

ABSTRAK

Firgiawan Rangga Saputra. *Manajemen Strategi Membangun Brand Image Madrasah Untuk Meningkatkan Daya Saing (Penelitian di Madrasah Ibtidaiyah Asih Putera Cimahi)*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan madrasah untuk tetap *survive* dengan perubahan dan perkembangan teknologi saat ini, yang menyebabkan madrasah kurang diminati dikarenakan tidak sesuai dengan kebutuhan zaman. Dalam menjaga madrasah untuk tetap *survive* tersebut, maka madrasah dituntut untuk membangun *brand image* yang mampu menarik para pelanggan melalui program-program unggulan yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi berbagai aspek manajemen strategi dalam upaya membangun daya saing madrasah. Fokus penelitian mencakup: (1) analisis lingkungan internal dan eksternal, (2) perumusan strategi, (3) implementasi strategi, dan (4) evaluasi strategi *brand image* untuk meningkatkan daya saing madrasah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta analisis dokumen dari berbagai sumber primer dan sekunder yang relevan. Dengan metode ini, diharapkan dapat diperoleh Gambaran yang komprehensif mengenai kondisi dan praktik manajemen strategi yang ditetapkan di Madrasah Ibtidaiyah Asih Putera Cimahi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa madrasah memiliki komitmen yang kuat dalam meningkatkan daya saing madrasah dengan membangun *brand image* positif. Strategi yang digunakan meliputi analisis SWOT untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi madrasah, Selanjutnya madrasah memanfaatkan peluang-peluang yang ada secara maksimal dengan meningkatkan kualitas SDM dan infrastruktur. Selain itu, proses perumusan strategi didasarkan pada visi dan misi madrasah yang berfokus dalam pengembangan minat bakat siswa yang berlandaskan nilai-nilai ketauhidan kepada Allah. Implementasi strategi yang dilakukan dengan membangun program-program unggulan serta meningkatkan semua kualitas pendukung dan membangun komunikasi yang baik dengan seluruh stakeholder. Evaluasi strategi dalam meningkatkan daya saing madrasah dilakukan dengan berkala untuk memastikan program yang berjalan mampu mencapai target yang diinginkan. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pentingnya peran manajemen strategi dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah melalui *brand image*, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola madrasah dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi sekolah dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan daya saing madrasah di masa depan.

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

ABSTRACT

Firgiawan Rangga Saputra. Strategic Management of Building Madrasah Brand Image to Increase Competitiveness (Research at Madrasah Ibtidaiyah Asih Putera Cimahi)

This research is motivated by the need for madrasahs to survive with current technological changes and developments, which cause madrasahs to be less attractive because they are not in accordance with the needs of the times. In keeping the madrasah to survive, the madrasah is required to build a brand image that is able to attract customers through the excellent programs offered. The purpose of this study is to analyze and evaluate various aspects of strategic management in an effort to build madrasah competitiveness. The research focus includes: (1) internal and external environment analysis, (2) strategy formulation, (3) strategy implementation, and (4) brand image strategy evaluation to improve madrasah competitiveness. This research used a qualitative approach with descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and document analysis from various relevant primary and secondary sources. With this method, it is expected to obtain a comprehensive overview of the conditions and practices of strategic management set at Madrasah Ibtidaiyah Asih Putera Cimahi. The results of this study show that madrasah has a strong commitment in improving madrasah competitiveness by building a positive brand image. The strategies used include SWOT analysis to understand the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by the madrasah. Furthermore, the madrasah maximizes the existing opportunities by improving the quality of human resources and infrastructure. In addition, the strategy formulation process is based on the vision and mission of the madrasah, which focuses on developing students' interests and talents based on the values of faith in God. Strategy implementation is carried out by building superior programs and improving all supporting qualities and building good communication with all stakeholders. Evaluation of strategies in increasing the competitiveness of madrasah is carried out periodically to ensure that the running program is able to achieve the desired target. The findings of this study confirm that the important role of strategic management in efforts to improve madrasah competitiveness through brand image, and provide practical recommendations for madrasah managers in formulating and implementing school strategies in building brand image to improve madrasah competitiveness in the future.

Keywords: Strategic Management, Brand Image, Competitiveness