واحترافهم، وبتكوين البيئة المريحة للطلاب، وبإنشاء الطريقة التعليمية الملائمة بالدارسين، وباستخدام المناهج الدراسية المتوازنة والمناسبة باللوائح الحكومية، وبالتقييم والتقرير الشامل، مع اشتراك أولياء أمور الطلاب والمجتمع في دعم برامج المدرسة. وأما الخطوات المتبعة في إستراتيجية الماركة التجارية لزيادة منافسة المدرسة لدى المدرسة الثانوية الجديدة التابعة للمدرسة الثانوية الحكومية بمدينة بتام في محافظة رياو كفولاولان فهي بتكوين الصورة الموجبة للمدرسة في المجتمع، مع إيجاد البرامج المتميزة. وهناك العوامل الداعمة لها، وهي وجود المدرسين المتفهمين والمتعاونين في إنجازها، ووجود العلاقات الجيدة داخل المدرسة وخارجها، وجود الأجهزة المتاحة والبنية الأساسية للعملية التعليمية والأنشطة المدرسية، مع وجود البيئة الهادئة، والتعاون المشترك بين المدرسة وأولياء أمور الطلاب. وأما العوامل المعرقلة فهي قلة الأموال لإنجاز البرامج وعدم التنسيق بين الإداريين.

**الكلمات الدليلية:** الإستراتيجية، الماركة التجارية، المنافسة، المدرسة الثانوية الجديدة التابعة للمدرسة الثانوية الحكومية بمدينة بتام

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manajemen sangat penting untuk diimplementasikan dalam kegiatan pendidikan. Kebutuhan terhadap manajemen, bukan hanya karena kebutuhan akan pengembangan bisnis dan respon terhadap lingkungan perubahan organisasi saja, namun lebih jauh dari itu, kebutuhan akan manajemen ialah kebutuhan untuk mensukseskan tercapainya tujuan serta terlaksananya seluruh kegiatan operasional dengan cara optimal. Manajer terampil adalah manajer yang mampu mengimplementasikan fungsi manajemen itu sendiri secara optimal.

Perkembangan era industri 4.0 yang menunjukkan perubahan yang sangat signifikan dan modern bagi dunia pendidikan khususnya madrasah, hal tersebut akan memberikan dampak positif bagi Madrasah yang memainkan peranannya dalam sektor pendidikan baik pada manajemen sekolah dan perkembangan prestasi siswa. Hal ini akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat karena akan banyak madrasah - madrasah baru yang muncul dan berdiri dalam bidang yang sejenis dengan karakteristik dan *brand image* yang ditawarkan secara langsung kepada masyarakat dan orangtua siswa, sehingga akan menjadi sulit bagi sekolah / madrasah untuk membangun reputasi positif bagi lembaganya dan juga sebaliknya, akan menjadi mudah bagi sekolah/ madrasah untuk kehilangan reputasi lembaganya tersebut.

Madrasah adalah lembaga yang bersifat kompleks dan unik. Bersifat kompleks karena madrasah sebagai organisasi di dalamnya terdapat berbagai dimensi yang satu sama lain saling berkaitan dan saling menentukan sedang sifat unik menunjukkan bahwa sekolah sebagai organisasi memiliki ciri-ciri tertentu yang tidak dimiliki oleh organisasi-organisasi lain. Ciri-ciri yang menempatkan sekolah memiliki karakter tersendiri dimana terjadi proses belajar mengajar, tempat terselenggarakannya pembudayaan kehidupan umat manusia.

Untuk dapat bersaing dengan maka madrasah harus dapat meningkatkan prestasi dan prestise madrasahny. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh madrasah adalah mengenali kekuatan dan kelemahan madrasah tersebut. Baik terkait dengan manajemen tenaga pendidik, pembiayaan, fasilitas yang ditawarkan, program –program yang termaktub dalam kurikulum, proses belajar mengajar , dan pengembanga diri siswa serta prestasi siswa. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemah madrasah tersebut akan sangat membantu madrasah dalam mengenali diri, memanfaatkan setiap peluang yang ada serta akan lebih tanggap dalam menghindari atau meminimalkan ancaman.

Selain itu madrasah mau tidak mau dituntut untuk selalu melakukan inovasi dalam melakukan strategi bersaing. Suatu madrasah dapat mengembangkan strategi bersaing dengan mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal dan kekuatan eksternal madrasah. Pengembangan strategi bersaing ini bertujuan agar madrasah dapat secara objektif melihat kondisi-kondisi internal dan eksternal madrasah, sehingga dapat melakukan antisipasi dari perubahan lingkungan eksternal dan yang paling penting untuk memperoleh keunggulan bersaing di dalam persaingan yang ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Di sinilah pendidikan – termasuk pendidikan Islam – diharuskan menampilkan dirinya, apakah ia mampu mendidik dan menghasilkan para siswa yang berdaya saing tinggi (*qualified*) atau justru mandul dalam menghadapi gempuran berbagai dinamika globalisasi tersebut.<sup>1</sup>

Kehadiran Undang-Undang Otonomi Daerah telah membawa sejumlah perubahan dalam tatanan pemerintahan, terutama dengan diserahkannya sejumlah kewenangan kepada daerah, yang semula menjadi urusan pemerintah pusat. Salah satu kewenangan tersebut adalah di bidang pendidikan. Namun, otonomi di bidang pendidikan berbeda dengan otonomi di bidang pemerintahan lainnya yang berhenti pada tingkat kabupaten dan kota. Otonomi di bidang pendidikan tidak hanya berhenti pada tingkat kabupaten dan kota, tetapi sampai ujung tombak pelaksanaan pendidikan di lapangan, yaitu sekolah-sekolah.<sup>2</sup>

Dilapangan, pelaksanaan otonomi ini berdampak lain, sebab secara langsung sekolah diberikan wewenang secara penuh atas pelaksanaan pendidikan di sekolah. Hal ini ternyata memunculkan banyak permasalahan, diantaranya adalah pada aspek pembiayaan pendidikan. Sebab ingin mencapai keunggulan dari sekolah-sekolah yang lain, banyak sekolah yang menambah membuat kurikulum tambahan, penjualan buku dan seragam, pembangunan sarana dan prasarana, maupun program-program kegiatan kesiswaan di sekolah sehingga berdampak pada munculnya pertimbangan pilihan menyekolahkan anak oleh orangtua terhadap fasilitas dengan pembiayaan pendidikan.

<sup>1</sup> Armai Arief, *Reformasi Pendidikan Islam*, Ciputat Press Group, Ciputat, 2007, hlm. 4.

<sup>2</sup> Hasbullah, *Otonomi Pendidikan: Kebijakan Otonomi Daerah dan Implikasinya Terhadap Penyelenggaraan Pendidikan*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. v-vi.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Persaingan antar lembaga pendidikan saat ini semakin ketat. Strategi yang baik dan tepat dapat membangun citra lembaga pendidikan dapat tumbuh dan berkembang. Pelayanan terhadap konsumen merupakan prioritas utama lembaga pendidikan. Membangun citra bukan merupakan hal yang mudah dilakukan. Persaingan antar lembaga pendidikan terus dilakukan demi menarik minat konsumen dalam persaingan. Bentuk persaingan ada yang melakukan dengan cara memperkokoh sumber daya manusia (SDM), ada yang memperkuat bidang fasilitas gedung dan sarana lainnya, ada yang menarik dengan bidang pendanaan, tapi ada pula yang lebih memperhatikan dan memperkuat jaringan dari pada yang lainnya.<sup>3</sup>

Sebuah lembaga tentunya harus memiliki konsep unggulan yaitu berupa visi dan misi madrasah. Melalui visi dan misi tersebut, madrasah dapat mengembangkan dan melaksanakan pendidikan sesuai dengan apa yang dicita-citakan. Keunggulan yang dibentuk merupakan upaya-upaya yang terencana sebagai bentuk respon dari apa yang dicita-citakan para *founding father* lembaga tersebut dan juga merupakan respon keinginan dari wali murid ketika menyekolahkan putra-putrinya di madrasah tersebut. Tidak hanya itu, Lembaga pendidikan juga harus mampu mengembangkan komunikasi dan kerjasama guna memperoleh citra yang baik (*good will*) dari para orangtua, hubungan baik yang tercipta dengan publiknya baik intern maupun ekstern dapat membentuk opini publik yang menguntungkan lembaga pendidikan.

<sup>3</sup> Dedi Mulyasana, 2012, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hlm. 185.

Kepercayaan tumbuh melalui penanaman persepsi publik dengan menggerakkan publik dalam bersikap dan memberikan pengaruh kepada publik lain selain itu kepercayaan publik terhadap lembaga harus dibangun dari dalam lembaga seperti identitas lembaga yang mencirikan perbedaan karakteristik dengan lembaga lain, adanya penentuan ukuran kepercayaan publik terhadap lembaga dan keunggulan yang ditonjolkan sehingga lembaga memiliki nilai lebih dibanding lembaga lain sehingga citra yang baik dapat diraih.

Opini publik terus mengalami perubahan, perubahan yang terjadi seiring dengan perubahan penerimaan informasi yang disampaikan haruslah tepat dan akurat sehingga tercipta kepercayaan antar pihak lembaga dengan publiknya, membangun kepercayaan bukanlah hal yang mudah dilakukan serta proses mempertahankan citra tidak lepas dari kualitas yang terjamin, kualitas yang terjamin biasanya publik menilai dalam segi output (alumni), adanya pemasaran yang tepat sasaran, adanya pelayanan yang memuaskan, adanya bentuk pembinaan hubungan antara lembaga dan publiknya, dan keterukuran loyalitas pengguna lembaga sehingga kepercayaan yang diberikan publik terhadap lembaga dapat terjalin baik dan mampu bertahan dan bergerak dinamis.

Persaingan yang semakin ketat antar Lembaga Pendidikan Islam, tentunya perlu dilakukan pendekatan strategi lain, yaitu sudah mulai harus mengedepankan aspek citra dan reputasi Lembaga Pendidikan Islam melalui kegiatan atau upaya-upaya yang berhubungan dengan masyarakat sekitar. Upaya yang dilakukan merupakan sebagai bentuk pelaksanaan visi dan misi madrasah sehingga menjadikannya citra positif dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Salah satu bentuk lembaga pendidikan Islam formal disini adalah Madrasah Aliyah USB Filial MAN Batam Kecamatan Bengkong Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau, lembaga Pendidikan Islam yang cukup ideal, hal ini terbukti dengan tidak sedikitnya orang tua yang mendaftarkan anak-anaknya pada lembaga tersebut. Kepala sekolah menyadari bahwa pentingnya dukungan masyarakat dalam mengembangkan pendidikan Islam, mereka juga membangun persepsi dan citra positif (*positive image*) terlebih dahulu, mempunyai tujuan yang baik, saling mempercayai satu sama lain (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling pengertian antar kedua belah pihak (*mutual understanding*), dan memiliki rasa toleransi (*tolerance*).<sup>4</sup>

Dalam membangun citra yang baik dimasyarakat, MA USB Filial MAN BATAM Kecamatan Bengkong Kota Batam, melalui cara mengikuti berbagai macam perlombaan yang dimana hal tersebut untuk membangun citra bahwa madrasah mampu memperoleh prestasi dan tidak kalah dengan sekolah-sekolah umum.

Melalui data profil dan dokumen pengembangan kurikulum MA USB Filial MAN Batam tercatat bahwa MA USB Filial MAN Batam tercatat mendapatkan segudang prestasi yang merupakan salah satu bentuk pengaplikasian madrasah dalam menciptakan *Branding Image* di Madrasah. Dan melalui Pengembangan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan MA USB Filial MAN Batam melaksanakan program-program pendidikan yang sesuai dengan karakteristik potensi dan kebutuhan peserta didikan. Dengan Penyelenggaraan Pendidikan yang berciri khas Islam di Madrasah namun juga melakukan pengembangan pendidikan terhadap

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Aspek-Aspek Hukum dan Etika Dalam Aktifitas Public Relations Kehumasan*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1995, hlm. 33.





teknologi dan kebudayaan, MA USB Filial Batam merupakan salah satu madrasah yang menjadi dambaan masyarakat Batam pada khususnya.

Daya saing sangat diperlukan oleh lembaga pendidikan untuk memenangkan persaingan yang terjadi dalam dunia pendidikan. Madrasah Aliyah (MA) USB Filial MAN Batam Kecamatan Bengkong Kota Batam membangun daya saing tersebut melalui program-program unggulan yang ditawarkan oleh madrasah. Daya saing Madrasah Aliyah (MA) USB Filial MAN Batam Kecamatan Bengkong Kota Batam dalam beberapa tahun terakhir dirasakan sangat berkembang dengan baik, hal ini terlihat bahwa madrasah mampu memperoleh banyak prestasi di bidang akademik maupun non-akademik sehingga hal tersebut mampu meningkatkan minat para orang tua untuk menyekolahkan putra-putrinya dimadrasah tersebut.

Dari latar belakang yang telah peneliti ungkapkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI *BRANDING IMAGE* DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING MADRASAH PADA MA USB FILIAL MAN BATAM -PROVINSI KEPULAUAN RIAU**”.

## **B. Permasalahan**

### **1. Rumusan Masalah**

Dari latarbelakang diatas dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagaimana langkah-langkah strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
3. Faktor apa yang mendukung dan menghambat dalam strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.
2. Untuk mengetahui langkah –langkah strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saig madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki nilai manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu diantaranya :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Berguna sebagai bahan informasi yang penting bagi Kepala Madrasah dan guru serta staf dalam membangun *Brand Image* sebagai upaya meningkatkan daya saing madrasah agar menjadi lembaga pendidikan yang lebih baik dan bermutu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Berguna dalam menambah khasanah keilmuan tentang manajemen pendidikan dalam *Total Quality Management* di sebuah lembaga.
- c. Dapat berguna sebagai sebuah informasi yang penting bagi seluruh pihak yang berkaitan dengan pendidikan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi MA USB Filial MAN Batam Kecamatan Bengkong Kota Batam  
 Berguna untuk bahan informasi dan evaluasi upaya strategis *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Kecamatan Bengkong Provinsi Kepulauan Riau.

b. Bagi Kepala Madrasah

Berguna untuk mendorong dan memotivasi Kepala Madrasah dalam membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial Man Batam Kecamatan Bengkong Provinsi Kepulauan Riau.

c. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata dua (S2) program Manajemen Pendidikan Islam (MPI) di UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

**E. Penelitian Terdahulu**

Sebelumnya telah ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang diteliti pada penelitian ini, antara lain:

1. Amiq Syamsa (2020), Strategi *Brand Image* Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik (Studi Kasus di MTs Negeri 1 Kota Surabaya). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) penerapan strategi *brand image* dan upaya meningkatkan animo calon peserta didik di MTs Negeri 1 Kota Surabaya



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meliputi: a) membuat kegiatan unggulan madrasah, b) meningkatkan tingkah laku dan prestasi siswa, c) pengembangan madrasah berbasis IT, d) menonjolkan kegiatan dan pembelajaran berbasis islami, e) meningkatkan akreditasi madrasah, f) differensiasi madrasah, g) publikasi secara online. (2) alasan strategi brand image yang dipilih dalam meningkatkan animo calon peserta didik di MTs Negeri 1 Kota Surabaya meliputi: a) memberikan identitas madrasah, b) membangun kredibilitas dan persepsi. (3) bukti strategi brand image benar-benar dapat meningkatkan animo calon peserta didik di MTs Negeri 1 Kota Surabaya meliputi: a) meningkatnya animo calon peserta didik setiap tahun, b) antusias calon peserta didik sebelum PPDB.

2. Karsono., Purwanto., & Salman, A. M. B. (2021) Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,. Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa: 1). strategi branding yang telah dilakukan MTsN di Kabupaten Purbalingga antara MTsN yang satu dengan MTsN yang lainnya ada yang sama dan ada pula yang berbeda, hal itu tentunya tergantung manajemen branding yang dilakukan dari masing-masing sekolah. MTs N 1 Purbalingga yaitu dengan cara meningkatkan kualitas baik dari segi prestasi maupun non akademik yaitu penanaman karakter, MTs Negeri 2 Purbalingga menekankan upaya menarik minat dari sisi kinerja dan pelayanan masyarakat, sedangkan MTs Negeri 3 Purbalingga dalam upaya menarik minat dengan cara meraih prestasi baik akademik dan non akademik serta pelayanan kinerja baik guru dan pegawai; 2). efektivitas strategi branding yang dilakukan di MTs



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Negeri Kabupaten Purbalingga pada tahun 2018 sampai dengan 2020 cukup efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.

## F. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan Tesis ini, penyusun menggunakan sistematika pembahasan yang dituangkan dalam tiga bagian dan disusun secara sistematis untuk mempermudah pemahaman, sehingga mampu mencapai tujuan yang dikehendaki dalam penelitian.

Adapun tiga bagian tersebut meliputi bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Masing-masing bagian tersebut akan menjabarkan seluruh isi dari pembahasan tesis ini, ketiga bagian tersebut adalah:

### 1. Bagian Awal

Pada bagian awal tesis terdiri dari: halaman sampul (*cover*), halaman Sampul, halaman pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman tim penguji tesis, halaman persetujuan pembimbing, halaman persembahan, halaman pedoman transliterasi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

### 2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab yang masing-masing terdiri dari sub bab dengan susunan sebagai berikut:

Bab I berisi Pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II Kerangka Teoritis yang mencakup landasan teori, kerangka berfikir, tinjauan kepustakaan.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III Metode Penelitian yang mencakup sub bab populasi dan sample, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Pembahasan dan Hasil yang mencakup uraian secara luas deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian dan analisa data tentang strategi *Brand Image* dalam upaya meningkat daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

BAB V Kseimpulan dan saran mencakup uraian sub bab penutupan penelitian

### 3. Bagian Akhir

Dibagian akhir tesis ini terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KERANGKA TEORITIS

#### A. Landasan Teori Strategi

##### 1. Pengertian Strategi

Setiap organisasi mempunyai tujuan untuk dapat tetap bertahan hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba organisasi. Tujuan ini hanya dapat dicapai, apabila bagian pemasaran melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempurnaan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan organisasi di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

Konsep strategi merupakan sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap pelaku organisasi dalam segala macam bidang. Pimpinan suatu organisasi setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan, peraturan, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.<sup>5</sup> Secara umum strategi memiliki pengertian suatu garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Winardi, *Entrepreneur dan Enterpreneurship*, (Jakarta: Kencana. 2003), hlm. 106.

<sup>6</sup> Syaiful Bahri Djamarah, Aswan Zain. *Strategi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 5.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan pengertian strategi menurut para ahli diperoleh beberapa konsep mengenai strategi sebagai berikut:<sup>7</sup>

- a. *Distinctive Competence* adalah tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu lembaga pendidikan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh lembaga pendidikan pesaing dipandang sebagai lembaga pendidikan yang memiliki “*Distinctive Competence*”. *Distinctive competence* menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi.

Menurut Day dan Wenshey identifikasi *distinctive competence* dalam suatu organisasi meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya. Dua faktor tersebut menyebabkan lembaga pendidikan dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing. Misalnya, menghasilkan produk yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing dengan cara memahami secara detail keinginan konsumen serta membuat program pemasaran yang lebih baik daripada program pesaing. Lembaga pendidikan dapat mengetahui secara tepat keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi. Strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

<sup>7</sup> Muhardi, *Strategi Operasi untuk Keunggulan Bersaing*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 17

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Competitive Advantage* adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan lembaga pendidikan untuk merebut peluang pasar.
- c. Menurut Porter ada tiga strategi yang dapat dilakukan lembaga pendidikan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu *cost leadership*, *diferensiasi*, dan *fokus*. Lembaga pendidikan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama.

Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh lembaga pendidikan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomis, efisiensi produk, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. Lembaga pendidikan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap brand image nilai tertentu pada konsumennya, misalnya persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan yang lebih unggul.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Selain itu strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan. Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga (3) tipe strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.<sup>8</sup>

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Definisi strategi menurut istilah marketing berarti perencanaan dasar suatu aksi yang dipilih untuk mencapai suatu sasaran pada umumnya. Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang ditempuh berbeda-beda, maka dari sana disimpulkan bahwa strategi adalah rencana kerja untuk mencapai tujuan.

## B. Landasan Teori *Brand Image*

### 1. Konsep *Brand Image*

#### a. Pengertian Brand / Branding

Menurut Kotler, dalam buku 99 Strategi di Era 4.0, *Branding* adalah pemberian nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi dari semua hal tersebut yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang, jasa atau kelompok penjual untuk membedakan barang atau jasa pesaing.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: GRAMEDIA Pustaka Utama, 2010), hlm. 3-7.

<sup>9</sup> Moh. Ainurrofiqin, *99 Strategi Branding di Era 4.0*, Quadrant, Yogyakarta, 2021, hlm 2





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Branding* bukan lagi sekedar pemberian *brand* atau nama dagang dari suatu produk, jasa, atau perusahaan, namun semuanya berkaitan dengan hal-hal yang kasat mata dari sebuah *brand*, mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kreadibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan di benak konsumen.<sup>10</sup>

Istilah branding disusun dari kata dasar “Brand”. Brand sendiri memiliki arti merek, nam, jenama, istilah, desain, symbol, atau karakteristik lainnya dari sebuah produk atau jasa yang membedakannya dari yang lain. Menurut UU Merek / Brand No. 15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1, brand atau merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

*Brand* erat kaitannya dengan penilaian, tanggapan, opini dan kepercayaan tertentu terhadap bentuk pelayanan, perusahaan dan nama suatu produk barang atau jasa dari pelanggan sebagai sasarannya. Penilaian terhadap brand dari suatu produk merupakan kebutuhan penting bagi perusahaan, bila ingin mendapatkan perhatian di mata publik. Ketika kompetisi pasar menciptakan pilihan tidak terbatas, itu terhadap bentuk pelayanan, perusahaan dan nama suatu produk barang atau jasa dari pelanggan sebagai sasarannya. Penilaian terhadap brand dari suatu produk merupakan kebutuhan penting bagi perusahaan, bila

---

<sup>10</sup> *Ibid*



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ingin mendapatkan perhatian dimata publik. Ketika kompetisi pasar menciptakan pilihan tidak terbatas.<sup>11</sup>

### b. Pengertian *Image*

*Image* terbentuk dari bagaimana lembaga melaksana kegiatan operasional yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. *Image* juga terbentuk berdasarkan berdasarkan impresi dan berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu, sehingga membangun suatu sikap mental .<sup>12</sup>

Menurut *Kotler*, menyatakan bahwa *image* konsumen yang positif terhadap suatu *brand* lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian. *Brand* yang baik juga menjadi dasar untuk membangun citra lembaga yang positif. *Image* (citra) adalah kepercayaan, ide dan kesan yang dipegang oleh seseorang terhadap sebuah objek.<sup>13</sup>

*Image* akan diperhatikan public dari waktu ke waktudan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu ke yang lainnya. Dalam kesibukan kita sehari-hari jangan melupakan keadaan fisik, keterampilan, fasilitas, kantor, karyawan dan yang melayani public harus selalu dalam garis dengan satu tujuan memuaskan konsumen. *Image* merupakan realitas oleh karena itu jika komunikasi pasar tidak sesuai dengan realitas, ketidakpuasan akan

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, ANDI, Yogyakarta, 2005, hlm. 2.

<sup>12</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran.....*, hlm. 607

<sup>13</sup> Buchari Alma Dikutip Dalam Jurnal Manajemen, *Membangun Brand Image Produk*, <http://www.brandimageproduk.jurnalmanajemen.com>. Diakses pada 25/03/2015 .



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

muncul dan akhirnya konsumen mempunyai persepsi yang buruk terhadap *Image* organisasi.<sup>14</sup>

*Image* (citra) merupakan persepsi masyarakat terhadap lembaga atau produknya maupun jasanya. *Image* juga dipengaruhi oleh banyak faktor yang diluar kontrol lembaga pendidikan.<sup>15</sup>

**c. Jenis- Jenis *Image***

Citra lembaga pendidikan adalah kesan atau persepsi yang diperoleh seseorang berdasarkan dari pengetahuannya dan pengalamannya terhadap tampilan fakta atau kenyataan suatu lembaga pendidikan, sehingga disini peran humas harus menjadikan orang lain untuk mampu memahami pesan demi menjaga citra atau reputasi lembaga pendidikan. Berkaitan dengan citra lembaga pendidikan, Anggoro mengemukakan jenis-jenis citra, yaitu sebagaimana berikut ini:

a) Citra bayangan

Citra bayangan yaitu: citra yang melekat pada orang-orang dalam anggota-anggota organisasi atau lembaga tentang pandangan pihak luar terhadap organisasi atau lembaga pendidikan. Dalam hal ini orang akan selalu membayangkan hal-hal yang hebat tentang dirinya sendiri, dikarenakan tidak memadainya informasi, pengetahuan, maupun pemahaman yang dimiliki oleh mereka mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

<sup>14</sup> Sutisna, *perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 3, 2003), hlm.332

<sup>15</sup> Nuroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta, 2003, hlm. 179.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**b) Citra yang Berlaku**

Citra berlaku adalah citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi atau lembaga. Citra ini amat di tentukan banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh seseorang atau mereka yang mempercayainya. Citra yang berlaku tidak selamanya sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman dan pengetahuan yang kurang memadai dari orang luar di karenakan dalam dunia dan kehidupan yang serba sibuk, sulit di harapkan mereka akan memiliki informasi yang memadai dan benar mengenai suatu organisasi atau lembaga dimana mereka tidak menjadi anggotanya.

**c) Citra Harapan**

Citra harapan adalah suatu citra yang di inginkan oleh pihak-pihak lembaga pendidikan. Dimana pimpinan lembaga pendidikan mempunyai harapan yang lebih baik atau menyenangkan dari citra yang ada saat ini. Citra harapan biasanya di rumuskan atau diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relative baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai sehingga dengan desain yang lebih baik citra lembaga pendidikan akan terangkat.

**d) Citra Organisasi**

Citra organisasi adalah citra dalam suatu organisasi secara keseluruhan tertampilkan dalam perilaku personal organisasi tersebut. Untuk itu ada beberapa hal yang dapat meningkatkan citra organisasi diantaranya adalah sejarah atau riwayat hidup organisasi yang gemilang,





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

prestasi yang membawa nama organisasi dan keberhasilan dalam output yang meyakinkan masyarakat. Hal-hal tersebut dapat akan menunjang usaha humas dalam menciptakan citra positif organisasi kepada masyarakat terutama dalam kualitas dan input.

e) Citra Majemuk

Citra mejemuk adalah citra yang dimiliki setiap lembaga pendidikan atau organisasi pendidikan yang memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu memiliki perangai dan tingkah laku yang tidak sama, sehingga secara sengaja maupun tidak mereka akan memunculkan citra yang belum tentu sama dengan organisasi, atau lembaga pendidikan lain secara keseluruhan. Untuk itu pihak pimpinan lembaga pendidikan hendaknya mampu membuat citra majemuk menjadi citra tunggal, dimana persepsi masyarakat yang bermacam-macam tersebut diusahakan menjadi satu persepsi yang sama. Disini sekali lagi peran kepala sekolah dituntut menjadikan orang lain untuk mampu memahami pesan demi menjaga citra atau reputasi lembaga pendidikan.<sup>16</sup>

d. Pengertian *Brand Image*

*Brand image* menurut Kotler dan Amstrong, adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu.<sup>17</sup> *Brand Image* adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengatikan

<sup>16</sup> Linggar Anggoro, Teori & Profesi Kehumasan, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 59-68.

<sup>17</sup> Kotler, Philp dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001), hlm 225



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.<sup>18</sup> Sedangkan menurut Aker menyatakan “*Brand Association is Anythig linkedin memory to a brand*”. Yang artinya bahwa asosiasi merek adalah sesuatu yang berhubungan dengan merek dalam ingatan konsumen.<sup>19</sup>

*Brand image* atau citra merek dalam hal ini adalah citra dari suatu lembaga pendidikan. Pencitra yang baik maka suatu sekolah akan mendapatkan nilai positif di mata konsumen. Selanjutnya, dari pandangan yang positif tersebut konsumen secara otomatis akan timbul pemikiran dibenak konsumen bahwa sekolah tersebut memiliki kualitas yang baik.

Menurut Tjiptono *Brand image atau brand description* merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.<sup>20</sup> Citra merek juga diartikan sebagai apa yang dipersepsikan oleh konsumen. Identitas merupakan pendahuluan dari citra. Idenitas merek bersama dengan sumber-sumber informasi yang lain dikirimkan kepada konsumen melalui media komunikasi. Informasi ini diperlukan sebagai stimulus dan diserap (*apperception*) oleh indera, lalu ditafsirkan oleh konsumen. Proses penafsirannya dilakukan dengan membuat asosiasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kemudian

<sup>18</sup> Kotler, Philip & Keller, Kevi Lane....., hlm 260

<sup>19</sup> Aaker, D.A. *Manging Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name.* (New York: The Free Press, 1991), hlm. 109

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, ANDI, Yogyakarta, 2005, hlm 78



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengartikannya. Proses inilah yang disebut sebagai persepsi. Berdasarkan persepsi konsumen inilah citra merek terbentuk.<sup>21</sup>

*Brand image* adalah asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*.<sup>22</sup>

Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak menyatakan *brand image* (citra merek) adalah asosiasi brand yang saling berhubungan dan menimbulkan suatu rangkaian dalam ingatan konsumen. *Brand image* sebagai sekumpulan asosiasi brand yang terbentuk di benak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan brand tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*.<sup>23</sup>

Membangun *brand image* dalam Al Qur'an dijelaskan mengenai cara memperoleh kemuliaan, Allah SWT berfirman dalam QS. Al – Fathir:10, yang berbunyi:

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعِزَّةَ فَلِلَّهِ الْعِزَّةُ جَمِيعًا إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ وَالَّذِينَ يَمْكُرُونَ السَّيِّئَاتِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَكْرُ أُولَئِكَ هُوَ يَبُورُ - ١٠

“Barangsiapa yang menghendaki kemuliaan, maka bagi Allah-lah kemuliaan itu semuanya. Kepada –Nya dan orang-orang yang merencanakan kejahatan bagi mereka azab yang keras. Dan rencana jahat mereka akan hancur.”<sup>24</sup>

<sup>21</sup> A. B. Susanto & Himawan Wijarnako, *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Mizan Publika, Jakarta, 2004, hlm. 80.

<sup>22</sup> *Ibid*,

<sup>23</sup> Durianto, dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hlm. 69.

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan terjemahan*, (Pustaka : Al Kautsar , 2022) Surah 35 Ayat 10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari ayat diatas jika ditarik ke dalam dunia pendidikan maka madrasah dalam proses membangun *brandimage*, Kepala Madrasah memiliki tujuan mencapai kualitas yang menyeluruh, keberhasilan jangka panjang, perkembangan yang baik dan secara kontinu.

**e. Pengukuran *Brand Image***

Menurut pendapat Keller pengukuran citra merek adalah subjektif, yang artinya tidak ada ketentuan baku untuk pengukuran citra merek. Pengukuran citra merek dapat dilakukan berdasarkan pada aspek sebuah merek, yaitu *strengthness, uniqueness, dan favorable*.

**a. *Strengthness***

*Strengthness* (kekuatan) dalam hal ini adalah keunggulan - keunggulan yang dimiliki oleh sebuah merek yang bersifat fisik dan tidak ditemukan pada merek pesaing lainnya. Keunggulan merek ini mengacu pada atribut-atribut fisik atas merek tersebut.<sup>25</sup> Sehingga biasa dianggap sebagai sebuah kelebihan dibandingkan dengan merek pesaing lainnya.

Yang termasuk dalam kelompok *strengthness* ini antara lain, penampilan fisik produk, kualitas yang dimiliki semua fasilitas produk, harga produk dibandingkan dengan produk lainnya, maupun penampilan fasilitas pendukung dari produk tersebut.<sup>26</sup> Sebuah organisasi harus mampu mengetahui kekuatan tentang produk atau

<sup>25</sup> Kevin Lane Keller, *Strategy Brand Management (Buiding, Measuring, And Managing Brand Equity)*, Prentice Hall, New Jersey, 2008, hlm. 58

<sup>26</sup> *Ibid*,



layanan yang dimilikinya, sehingga hal tersebut dapat memudahkan dalam membangun citra yang positif.

b. *Uniqueness*

Keunikan adalah kemampuan untuk membedakan sebuah merek diantara merek lainnya. Keunikan ini muncul dari atribut produk yang menjadi kesan unik atau diferensiasi antara produk satu dengan produk lainnya yang memberikan alasan bagi konsumen bahwa mereka harus membeli produk tersebut. Perusahaan harus bisa membuat produk mereka unik dan beda dengan produk pesaing.

Contohnya, dengan cara yang sama konsumen akan mengekspektasikan bahwa sebuah pedagang online akan melayani mereka dengan segala kemudahan, variasi layanan, cara pilihan pengiriman, prosedur pembelian yang aman, pelayanan konsumen yang bertanggung jawab, pedoman privasi yang ketat, dan berbagai hal lainnya yang diharapkan konsumen adalah yang paling baik dan berbeda dibandingkan dengan pedagang online lainnya.

Singkatnya, untuk membuat produk berbeda dari yang lain, pemasar harus membuat dan memastikan hal-hal dalam produk yang kuat (*strength*) dalam merek agar merek tidak hanya disukai (*favorable*) tapi juga memiliki keunikan dan berbeda dengan merek pesaingnya.

Yang termasuk dalam kategori unik ini adalah hal berbeda yang paling dominan dalam sebuah produk dengan produk pesaingnya, variasi layanan, variasi harga, fisik produk itu sendiri seperti fitur produk dan variasi produk yang tersedia, penampilan atau nama yang

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

unik dari sebuah merek yang memberikan kesan positif, cara penyampaian informasi kepada konsumen, pedoman privasi yang ketat dari perusahaan, serta prosedur pembelian yang terjamin.<sup>27</sup>Keunikan sebuah produk atau layanan tak lepas dari kreatifitas organisasi atau lembaga yang memproduksinya. Oleh sebab itu, keunikan merupakan salah satu faktor yang penting dalam memasarkan produk atau jasa. Sebab dengan adanya keunikan yang berbeda dengan pesaing-pesaing yang lain, tentunya akan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan produk atau layanan tersebut.

c. *Favorable*

Dalam memilih mana yang disukai dan unik yang berhubungan dengan merek, pemasar harus menganalisis dengan teliti mengenai konsumen dan kompetisi untuk memutuskan posisi terbaik bagi merek tersebut.

Kesukaan (*favorable*) mengarah pada kemampuan merek tersebut agar mudah diingat oleh konsumen. Yang termasuk dalam kategori *favorable* ini antara lain kemudahan merek produk untuk diucapkan, kemudahan merek produk untuk dapat dikenal, kemampuan merek untuk tetap diingat oleh konsumen, kemudahan penggunaan produk, kecocokan konsumen dengan produk, serta kesesuaian antara kesan merek di benak pelanggan dengan citra yang diinginkan perusahaan atas merek bersangkutan.

---

<sup>27</sup> *Ibid*,



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## f. Faktor-Faktor Pembentuk *Brand Image*

Faktor-faktor pembentuk brand image menurut Schiffman dan Kanuk antara lain:<sup>28</sup>

1. Kualitas atau mutu yang ditawarkan oleh produsen dengan brand tertentu, berkaitan dengan kualitas produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dan berkenaan dengan kompetensi tenaga pengajar di dalamnya dan kemampuana lulusan serta kemudaha lulusan dalam melanjutkan pendidikan.
2. Dapat dipercaya atau diandalkan, berkaitan dengan pendapat atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu jasa yang dikonsumsi.
3. Mempunyai kegunaan atau manfaat, yang terkait dengan fungsi dari suatu produk atau jasa yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
4. Pelayanan, berkaitan dengan tugas produsen atau lembaga pendidikan dalam melayani konsumen atau pengguna layanan pendidikan.
5. Resiko berkaitan dengan untung dan rugi yang dialami oleh konsumen setelah melakuka atau memilih lembaga pendidikan.
6. Harga, berkaitan dengan tinggi rendahnya biaya yang dikeluarkan konsumen dalam menempuh pendidikan kedepannya.
7. *Image* dari *brand* itu sendiri yang berupa pandangan, kesepakatan, dan informasi yang berkaitan dengan suatu *brand*.

<sup>28</sup> L.G. Schiffman & L.L. Kanuk, *Consumer Behaviour*, 7th Edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1997, hlm. 185.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketujuh faktor tersebut merupakan kesatuan yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya, sebab dalam membentuk brand image dibutuhkan berbagai pihak yang mendukungnya. Meskipun pada akhirnya, brand image merupakan gambaran tentang produk atau jasa yang diberikan oleh penggunannya.

Sedangkan Hermawan Kartajaya, menyebutkan bahwa citra merek di benak konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:<sup>29</sup>

- a. Komunikasi dari sumber lain yang belum tentu sama dengan yang dilakukan pemasar. Komunikasi bisa datang dari konsumen lain, pengecer, dan pesaing.
- b. Pengalaman konsumen melalui suatu eksperimen yang dilakukan konsumen dapat mengubah persepsi yang dimiliki sebelumnya. Oleh sebab itu, jumlah berbagai persepsi yang timbul itulah yang akan membentuk total image of brand (citra keseluruhan sebuah merek).
- c. Pengembangan produk: posisi brand terhadap produk memang cukup unik. Di satu sisi, merupakan payung bagi produk, artinya dengan dibekali *brand* tersebut, produk dapat naik nilainya. Di sisi lain, performa produk ikut membentuk brand image yang memayunginya dan tentunya konsumen akan membandingkan antara performa produk yang telah dirasakan dengan janji brand dalam slogan.

---

<sup>29</sup> Philip Kotler & Hermawan K., *Repositioning ASIA From Bubble to Sustainable Economy*, John Wiley & Sons, Singapore, 2000, hlm. 485.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Renald Kasali, persepsi ditentukan oleh faktor-faktor dalam membangun persepsi tentang lembaga pendidikan seperti latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut, dan berita-berita yang berkembang.<sup>30</sup> Persepsi yang terbangun akan mejasi sebuah opini pada setiap individu-individu. Dan ketika opini-opini tersebut menjadi konsensus, maka akan muncullah opini publik (*brand image*) tentang lembaga tersebut.

Alma menjelaskan beberapa faktor yang menimbulkan *Brand Image* pada lembaga pendidikan, yaitu:

- a. Tenaga Pendidik Layanan yang merupakan produk yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh tenaga pendidik yang kompeten dan professional dalam bidangnya.
- b. Perpustakaan Perpustakaan adalah unsur penting dalam pengembangan ilmu dan pengembangan lembaga pendidikan.
- c. Teknologi Pendidikan Alat bantu berupa teknologi pendidikan sangat besar artinya bagi pengembangan ilmu, terutama dalam proses belajar mengajar.
- d. Biro konsultan Di dalam lembaga pendidikan perlu sebuah unit yang menangani tentang menjalin hubungan dengan masyarakat, sehingga unit tersebut dapat menjadi penghubung lembaga pendidikan dengan masyarakat.

---

<sup>30</sup> Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 2003, hlm.23.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Kegiatan olahraga Olahraga dapat dijadikan oleh lembaga pendidikan untuk menarik minat siswa bersekolah dilembaga pendidikan tersebut, yaitu dengan memberikan beasiswa kepada anak-anak yang berbakat didalam bidang olahraga.
- f. Kegiatan *Marching Band* dan Tim Kesenian Melalui marching band dan kesenian, lembaga pendidikan dapat memperoleh keuntungan promosi yang luar biasa ketika mereka melakukan pementasan diacara-acara yang resmi.
- g. Kegiatan keagamaan Kegiatan keagamaan bukan hanya ditandai oleh adanya bangunan fisik keagamaan saja, akan tetapi ang lebih penting ialah kegiatan yang dilaksanakan didalamnya.
- h. Kunjungan orang tua Dengan adanya kunjunga ke lembaga pendidikan, orang tua dapat melihat proses pembelajaran, sarana parasarana, tenaga pendidik dan kependidikan serta dapat berinteraksi dengan warga sekolah.
- i. Membantu kemudahan dalam melanjutkan pendidikan atau mendapat dan mengurus pekerjaan Dengan adanya fasilitas bantuan tersebut, tentunya akan mempermudah para alumni dalam menncapai cita-citanya.
- j. Penerbitan Untuk memudahkan komunikasi, maka perlu sekali diadakan penerbitan, misalnya jurnal, buletin, majalah, humor, atau sketsa. Hal ini juga dapat dipakai sebagai sarana belajar menulis bagi siswa-siswa yang berbakat.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- k. Alumni Dengan adanya persatuan alumni, alumni dapat saling mengadakan tukar informasi dan lembaga pendidikan dapat pula menggunakannya sebagai jalur peningkatan nama baik lembaga.<sup>31</sup>

## g. Strategi Branding Image Sekolah

### 1. Kebijakan *Branding* Sekolah

Mazmanian dan Sabatier dalam Wahab, implementasi kebijakan adalah pelaksana keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang.<sup>32</sup> Namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan eksekutif yang penting atau badan peradilan lainnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin di capai dengan berbagai cara untuk menstruktur atau mengatur proses implementasinya.

Sedangkan menurut teori Van Meter dan Van Horn dalam Agostino, mendefinisikan implementasi kebijakan sebagai tindakantindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan.<sup>33</sup> Adapun implementasi kebijakan menyangkut tiga hal, yaitu sebagai berikut:

- a) Adanya tujuan atau sasaran kebijakan.
- b) Adanya aktivitas atau kegiatan pencapaian tujuan.

<sup>31</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 377-382

<sup>32</sup> Abdul Wahab, 2001, *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*, (Jakarta: Sinar Grafika), hlm. 68.

<sup>33</sup> Leo Agostino, 20016, *Dasar-dasar Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta), hlm. 139



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) Adanya hasil kegiatan.

Menurut Anderson dalam Fadillah Putra, implementasi kebijakan dapat dilihat dari empat aspek yaitu sebagai berikut:<sup>34</sup>

- a) *Who is involved in policy implementation*, yang berarti siapa yang mengimplementasikan kebijakan.
- b) *The nature of the administrative process*, yang berarti hakekat dari proses administrasi.
- c) *Compliance with policy content*, yang berarti kepatuhan kepada kebijakan.
- d) *Impact*, yang berarti efek dan dampak dari implementasi kebijakan.

## 2. Langkah-langkah *Branding* sekolah

Langkah-langkah melakukan pencitraan sekolah atau school branding dapat dilakukan dengan cara berikut:<sup>35</sup>

- a) Membuat logo atau Seragam Sekolah yang menarik, keren atau *eye catching*.

Logo atau seragam sekolah dengan berbagai filosofi sesuai dengan misi sekolah. Logo atau seragam dapat menjadi dokumentasi yang bisa dilihat, dikenang lewat *display* di dinding-dinding sekolah, kelas, *website*, blog, cerita sejarah sekolah, dsb.

<sup>34</sup> Fadillah Putra, 2003, *Paradigma Kritis dalam Studi Kebijakan Publik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hlm. 82.

<sup>35</sup> Dedi Dwitagama, *Pencitraan Sekolah, Pendidika Karakter, Branding Sekolah*, (Jakarta: Indeks, 2011), hlm. 7.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Fokus

Pada tujuan pendidikan nasional & tujuan yang sesuai dengan jenjang pendidikan sekolah, berusaha agar semua sumberdaya berjalan ke arah tujuan. Ada contoh sekolah yang menyatakan Ketuhanan dan Kejujuran adalah nilai-nilai yang diterapkan sekolah, ketika ada murid yang menyontek saat ulangan harian atau diketahui mencuri di sekolah mendapat sanksi dikeluarkan dari sekolah. Sekolah-sekolah seperti itu selalu banyak yang berminat walau harus membayar biaya yang mahal untuk diterima di sekolah itu.

c) Pembeda atau Ciri Khas.

Orang tua memasukkan anaknya ke sekolah yang punya kelebihan atau pembeda dari sekolah lain, pembeda itu bisa berupa nilai-nilai atau skill yang diajar atau terus dilaksanakan selama murid bersekolah disana. Terlalu berat untuk melaksanakan atau memperlihatkan output semua tujuan pendidikan di Sekolah, pilih saja satu atau sedikit karakter unggulan sebagai pembeda yang bisa dilihat orang tua murid.

Sebagai contoh sekolah yang menyatakan menanamkan nilai ketaqwaan melakukan berbagai kegiatan yang pada akhirnya memperlihatkan sikap taqwa murid sekolah itu lebih baik dari murid sekolah lain, hal ini membuat masyarakat senang menyekolahkan anaknya disana karena merasakan perbedaan tingkah laku anaknya sebelum dan setelah bersekolah disana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) Menyenangkan

Suasana sekolah harus memberi rasa senang dan membuat betah semua warganya, tak ada rasa takut atau cemas. Menjadikan murid, orang tua, guru & karyawan betah berada di sekolah karena teduh, nyaman serta keramahan warga sekolah.

e) Mengkomunikasikan atau mengabarkan.

Sekolah harus secara sadar merekam atau mendokumentasikan berbagai aktifitas sekolah, keunikan peserta didik, guru, karyawan, prestasi, proses latihan dan semua hal yang ada di Sekolah dalam bentuk Foto, Video dan menyeleksi foto-foto dan video terbaik untuk dipublikasikan dalam bentuk brosur, *website*, *blog*, *instagram*, *youtube* dan berbagai platform media sosial. Guru bisa memberikan tugas belajar, yang pada zaman dulu harus dicetak, kini bisa dirubah dengan meminta murid mempublikasikan di *blog*, *youtube* atau media sosial lainnya yang bisa menjadi memory atau kenangan serta materi promosi pencitraan yang alami tentang apa yang dilakukan di dalam Sekolah Anda.

f) ATM (amati, tiru, dan modifikasi) sekolah yang bagus.

Amati berbagai hal dari sekolah yang bagus menurut Anda, Tiru hal-hal bagus, Modifikasi cara melakukan hal-hal bagus disesuaikan dengan kondisi sekolah Anda. Melakukan ATM (Amati, Tiru dan Modifikasi) bisa dilakukan dengan berkunjung ke sekolah bagus yang terdekat, tak perlu studi banding hingga naik pesawat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g) Ciptakan budaya menghargai prestasi.

Prestasi apapun yang diperoleh murid, guru, karyawan sekolah harus selalu mendapat apresiasi dari semua warga sekolah, sehingga muncul semangat berprestasi dan budaya membicarakan prestasi di sekolah jadi kebahagiaan bersama.<sup>36</sup>

h) Pembiasaan evaluasi, introspeksi dan berubah.

Salah, keliru, gagal, benar, dan sukses adalah proses hidup yang selalu kita jumpai, apapun yang diperoleh harus dievaluasi, untuk jadi bahan perbaikan yang akan dilakukan di masa depan, sehingga perubahan selalu tidak bisa dihindari, agar bisa terus bertahan di dunia yang terus berubah.

Menurut Ferrinadewi dijelaskan mengenai brand image dan strategi pemasaran yang harus dilakukan, yaitu:<sup>37</sup>

- a) Madrasah harus terlebih dahulu mendefinisikan secara jelas brand personalitynya agar sesuai dengan kepribadian konsumennya. Adanya kesesuaian ini menandakan konsumen telah mengasosiasikan merek seperti pribadinya sendiri. Asosiasi yang kuat ini akan mendorong terciptanya citra merek yang positif.
- b) Madrasah harus mengupayakan agar tercipta persepsi bahwa merek yang mereka tawarkan sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini oleh konsumen dalam keputusan pembeliannya melalui strategi komunikasinya.

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 9.

<sup>37</sup> Erna Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008, hlm. 167-168.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) Madrasah dapat melakukan image analysis yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi bagaimana asosiasi konsumen terhadap merek.

## C. Konsep Daya Saing

### 1. Pengertian Daya Saing

Daya saing merupakan efisiensi dan efektivitas yang memiliki sasaran yang tepat dalam menentukan arah dan hasil sasaran yang ingin dicapai yang meliputi tujuan akhir dan proses pencapaian akhir dalam menghadapi persaingan.

Daya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak.<sup>38</sup> Sedangkan kata saing berarti berlomba, dahulu mendahului.<sup>39</sup>

Menurut Z. Heflin Frinces dalam Sunyoto, secara konseptual, daya saing merupakan hasil puncak dari berbagai keunggulan dan nilai lebih yang dimiliki untuk membuat sesuatu, baik berupa organisasi, produk maupun jasa. Keunggulan tersebut dilahirkan dari proses kerja dan kinerja yang dilakukan dengan tingkat kualitas yang baik dan konsep manajemen profesional modern ditambah adanya kontribusi dari berbagai sumber daya yang terbaik, misalnya bahan baku, sumber daya manusia, keuangan yang cukup. Hal-hal yang dibangun dari istilah daya saing adalah kita memberikan pemahaman bahwa yang dimaksud dengan daya saing di sini adalah daya bersaing dan kekuatan melakukan persaingan, namun bukan diartikan sebagai persaingan yang

---

<sup>38</sup> Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta, 2008, hlm. 325.

<sup>39</sup> *Ibid*, hlm.1243





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimaknai sebagai untuk saling mengalahkan, menjatuhkan atau menghancurkan.<sup>40</sup>

Menurut Sumihardjo, daya saingan yaitu: “kata daya dalam kalimat daya saing bermakna kekuatan, dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi lebih dari yang lain atau unggul dalam hal tertentu baik yang dilakukan seseorang, kelompok maupun institusi tertentu”.<sup>41</sup>

Daya saing bermakna kekuatan, dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu.<sup>42</sup>

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses, menyatakan bahwa: “daya saing adalah kemampuan menunjukkan hasil lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna”. Kemampuan yang di maksud dalam Permendiknas Nomor 41 Tahun 2007 tersebut, di perjelas oleh Sumihardjo,<sup>43</sup> mengemukakan bahwa daya saing meliputi:

- 1) Kemampuan memperkokoh posisi pasarnya,
- 2) Kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya,

---

<sup>40</sup> Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*, CAPS, Yogyakarta, 2015, hlm. 30.

<sup>41</sup> Sumihardjo, Tumar, *Daya Saing Daerah Konsep dan Pengukurannya Di Indonesia*. Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta, 2002), hlm. 8

<sup>42</sup> Danang Sunyoto, *Loc. Cit.*

<sup>43</sup> Sumihardjo, Tumar, *Daya Saing Daerah Konsep dan Pengukurannya di Indonesia....* hlm.11



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa berhenti, dan
- 4) Kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

Jika digunakan dalam konsep pendidikan, dalam segi cara bersaing inilah para pelaku lembaga pendidikan dihadapkan pada tujuan dari setiap lembaga pendidikan agar dapat berjalan dengan jangka panjang. Suatu lembaga pendidikan akan dapat mempertahankan mutu terus menerus dan benar – benar akan menghasilkan kualitas yang baik jika dilakukan atas kepercayaan masyarakat dan *brand* yang sudah di bangun atas kesadaran masyarakat itu sendiri.

Daya saing pendidikan tidak dimaksudkan untuk menghancurkan atau mematikan lembaga-lembaga pendidikan sebagaimana militer menghancurkan lawan-lawannya dalam peperangan, atau tudak seperti para pebisnis menggunakan strategi bersaing untuk melumpuhkan para pesaingnya agar mereka memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Peningkatan daya saing pendidikan dimaksudkan agar sekolah atau lembaga pendidikan tinggi dapat mempersiapkan masa depan peserta didiknya agar mereka dapat hidup di zamannya yang berbeda dengan zaman ketika mereka menuntut ilmu.<sup>44</sup>

Dapat dijelaskan bahwa daya saing merupakan kemampuan atau kekuatan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal-hal tertentu guna menghadapi persaingan. Tujuan dari adanya daya saing adanya untuk dapat mempersiapkan masa depan peserta didiknya agar mereka dapat hidup di zamannya yang berbeda dengan zaman ketika mereka menuntut ilmu.

---

<sup>44</sup> Dedy Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2015, hlm. 193.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Daya saing di sektor pendidikan, bisa dicermati dari daya saing sekolah, Madrasah dan perguruan tinggi. Madrasah yang berdaya saing dalam pemahamannya adalah Madrasah yang memiliki keunggulan, dibuktikan dengan berbagai prestasi yang diraihnya baik di level nasional maupun internasional. Madrasah tersebut juga memberikan layanan pendidikan yang berkualitas dari aspek ilmu pengetahuan dan teknologi yang digunakan maupun pendidikan karakter unggul yang ditanamkan, dibuktikan dengan akhlaqul karimah peserta didiknya.

Hasil penelitian yang dilakukan Tholkhah dalam buku, menyimpulkan daya saing Madrasah merupakan kemampuan lembaga pendidikan Madrasah melaksanakan dan mengimplementasikan manajemen tata kelola untuk menaikkan mutu pendidikan agar memiliki keunggulan dan kemampuan berdaya saing dengan lembaga pendidikan lainnya yang setara (equal).<sup>45</sup>

## 2. Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing

Dalam hal yang berkaitan dengan persaingan, salah satu esensi dari segala persiapan dan keunggulan adalah bentuk terciptanya daya saing. Daya saing adalah keunggulan bersaing yang tidak hanya sekadar dapat menjual produk dan jasa tetapi juga menguasai pasar. Keunggulan bersaing tercipta karena mempunyai berbagai keunggulan komparatif. Tugas eksekutif perusahaan atau organisasi adalah bagaimana menciptakan keunggulan komparatif. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kunggulan komparatif dalam daya saing, yaitu:

---

<sup>45</sup> Dr. Arwildayanto, S.Pd, M.Pd., dkk, *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*, CV CENDEKIA PRESS, Bandung, 2020, hlm 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a) Manajemen dan kepemimpinan

Untuk melakukan berbagai tindakan penyehatan, perubahan dan penyesuaian dalam rangka meningkatkan daya saing organisasi diperlukan analisis manajemen kritis dan kepemimpinan yang tangguh. Kepemimpinan yang tangguh sangat penting karena dia merupakan motor penggerak utama organisasi untuk meningkatkan perbaikan kinerja organisasi. Dalam berbagai kondisi persaingan, kemampuan top executive dalam melakukan perubahan sangat banyak menentukan jalannya organisasi, tingkat kesehatan dan kelangsungan hidup organisasi.<sup>46</sup> Kepemimpinan selalu mempunyai pengaruh yang besar dalam membangun maupun menciptakan lembaga yang tangguh, sebab pemimpin memiliki peran untuk menggerakkan lembaga yang dipimpinya ke arah tujuan yang diinginkan.

b) Perencanaan

Keunggulan bersaing juga ditentukan oleh ketepatan dalam membuat perencanaan. Harus dipahami bahwa konsepsi perencanaan strategis tidak bersifat baku. Ini berupa perencanaan yang harus segera dimodifikasi atau diubah sesuai dengan perubahan lingkungan yang membuat adanya terobosan atau rekayasa baru di berbagai hal terutama menyangkut prioritas, strategi dan kebijakan serta pola organisasi.<sup>47</sup> Perencanaan mutlak diperlukan sebagai langkah awal dalam membangun daya saing, sebab tanpa perencanaan yang matang semua usaha yang dilakukan akan sulit mencapai tujuannya secara

---

<sup>46</sup> Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*, CAPS, Yogyakarta, 2015, hlm. 38.

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm. 39



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efektif dan efisien. Perencanaan pun harus selalu disesuaikan dengan kondisi lapangan yang selalu berubah-ubah.

c) Entrepreneurship

Sumber daya manusia Perilaku seorang wirausaha, meliputi:

- 1) Mempunyai kepercayaan diri yang tinggi,
- 2) Adanya kebutuhan yang tinggi untuk selalu berprestasi dalam bekerja,
- 3) Berkemampuan mengendalikan diri dalam kondisi yang bagaimanapun,
- 4) Keberanian dalam mengambil resiko,
- 5) Memberikan toleransi ketidakpastian terhadap perubahan lingkungan,
- 6) Mempunyai semangat tinggi untuk menang dalam bersaing,
- 7) Mempunyai kreativitas tinggi untuk berinovasi atau mencar semangat strategi baru dalam bersaing, dan
- 8) Selalu berusaha melakukan perubahan karena perubahan merupakan syarat menciptakan kemajuan dan keberhasilan sebagaimana yang direncanakan.<sup>48</sup>

d) Teknologi

Ada dua aspek yang turut serta melahirkan daya saing, yaitu keunggulan didalam penguasaan dan penetapan teknologi terbaik dibidangnya. Dalam persaingan global, keunggulan suatu organisasi hanya langgeng jika organisasi bersangkutan mampu memberikan muatan teknologi didalam proses produksinya. Proses produksi hanya akan mampu menghasilkan produk yang berkualitas jika memiliki muatan teknologi yang tinggi, karena teknologi

---

<sup>48</sup> *Ibid*, hlm 39



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kualitas produk banyak mempunyai arti dalam persaingan jika muatan teknologinya tinggi.<sup>49</sup>

Di era digital, dimana teknologi merupakan sebuah kebutuhan, menjadikannya mudah sekali masuk kedalam setiap aktivitas manusia, tak terkecuali dalam dunia pendidikan. teknologi dapat menjadi kekuatan daya saing lembaga pendidikan ketika lembaga tersebut dapat menjadikan teknologi sebagai bagian terintegrasi dengan proses layanan yang diberikan. Tentunya hal ini harus dibarengi dengan kemampuan yang professional oleh para operator teknologi tersebut.

e) *Porter's Model*

Model Porter ini menyakut biaya rendah, diferensiasi dan focus. Model ini dikenalkan oleh Michael Porter dari *Harvad University, AS*, mengajukan suatu konsepsi keunggulan biaya rendah secara keseluruhan dan perlunya diferensiasi produk dan pasar dalam usaha meningkatkan kinerja bisnis, serta perlunya focus terhadap konsumen, pasar, dan produk tertentu. Ketiga aspek di atas bagi Porter merupakan suatu konsep strategi yang jika diadopsi dengan benar, tidak akan hanya mempertahankan survival perusahaan, namun juga meningkatkan ekspansi.<sup>50</sup> Melalui aspek harga, diferensiasi dengan pesaing, dan focus terhadap pelanggan dapat dijadikan sebagai kekuatan berdaya saing oleh lembaga pendidikan.

---

<sup>49</sup> *Ibid*, hlm. 39-40

<sup>50</sup> *Ibid*, hlm. 39-40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f) Perubahan inovatif

Kemajuan dapat diciptakan dengan baik hanya pada saat organisasi dalam keadaan amat sangat sehat, bukan pada saat kondisi sedang sakit atau tidak sehat. Dengan kata lain lakukan perubahan pada saat kondisi organisasi dalam keadaan prima dan sehat. Karena setiap perubahan akan memerlukan biaya dan pengorbanan. Biaya dan pengorbanan akan dapat ditanggung dan dibiayai dengan baik jika organisasi dalam keadaan prima dan sehat.<sup>51</sup>Ide-ide kreatif perlu dikembangkan sehingga dapat menjadikan proses pendidikan di madrasah dalam berkembang. Perubahan inovatif tentunya akan memerlukan dana dan pengorbanan yang lebih banyak, akan tetapi hal tersebut bukanlah halangan untuk menjadikan madrasah lebih baik.

g) Proses inovasi

Salah satu aspek penting yang sangat menentukan terciptanya daya saing adalah melakukan inovasi banyak dengan menciptakan teknologi, produk, organisasi, sistem manajemen, dan proses produksi baru. Kemampuan menciptakan semua itu merupakan sumber daya saing yang sangat penting dan strategis dalam membangun keunggulan bersaing di pasar global. Karena itu inovasi harus dapat menjadi bagian penting dalam menumbuhkembangkan organisasi.<sup>52</sup>Inovasi sangat dibutuhkan dalam dunia pendidikan, sebab inovasi akan selalu menjadikan pendidikan sebagai sesuatu yang berkembang, sehingga para pengguna layanan tidak merasa bosan dan jenuh.

---

<sup>51</sup> *Ibid*, hlm. 40

<sup>52</sup> *Ibid*, hlm. 41

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Strategi Daya Saing

Mulyasana menjelaskan bahwa strategi yang berorientasi pada persaingan (*Competitive Oriented Strategy*) merupakan suatu persaingan yang dilakukan dengan cara melakukan persaingan secara terbuka. Strategi ini dilakukan apabila semua komponen yang dimiliki oleh lembaga sudah dianggap kuat. Namun bila komponen-komponennya ada yang tidak siap, penerapan strategi ini akan berakibat buruk bagi lembaga.<sup>53</sup> Strategi ini terbagi menjadi beberapa bagian, yakni:

#### a) Strategi bersaing total

Suatu strategi persaingan yang dilakukan dengan cara melakukan penekanan terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing. Pola ini hanya dapat dilakukan apabila semua komponen lembaga pendidikan yang sudah mencapai level unggul dalam segalanya. Artinya, kepala sekolah harus berani menawarkan harga secara terbuka kepada masyarakat karena harga yang ditawarkan tentunya lebih kompetitif disbanding dengan yang ditawarkan oleh pihak lain. Sekolah pun dapat menawarkan mutu dan produk secara terbuka karena mutu dan produk pendidikan di lembaga pendidikan tersebut lebih unggul disbanding dengan pihak lain. Sekolah pun dapat menawarkan sistem layanan secara terbuka, karena sistem layanan pendidikan yang ditawarkan lebih unggul dari pihak lain.<sup>54</sup> Sebelum melaksanakan strategi ini, sekolah harus mempunyai keunggulan kompetitif dari sekolah-sekolah lainnya. Sebab strategi ini menuntut totalitas semua komponen sekolah secara keseluruhan.

---

<sup>53</sup> Dedy Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2015, hlm. 235

<sup>54</sup> *Ibid*, hlm. 235-236.



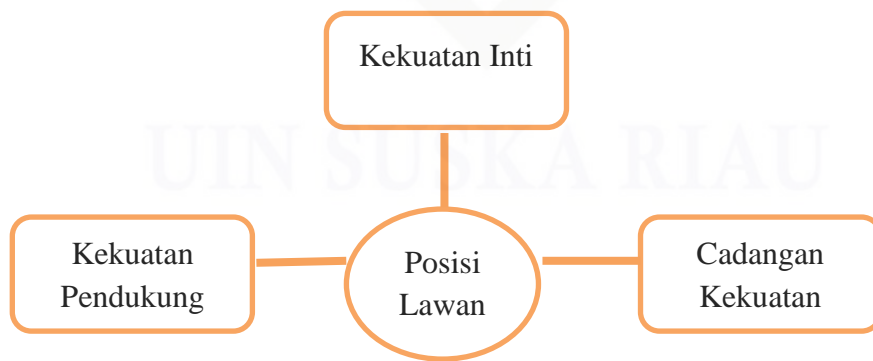
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) *Tri-area Power System*

Suatu strategi yang menggunakan tiga wilayah kekuatan. Untuk melakukan pola ini, para pengambil keputusan strategis harus mampu menempatkan pesaing di tengahnya wilayah kerja lembaga pendidikan, sehingga sekolah dapat menguasai wilayah persaingan. Pola ini hanya dapat diterapkan apabila posisi lembaga pendidikan sudah kuat di semua lini. Artinya kekuatan intinya lebih unggul, kekuatan cadangan dan kekuatan pendukungnya pun sudah lebih baik dari pihak lain. Pola ini tidak dapat diterapkan apabila lembaga pendidikan tersebut lemah.<sup>55</sup> Berbeda dengan strategi bersaing total yang menggunakan semua komponennya yang unggul. *Strategi Tri-area Power System* hanya dapat digunakan oleh lembaga pendidikan yang masih belum unggul disemua lini, artinya masih ada komponen pendidikan yang masih dibawah standar. Akan tetapi komponen tersebut lebih baik dari komponen yang dimiliki sekolah lain.

Gambar 2.1  
*Tri-area Power System*



<sup>55</sup> *Ibid*, hlm. 235-236.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) *Key Sector System Strategy* (strategi sector kunci)

Strategi yang menggunakan kekuatan kunci untuk dijadikan sebagai satu-satunya alat bersaing.<sup>56</sup> Strategi ini menjadikan komponen yang dianggap paling kompetitif dari komponen lain yang ditonjolkan dalam persaingan. Dalam setiap komponen sekolah (sarana/prsarana, SDM, modal, pelayanan, harga/biaya, jaringan, manajemen, dsb) pastinya ada komponen yang lebih menonjol diantara komponen lainnya. Melalui komponen itulah, sekolah harus melakukan kampanye besarbesaran, sehingga masyarakat tahu dan merasakan bahwa sekolah memiliki keunggulan dikomponen tersebut.

d) *Door to Door System*,

Sistem penguasaan pangsa pasar yang dilakukan dari pintu ke pintu konsumen. Pola ini sangat efektif dilakukan untuk menghadapi pesaing yang besar dan dilakukan dalam iklim persaingan yang sangat ketat. Syaratnya, harus memiliki tenaga lapangan yang professional, memiliki keuletan, kemampuan berkomunikasi, wawasan yang luas, serta memiliki teman-teman akrab yang banyak. Di bidang pendidikan, pola ini dapat diterapkan dengan mendatangi kantong-kantong calon peserta didik, para petugas mendatangi calon-calon siswa, bisa melalui orang tua, teman dekatnya, atau orang yang dihormati mereka.<sup>57</sup> Strategi ini tidak memerlukan keunggulan-keunggulan disetiap komponen lembaga pendidikan, yang dibutuhkan hanyalah tenaga lapangan yang mampu meyakinkan calon siswa, calon wali siswa dan masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya disekolah tersebut.

---

<sup>56</sup> *Ibid*, hlm. 236

<sup>57</sup> *Ibid*, hlm. 237

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e) Pola Gerilya

Suatu persaingan yang dilakukan dengan menekan kekuatan lawan secara sembunyi. Pola ini tidak dapat dilakukan secara terbuka, mengingat pesaing yang dihadapi adalah mereka yang memiliki kekuatan di semua sektor. Pola persaingan tidak dilakukan terhadap satu sektor saja, tapi terhadap beberapa sektor, di beberapa tempat, dan dalam iklim yang berubah-ubah.<sup>58</sup> Strategi ini dilakukan dengan cara melihat kondisi lingkungan yang ada, lembaga pendidikan harus mampu memetakan wilayah-wilayah sesuai dengan budaya dan adat istiadat yang dimilikinya, atau yang lebih spesifik lagi sekolah mengidentifikasi potensi, harapan dan cita-cita calon siswa maupun calon wali siswa sehingga dapat memberikan layanan seperti dengan apa yang mereka harapkan.

**4. Menciptakan *Brand Image* Madrasah Unggul yang berdaya Saing**

Lembaga pendidikan unggul merupakan lembaga pendidikan yang lahir dari sebuah keinginan untuk memiliki sekolah yang mampu berprestasi di tingkat nasional dan dunia dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi oleh ditunjang oleh akhlakul karimah.<sup>59</sup>

Lembaga pendidikan unggul merupakan lembaga pendidikan yang lahir dari sebuah keinginan untuk memiliki sekolah yang mampu berprestasi di tingkat nasional dan dunia dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi oleh ditunjang oleh akhlakul karimah.

---

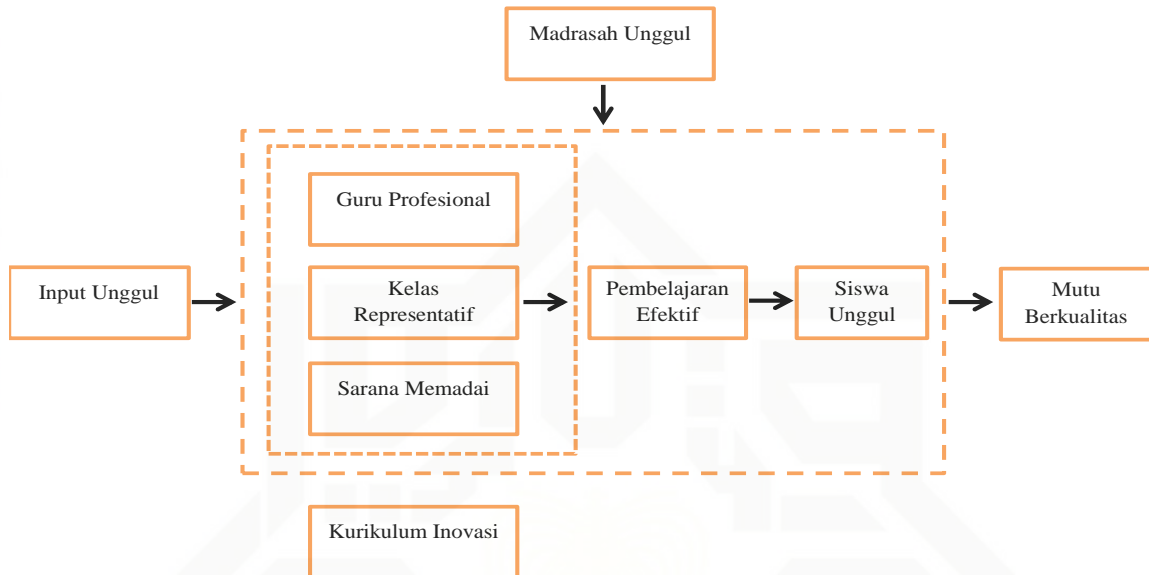
<sup>58</sup> *Ibid*, hlm. 237

<sup>59</sup> Departemen Agama RI, *Desain Pengembangan Madrasah*, Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam, Jakarta, 2004, hlm. 41.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.2  
Madrasah Unggul<sup>60</sup>



Madrasah yang unggul memerlukan berbagai aspek untuk menunjukannya, diantaranya adanya adanya input yang unggul, guru yang profesional, sarana yang memadai, kurikulum yang inovatif, ruang kelas atau pembelajaran yang representatif, sehingga dapat mendorong terciptanya pembelajaran yang efektif dan efisien akhirnya dapat menghasilkan out put yang unggul dan berkualitas.

Menurut Bafadal, menyatakan bahwa untuk mencapai kriteria sekolah unggul dituntut adanya tenaga, fasilitas, dan dana yang memadai, dan tidak semua sekolah dapat memenuhinya. Secara teknis, pengembangan sekolah unggul menuntut adanya tenaga yang profesional dan fasilitas yang memadai. Konsekuensinya dibutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk pengembangannya, sehingga uang gedung, SPP juga menjadi mahal yang hanya mampu dipenuhi

<sup>60</sup> Ibrahim Bafadal, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar: dari Sentralisasi Menuju Desentralisasi*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 28.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh orang-orang kaya, dan kecil sekali kemungkinan bagi orang yang tidak mampu untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah unggul.

Dalam mewujudkan sekolah unggul, dikembangkan pula kelas unggul, yaitu sejumlah siswa, yang karena prestasinya menonjol, dikelompokkan ke kelas tertentu. Pengelompokan ini dimaksudkan untuk membina siswa dalam mengembangkan kecerdasan, kemampuan, keterampilan, dan potensinya seoptimal mungkin, sehingga memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang terbaik.<sup>61</sup>

Ciri-ciri sekolah unggul adalah sekolah yang memiliki indikator sebagai berikut:

- a) Prestasi akademik dan non-akademik di atas rata-rata sekolah yang ada di daerahnya;
- b) Sarana dan prasarana dan layanan yang lebih lengkap;
- c) Sistem pembelajaran lebih baik dan waktu belajar lebih panjang;
- d) Melakukan seleksi yang cukup ketat terhadap pendaftar;
- e) Mendapat animo yang besar dari masyarakat, yang dibuktikan banyaknya jumlah pendaftar dibanding dengan kapasitas kelas;
- f) Biaya sekolah lebih tinggi dari sekolah disekitarnya.<sup>62</sup>

Madarah yang berdaya saing belum tentu menjadi madrasah unggulan. Akan tetapi, madrasah yang unggul merupakan madrasah yang memiliki Madarah yang berdaya saing belum tentu menjadi madrasah unggulan. Akan tetapi, madrasah yang unggul merupakan madrasah yang memiliki.

<sup>61</sup> *Ibid*,

<sup>62</sup> Madyo Ekosusilo, *Sekolah Unggul Berbasis Nilai*, Bantara Press, Sukoharjo, 2003, hlm.

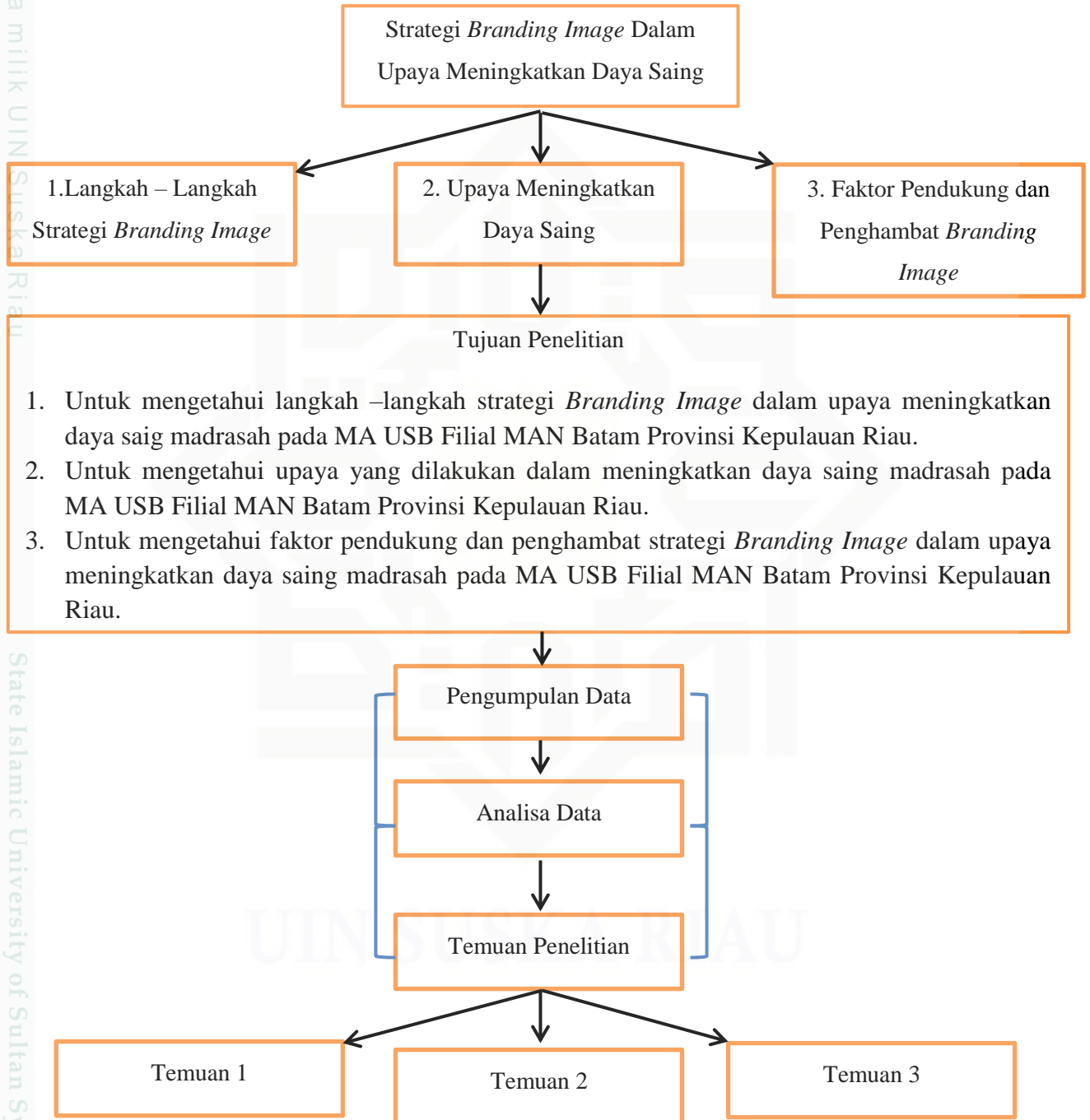


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**D. Kerangka Berfikir**

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Berfikir**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus, yang merupakan uraian dan penjelasan komprehensif atau menyeluruh mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subyek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, hasil survey, dan data apa pun untuk menguraikan data kasus secara terinci.<sup>63</sup> Penelitian ini menelaah bagaimana langkah-langkah strategis *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci.<sup>64</sup> Peneliti merupakan salah satu instrument yang ikut serta dalam mencari informasi dari berbagai sumber dan tehnik guna memperoleh data di lapangan terkait dengan penelitian yang dilakukan.

---

<sup>63</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Metode Ilmu Sosial Lainnya)*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hlm. 201.

<sup>64</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2005, hlm. 1.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>65</sup>

Disamping itu, ungkapan konsep tersebut lebih menghendaki makna yang berada di balik deskripsi data tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena data yang diperoleh berdasarkan pada fenomena atau latar alami (*natural setting*) sebagai sumber data langsung. Pemaknaan terhadap data tersebut hanya dapat dilakukan apabila diperoleh kedalaman atas fakta yang diperoleh. Serta berkaitan erat dengan sifat unik dari realitas sosial dan dunia tingkah laku manusia itu sendiri.<sup>66</sup>

Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif berupa gambar, dokumentasi, hasil wawancara dan hasil observasi penelitian.<sup>67</sup> Untuk itu penelitian kualitatif senantiasa berhubungan dengan subyeknya langsung guna mencari informasi yang diharapkan.<sup>68</sup> Dengan demikian peneliti secara langsung terjun kelapangan guna mengetahui langkah-langkah strategis

<sup>65</sup> Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, Yogyakarta, 2002, hlm. 14-15

<sup>66</sup> Sanipah Faisal, *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar dan Aplikasi*, Yayasan Asih Asah Asuh Malang, Malang, 1990, hlm. 2.

<sup>67</sup> Mukhamad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010, hlm.9.

<sup>68</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Yogyakarta, 2009, hlm.172





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Branding Image* dalam meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

## B. Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di MA USB Filia MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau yang berada di Kelurahan Bengkong Sadai Kecamatan Bengkong. Peneliti memilih sekolah tersebut sebagai tempat penelitian disebabkan sekolah tersebut merupakan lembaga pendidikan Menengah Atas Swasta yang berfilial dengan sekolah Negeri sekaligus merupakan Madrasah yang saat ini berkembang dalam menghadapi daya saing sebagai Madrasah Aliyah di Kota Batam. Terbukti dengan tingginya jumlah pendaftaran siswa baru pada tiap tahun pelajaran.

Penelitian ini akan dilakukan pada awal tahun 2022, tepatnya mulai bulan Januari sampai Juni 2022.

## C. Data dan Sumber Data

Data merupakan hal esensial untuk mengungkapkan suatu permasalahan, dan data diperlukan untuk menjawab masalah penelitian atau mengisi hipotesis yang dirumuskan. Data kualitatif adalah apa yang dikatakan oleh orang-orang yang berkaitan dengan seperangkat pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Apa yang orang-orang katakan itu, menurut Patton merupakan sumber utama data kualitatif.<sup>69</sup> Apakah yang mereka katakan diperoleh secara verbal melalui wawancara atau dalam bentuk tertulis melalui analisa dokumentasi atau respon survey.

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm..17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut sumbernya data penelitian digolongkan sebagai data primer dan data skunder adapun penjelasannya sabagai berikut:

a) Sumber data primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenalkan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>70</sup> Data ini diperoleh dari hasil wawancara dengan kepala sekolah, guru, staf, ketua komite serta wali murid maupun masyarakat sekitar yang diinterpretasikan dalam analisa penafsiran oleh peneliti di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

b) Sumber data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.<sup>71</sup> Sumber data sekunder sangat membantu peneliti untuk memperkuat informasi yang telah diperoleh, data ini diperoleh dari dokumen – dokumen sekolah yang berupa sejarah sekolah, visi, misi, letak geografis, dan data yang berkaitan dengan strategi *branding image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

---

<sup>70</sup> Saefudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001, hlm. 91.

<sup>71</sup> *Ibid*



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### D. Informent Penelitian

Informent Penelitian dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, kehadiran peneliti pada penelitian kualitatif merupakan suatu kewajiban. Karena penelitian ini lebih mengutamakan temuan observasi terhadap fenomena atau peristiwa yang ada maupun wawancara yang dilakukan peneliti sendiri sebagai instrument penelitian (*key instrument*) pada latar penelitian secara langsung. Untuk itu, kemampuan pengamatan peneliti untuk memahami fokus penelitian secara mendalam sangat dibutuhkan dalam rangka menentukan data optimal dan kredibel, itulah sebabnya kehadiran peneliti untuk mengamati peristiwa-peristiwa secara intensif ketika berada di *setting* penelitian merupakan suatu kewajiban.

Penelitian kualitatif harus menyadari bahwa dirinya merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, penganalisis data, dan sekaligus menjadi pelapor dari hasil penelitian.<sup>72</sup> Karena itu peneliti harus berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menjaring data sesuai dengan kenyataan di lapangan, sehingga data yang terkumpul benar-benar relevan dan terjamin keabsahannya. Peneliti harus bersikap hati-hati, terutama dengan informan kunci agar tercipta suasana yang mendukung keberhasilan dalam pengumpulan data.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Sesuai dengan penelitian kali ini yaitu penelitian kualitatif maka cara pengumpulan data dilakukan dengan tiga teknik,

<sup>72</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Yogyakarta, 2009, hlm. 144.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara lain: obsevasi, wawancara dan dokumentasi . berikut penjelasan dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut:

a) Teknik Observasi

Teknik ini biasanya diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>73</sup> Sedangkan observasi yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data adalah observasi partisipasi pasif (Passive Participant) dengan melakukan pengamatan secara tidak langsung atau tidak terlibat di dalamnya. Alasan peneliti menggunakan observasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data adalah dengan pengamatan peneliti dapat mengetahui strategi *Brand Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau secara langsung dan nyata.

Tentunya peneliti tidak hanya sebagai penonton yang hanya menyaksikan upaya-upaya yang telah dilakukan sebab tugas seorang pengamat bukanlah sekedar menjadi penonton dari apa yang menjadi sasaran yang menjadi perhatiannya, melainkan menjadi pengumpul sebanyak mungkin keterangan, atas dasar apa yang terlihat mengenai sasaran tadi. Jadi seorang pengamat harus mencatat segala sesuatu yang dianggap penting agar kemudian dapat membuat laporan mengenai hasil pengamatannya.<sup>74</sup> Observasi yang dilakukan digunakan untuk mengamati keadaan sarana parasarana madrasah, lingkungan sekitar madrasah, baik

---

<sup>73</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid II*, Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta, 1997, hlm. 136.

<sup>74</sup> Koentjoningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Gramedia, Jakarta, 1991, hlm. 114.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungan kesehatan, budaya madrasah maupun lingkungan masyarakat sekitar madrasah.

b) Teknik Wawancara

Selanjutnya, peneliti akan menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan data. Metode wawancara adalah “percakapan dengan maksud tertentu dan percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai”.<sup>75</sup>

Menurut Esterberg sebagaimana dikutip Sugiyono mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur.<sup>76</sup> Sedangkan metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara semi terstruktur ini mempunyai tujuan menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya<sup>77</sup>, metode wawancara semi terstruktur ini peneliti gunakan untuk mewawancarai kepala sekolah, guru, ketua pengurus, serta wali murid maupun masyarakat sekitar madrasah. Sedangkan wawancara tak berstruktur yang merupakan wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>78</sup>

---

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm. 146

<sup>76</sup> *Ibid*,

<sup>77</sup> *Ibid*, hlm.320

<sup>78</sup> *Ibid*



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan dengan tujuan agar peneliti tidak keluar dari tema yang diteliti. Selanjutnya dalam masa wawancara, pedoman wawancara tersebut akan terus berkembang saat dilapangan.

## c) Teknik Dokumentasi

Dokumentasi asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis.<sup>79</sup> Adapun pengetahuan metode dokumentasi yaitu catatan fenomena atau peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental seseorang.<sup>80</sup>

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data verbal yang berbentuk tulisan maupun artifac, foto dan sebagainya. Data tulisan ini bisa berupa buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, dan sebagainya.<sup>81</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang guru, tenaga kependidikan, serta peserta didik di MA USB Filia MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau yang akan dijadikan sebagai data penelitian, struktur organisasi, daftar guru, visi dan misi madrasah.

<sup>79</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hlm 158

<sup>80</sup> Narbuko, *Metode Penelitian ...*, hlm 329

<sup>81</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, hlm. 329.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## F. Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan lain-lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>82</sup>

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Lexy J Moeleng mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu.<sup>83</sup>

Dalam penelitian ini analisa data model interaktif, menurut Miles & Huberman yang terdiri atas empat tahapan<sup>84</sup>, yaitu :

### 1. Pengumpulan Data

Peneliti menumpulkan data sebelum penelitian, pada saat penelitian dan juga setelah penelitian. Pengumpulan data sebelum penelitian merupakan studi awal untuk membuktikan tentang permasalahan mengenai strategi *branding image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau. Pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan diawal proses, saat proses dan akhir proses penelitian. Sehingga data dikumpulkan selama proses penelitian.

---

<sup>82</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Op. Cit., hlm. 334.

<sup>83</sup> Mukhamad Saekan, *Op.Cit.*, hlm. 91.

<sup>84</sup> Haris Herdiansyah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm 165

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data merupakan proses berpikir *sensitive* yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Dalam penelitian ini data yang direduksi berupa hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Guru, staf, ketua komite, wali murid serta masyarakat sekitar di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau terkait strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah. Selain itu, data yang direduksi disini juga dapat berasal dari hasil observasi dan dokumentasi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

## 3. Penyajian Data (*Display Data*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>85</sup> Dalam mendisplay data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

---

<sup>85</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Op.Cit, hlm. 341.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

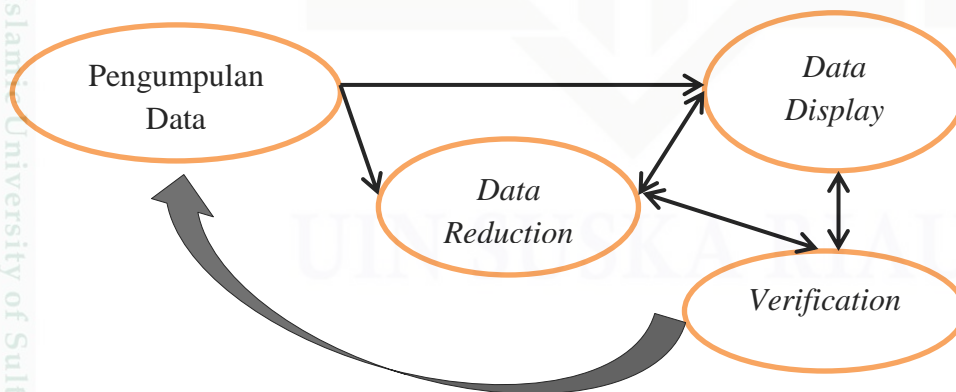
Dengan demikian dalam penelitian ini setelah data direduksi, maka data disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif tentang strategi Branding Image dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau.

4. Kesimpulan (*Verification*)

Tahapan terakhir pada analisis data kualitatif, menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal tetapi mungkin juga tidak. Karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan yang sebelumnya belum pernah ada.<sup>86</sup>

**Gambar 3.1**

**Komponen Analisis Data (*Interctive Model*)**



<sup>86</sup> *Ibid*, hlm. 345.

Dapat disimpulkan dalam penelitian ini data yang telah disajikan atau display data, dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan atau verifikasi terkait tentang strategi *branding image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah di MA USB Filial MAN Batam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dapat disimpulkan dalam penelitian ini data yang telah disajikan atau display data, dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan atau verifikasi terkait tentang strategi *branding image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah di MA USB Filial MAN Batam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan dan analisa data yang telah dilakukan oleh penulis terkait dengan Strategi Branding Image dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau yang diuraikan dalam bab – bab sebelumnya. Maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan dalam membangun Branding Image di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dilaksanakan dengan cara menyampaikan visi dan misi secara menyeluruh dan jelas, Mendorong guru untuk meningkatkan kompetensi dan keprofesionalismenya, Menciptakan lingkungan yang nyaman, Menciptakan pembelajaran yang ramah anak, Menggunakan kurikulum yang sesuai dengan peraturan yg berlaku dan seimbang, Penilaian dan Pelaporan yang bersifat komprehensif, serta Mengikutsertakan orangtua dan masyarakat dalam mendukung program sekolah.
2. Langkah –langkah strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau adalah menciptakan Branding Image Positif di masyarakat, Memiliki Program – Program Unggulan.
3. Faktor pendukung dalam strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau adalah memiliki guru – guru yang solid dan dapat bekerjasama dengan



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik, memiliki interaksi yang baik dilingkungan madrasah maupun luar madrasah, tersedianya fasilitas sarana dan prasarana pendukung pembelajaran dan pengembangan kegiatan, memiliki kondisi lingkungan yang nyaman, menjalin mitra kerjasama yang baik antar pihak manajemen sekolah dengan para orangtua murid.

Faktor penghambat dalam strategi *Branding Image* dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau antarlain, keterbatasan ketersediaan anggaran dan koordinasi antar pihak manajemen.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penjelasan dan kesimpulan dari penelitian ini, penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Madrasah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu informasi tentang membangun *Branding Image* Madrasah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat sekitar madrasah. Serta lebih meningkatkan lagi sistem koordinasi terhadap pihak internal manajemen madrasah. Sehingga tercapainya visi dan misi yang diharapkan.
2. Bagi Guru dan Staf, realitanya persaingan pendidikan akan selalu tetap ada, maka diperlukan perhatian khusus bagi guru untuk dapat meningkatkan kompetensi dan profesionalitas dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya. Sehingga mampu menghasilkan lulusan terbaik bagi madrasah yang akan mendukung citra positif bagi madrasah.

3. Bagi peneliti lainnya, semoga penelitian ini bisa membantu dalam memberikan informasi terkait dengan “*Branding Image*” dan dapat menindaklanjuti penelitian ini dengan model dan metode yang lebih luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

- A. B. Susanto & Himawan Wijarnako, *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Mizan Publika, Jakarta, 2004.
- Armai Arief, *Reformasi Pendidikan Islam*, Ciputat Press Group, Ciputat, 2007.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, Alfabeta, Bandung, 2005.
- Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*, CAPS, Yogyakarta, 2015.
- Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Metode Ilmu Sosial Lainnya)*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Dedy Mulyasana, *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2015.
- Departemen Agama RI, *Desain Pengembangan Madrasah*, Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam, Jakarta, 2004.
- Durianto, dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Erna Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008.
- Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, ANDI, Yogyakarta, 2005.
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publising, Malang, 2004.
- Farida Jasfar, *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2009.
- Freddy Rangkuti, *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.
- Hasbullah, *Otonomi Pendidikan: Kebijakan Otonomi Daerah dan Implikasinya Terhadap Penyelenggaraan Pendidikan*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2006.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Rineka Cipta, Jakarta, 2011.
- Ibrahim Bafadal, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar: dari Sentralisasi Menuju Desentralisasi*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003.
- Kevin Lane Keller, *Strategy Brand Management (Building, Measuring, And Managing Brand Equity)*, Prentice Hall, New Jersey, 2008.
- Kunandar, *Guru Profesional: Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) dan Persiapan Menghadapi Sertifikasi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2007.
- L.G. Schiffman & L.L. Kanuk, *Consumer Behaviour*, 7th Edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1997.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Yogyakarta, 2009.
- Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005.
- M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, ANDI, Yogyakarta, 2007.
- Madyo Ekosusilo, *Sekolah Unggul Berbasis Nilai*, Bantara Press, Sukoharjo, 2003
- Moh. Ainurrofiqin, *99 Strategi Branding di Era 4.0*, Quadrant, Yogyakarta, 2021, hlm 2
- Mukhamad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010.
- Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, Yogyakarta, 2002.
- Nuroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta, 2003.
- Philip Kotler & Hermawan K., *Repositioning ASIA From Bubble to Sustainable Economy*, John Wiley & Sons, Singapore, 2000.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, 2002, Jld.2.
- \_\_\_\_\_, *Marketing Management*, 10th Edition, Prentice Hall, New Jersey, 2000.
- Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 2003
- Saefudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2005.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Alfabeta, Bandung, 2010.

Sutisna, *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2001.

Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*, Jakarta, 2008.

Tumar Sumihardjo, *Penyelenggaraan Pemerintahan daerah Melalui Pengembangan Daya Saing Berbasis Potensi Daerah*, Fokusmedia, Bandung, 2008.



UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Lampiran I :**

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

Nama : Ulfah Ismiati, S.Pd.I., M.M  
 Jabatan : Kepala Madrasah  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau ?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah ?
3. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan MA USB Filial MAN Batam dalam membangun Branding Image di masyarakat?
4. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga ?
5. Program apa saja yang menjadi program unggulan di MA USB MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
6. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun branding image baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat ?
7. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah nya?

Tanda Tangan Narasumber

( ..... )

## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Nama :  
 Jabatan : Waka. Kurikulum  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau ?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah ?
3. Bagaimana peran guru dalam melakukan langkah untuk membangun Branding Image MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
4. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh guru MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga ?
5. Program apa saja yang menjadi program unggulan di MA USB MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
6. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun *branding image* baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat ?
7. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah?

Tanda Tangan Narasumber

(.....)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

Nama :  
 Jabatan : Guru / Koordinator Ekskul Seni dan Kretivitas Siswa  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau ?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah ?
3. Bagaimana peran guru dalam melakukan langkah untuk membangun Branding Image MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
4. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh guru MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga ?
5. Program apa saja yang menjadi program unggulan di MA USB MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
6. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun branding image baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat ?
7. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasahny?

Tanda Tangan Narasumber

( ..... )



**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

Nama :  
 Jabatan : Guru / Koordinator Ekskul Bela Negara dan Sosial  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau ?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah ?
3. Bagaimana peran guru dalam melakukan langkah untuk membangun Branding Image MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
4. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh guru MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga ?
5. Program apa saja yang menjadi program unggulan di MA USB MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
6. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun branding image baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat ?
7. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah?

Tanda Tangan Narasumber

( ..... )

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

Nama :  
 Jabatan : Guru / Koordinator Ekskul Keagamaan  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau ?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah?
3. Bagaimana peran guru dalam melakukan langkah untuk membangun Branding Image MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
4. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh guru MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga ?
5. Program apa saja yang menjadi program unggulan di MA USB MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
6. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun branding image baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat ?
7. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah?

Tanda Tangan Narasumber

(.....)

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Nama :  
 Jabatan : Guru / Wali Kelas  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau ?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah ?
3. Bagaimana peran guru dalam melakukan langkah untuk membangun Branding Image MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
4. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh guru MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga ?
5. Program apa saja yang menjadi program unggulan di MA USB MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
6. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun *branding image* baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat ?
7. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah?

Tanda Tangan Narasumber

(.....)



**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

Nama :  
 Jabatan : Guru Bidang Studi  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
2. Apa Upaya yang dilakukan oleh MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah?
3. Bagaimana peran guru dalam melakukan langkah untuk membangun *Branding Image* MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
4. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh guru MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga?
5. Program apa saja yang menjadi program unggulan di MA USB MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
6. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun branding image baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
7. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasah?

Tanda Tangan Narasumber

(.....)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Nama :  
 Jabatan : Ketua Komite  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana pelaksanaan visi dan misi di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
2. Bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh pengurus komite MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau dalam menyikapi persaingan antar lembaga?
3. Faktor apa saja yang mendukung dalam membangun branding image baik MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau di masyarakat?
4. Kendala dan hambatan apa saja yang sering dihadapi MA USB Filial MAN Batam dalam meningkatkan daya saing madrasahnyanya?

Tanda Tangan Narasumber

(.....)



### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Nama :  
 Jabatan : Wali Murid 1  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana kesan anda terhadap MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
2. Menurut anda, keunggulan apa saja yang dimiliki MA USB Filial MAN Batam?
3. Mengapa anda memilih tertarik untuk menyekolahkan anak anda di MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
4. Kegiatan atau program apa yang menjadikan anda tertarik dengan MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?

Tanda Tangan Narasumber

( ..... )

UIN SUSKA RIAU



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Nama :  
 Jabatan : Warga Sekitar MA USB Filial MAN Batam  
 NIP :  
 Hari/Tanggal :  
 Tempat Pelaksanaan :  
 Waktu :

1. Bagaimana kesan anda terhadap MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?
2. Menurut anda, keunggulan apa saja yang dimiliki MA USB Filial MAN Batam?
3. Kegiatan atau program apa yang seharusnya perlu ditambahkan / diadakan pada MA USB Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau?

Tanda Tangan Narasumber

( ..... )

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Lampiran III :

#### Wawancara Bersama Ibu Kepala Madrasah Ulfah Ismiati, S.Pd.I, M.M





## Wawancara Bersama Bapak Al Azmi ( Guru / Humas MA USB Filial MAN Batam)



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Wawancara Bersama Bapak Shalih Ragastiwi, SS ( Guru/ Koordinator Ekskul Seni dan Kretifitas)**



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara Bersama Bapak Madi, S.T (Guru / Tata Usaha)

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Wawancara Bersama Beberapa Walimurid dan Warga Sekitar



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Wawancara Bersama Beberapa Walimurid dan Warga Sekitar



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Wawancara Bersama Beberapa Walimurid dan Warga Sekitar



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Wawancara Bersama Beberapa Walimurid dan Warga Sekitar



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Foto Trophy Prestasi yang diraih Siswa-siswi MA USB Filial MAN Batam

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







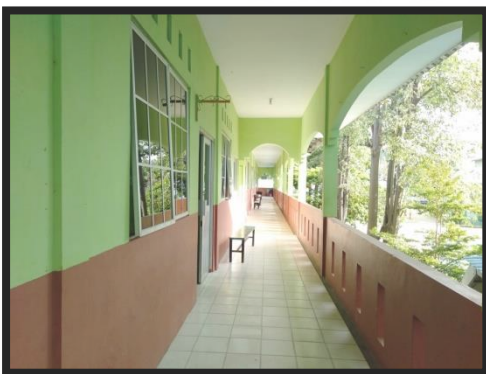
**Lampiran III:**



**Kondisi Lingkungan MA USB Filial MAN Batam yang Bersih dan nyaman**



**Gedung MA USB Filial MAN Batam**



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Ruang Sirkulasi Kelas Lantai 2**

**Foto Prestasi MA USB Filial MAN Batam**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**PASCASARJANA**  
**كلية الدراسات العليا**  
**THE GRADUATE PROGRAMME**

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004

Phone & Facs, (0761) 858832, Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id> Email : [pasca@uin-suska.ac.id](mailto:pasca@uin-suska.ac.id)

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 30 Maret 2022

Nomor : S-0970/Un.04/Ps/PP.00.9/03/2022  
Lamp. : 1 berkas  
Perihal : Penunjukan Pembimbing I dan  
Pembimbing II Tesis Kandidat Magister

Kepada Yth.

1. Dr. Agustiar. M.Ag (Pembimbing Utama)
  2. Dr. M. Fitriyadi. MA (Pembimbing Pendamping)
- di

Pekanbaru

Sesuai dengan musyawarah pimpinan, maka Saudara ditunjuk sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping tesis kandidat magister a.n :

Nama : Arestya Saksitha Pulungan  
NIM : 22090621961  
Program Pendidikan : Magister/Strata Dua (S2)  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Semester : IV (empat)  
Judul Tesis : Strategi Branding Image Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah Pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau

Masa bimbingan berlaku selama 1 tahun sejak tanggal penunjukan ini dan dapat diperpanjang (maks.) untuk 2x6 bulan berikutnya. Adapun materi bimbingan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dan penulisan tesis;
2. Penulisan hasil penelitian tesis;
3. Perbaikan hasil penelitian etelah Seminar Hasil Penelitian;
4. Perbaikan tesis setelah Ujian Tesis; dan
5. Meminta ringkasan tesis dalam bentuk makalah yang siap di submit dalam jurnal.

Bersama dengan surat ini dilampirkan blanko bimbingan yang harus diisi dan ditandatangani setiap kali Saudara memberikan bimbingan kepada kandidat yang bersangkutan.

Demikianlah disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasalam,  
Direktur,



Prof. Dr. H. Ilyas Husti. MA  
NIP. 19611230 198903 1 002





UIN SUSKA RIAU

## Sertifikat

Nomor: B-1309/Un.04/Ps/PP.00.9/04/2022

Komite Penjaminan Mutu Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Menerangkan Bahwa :

**Nama** : Deassy Arestya Saksitha Pulungan

**NIMI** : 22090621961

**Judul Tesis** : Strategi Branding Image Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah Pada MA USB Filial Man Batam Provinsi Kepulauan Riau

Telah dilakukan uji Turnitin dan dinyatakan lulus cek plagiasi Tesis Sebesar (21%) di bawah standar maksimal batas toleransi kemiripan dengan karya tulis ilmiah lainnya. Berdasarkan peraturan Pemerintah melalui Dikti Nomor UU 19 Tahun 2002: Permendiknas 17 tahun 2010 bahwa tingkat persentase kesamaan tulisan yang diunggah di dunia maya hanya boleh 20-25% kesamaan dengan karya lainnya.

Mengetahui  
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Ilyas Husti, MA  
NIP. 196112301989031002

Pekanbaru, 30 Mei 2022  
Pemeriksa Turnitin Pascasarjana

Dr. Perisi Nopel, M.Pd.I  
NUPN. 9920113670

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Akreditasi B  
SK. No. ISETBAN PAUD DAN PNF/ AKR/2019

Certificate Number: 619/HOMIE/XII/2021

**TOEFL®**

# CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : Deassy Arestya Saksitha  
 ID Number : 2171027107920002  
 Test Date : 18-12-2021  
 Expired Date : 18-12-2023

achieved the following scores:

Listening Comprehension : 48  
 Structure and Written Expression : 46  
 Reading Comprehension : 60  
 Total : 513



Robi Kurniawan, M. A.  
Homie English Director



Izin No: 37108.06/DPMPPTSP/IX/2021  
 Under the auspices of:  
 HOMIE ENGLISH  
 At: Pekanbaru  
 Date: 21-12-2021

## الشهادة

### اختبار كفاءات اللغة العربية لغير الناطقين بها

يشهد المعلق بأن:

سيد/ة :  
Deassy Arestya Saksitha :  
رقم الهوية : 2171027107920002  
تاريخ الاختبار : 19-12-2021  
الملاحية : 19-12-2023

قد حصلت على النتيجة في اختبار الكفاءات في اللغة العربية لغير الناطقين بها

الاستماع : 56  
القواعد : 46  
القراءة : 49  
المجموع : 503

التقييم التعريفي

No. 573/GLC/NI/2021



Powered by



الأمين العام

أدي خير الدين الماجستير



Instansi No: 4290/EBD.PALUD.PNF.2/VIII/2017/6809

Under the auspices of:  
Global Languages Course  
Mc:  
Pekabaru  
Date: 21-12-2021