

TESIS

**MANAJEMEN *SCHOOL BRANDING* DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING SEKOLAH
(STUDI MULTISITUS DI SD INTEGRAL LUQMAN AL
HAKIM BOJONEGORO DAN SDIT INSAN PERMATA
BOJONEGORO)**



Disusun oleh :

HENI MARIA ASTUTIK

NIM. 240100144

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN
PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS GRESIK**

2026



MOTTO

“Keberhasilan bukan milik mereka yang tidak pernah gagal, tetapi milik mereka yang terus bangkit setiap kali terjatuh.”

“Berjuang tanpa lelah, berusaha tanpa menyerah, dan bertawakal demi meraih berkah.”

“Tidak ada yang sia-sia dari setiap perjuangan; usaha, doa, dan kesabaran akan menemukan hasil terbaik pada waktunya.”

**MANAJEMEN *SCHOOL BRANDING* DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING SEKOLAH
(STUDI MULTISITUS DI SD INTEGRAL LUQMAN AL
HAKIM BOJONEGORO DAN SDIT INSAN PERMATA
BOJONEGORO)**

TESIS

Diajukan kepada

Program Studi Manajemen Pendidikan

Program Magister (S2)

Universitas Gresik

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan Program Magister

HENI MARIA ASTUTIK

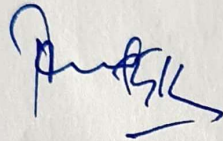
NIM. 240100144

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN
PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS GRESIK**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis oleh Heni Maria Astutik ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji pada tanggal 14 Juli 2026

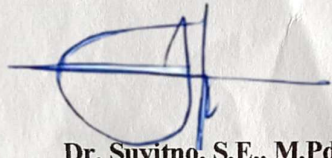
Pembimbing I



Dr. Taufiq Harris, M.Pd.

NIDN. 0727026502

Pembimbing II



Dr. Suyitno, S.E., M.Pd.

NIDK. 8808960018

Gresik, 15 Juni 2026

Mengetahui

Direktur Pascasarjana,



Dr. Ahmad Thohirin, M.Pd

NIDN. 0710109101

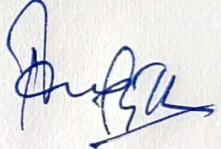
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Tesis oleh Heni Maria Astutik ini telah dipertahankan di depan Dewan
Penguji Tesis pada tanggal 14 Juli 2026 dinyatakan (lulus)

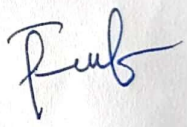
Dr. Suyanto, M.AP., M.Pd.
NIDN. 0717057702

Ketua 

Dr. Taufiq Harris, M.Pd.
NIDN. 0727026502

Anggota 

(Dr. M. Furqon Wahyudi, M.Pd.)
NIDN. 0718099701

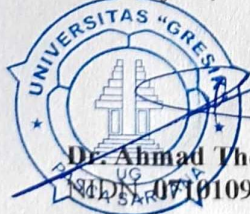
Anggota 

Gresik, 14 Juli 2026

Mengetahui

Direktur Program

Pascasarjana,



Dr. Ahmad Thohirin., M.Pd
NIDN. 0710109101

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : HENI MARIA ASTUTIK

NIM : 240100144

Jurusan/ Program Studi : S2 - Manajemen Pendidikan

Fakultas/Universitas : Program Magister / Universitas Gresik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gresik, 14 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



HENI MARIA ASTUTIK
NIM. 240100144

ABSTRAK

Astutik, Heni Maria. 2026. *Manajemen School branding dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah (Studi Multisitus di SD Integral Luqman Al Hakim Bojonegoro dan SDIT Insan Permata Bojonegoro)*. Program Studi Magister Manajemen Pendidikan, Program Pascasarjana, Universitas Gresik. Pembimbing I : Dr. Taufiq Harris, M.Pd., Pembimbing II : Dr. Suyitno, S.E., M.Pd.,

Kata Kunci: *school branding*, manajemen pendidikan, daya saing sekolah, studi multisitus, sekolah dasar Islam terpadu.

Persaingan antarlembaga pendidikan yang semakin kompetitif menuntut sekolah memiliki strategi untuk membangun citra positif dan meningkatkan daya saing. Salah satu strategi tersebut adalah *school branding*, yaitu pengelolaan identitas, keunggulan, dan reputasi sekolah secara terencana dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis: (1) manajemen *school branding* di SD Integral Luqman Al Hakim Bojonegoro dan SDIT Insan Permata Bojonegoro; (2) faktor-faktor yang memengaruhi implementasinya; serta (3) karakteristik sekolah yang berdaya saing sebagai hasil penerapan *school branding*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan studi multisitus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi terhadap kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, serta dokumen pendukung. Analisis data dilakukan melalui kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan analisis lintas situs, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen *school branding* di kedua sekolah dilaksanakan secara sistematis melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan yang selaras dengan visi dan misi sekolah. Implementasi branding diwujudkan melalui pengembangan program unggulan, penguatan budaya sekolah Islami, peningkatan mutu layanan pendidikan, pencapaian prestasi akademik dan nonakademik, serta pemanfaatan media sosial dan teknologi digital sebagai sarana komunikasi dan promosi. Keberhasilan implementasi dipengaruhi oleh kepemimpinan kepala sekolah yang visioner, kompetensi sumber daya manusia, dukungan yayasan dan orang tua, ketersediaan sarana dan prasarana, budaya organisasi yang positif, serta sinergi seluruh warga sekolah. Penerapan *school branding* menghasilkan karakteristik sekolah yang berdaya saing, yaitu memiliki identitas lembaga yang kuat, inovasi program yang berkelanjutan, layanan pendidikan yang unggul, budaya religius yang konsisten, reputasi positif, dan meningkatnya kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen *school branding* yang dilaksanakan secara terencana, kolaboratif, dan berorientasi pada peningkatan mutu mampu memperkuat citra sekolah sekaligus meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, *school branding* merupakan bagian integral dari manajemen strategis sekolah dalam mewujudkan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan lembaga pendidikan.

ABSTRACT

Astutik, Heni Maria. 2026. School branding Management in Enhancing School Competitiveness (A Multisite Study at SD Integral Luqman Al Hakim Bojonegoro and SDIT Insan Permata Bojonegoro). Master's Program in Educational Management, Graduate School, University of Gresik. Advisor I: Dr. Taufiq Harris, M.Pd. Advisor II: Dr. Suyitno, S.E., M.Pd.

Keywords: school branding, educational management, school competitiveness, multisite study, integrated Islamic elementary school.

Increasing competition among educational institutions requires schools to implement strategic efforts to establish a positive institutional image while enhancing their competitiveness. One such strategy is school branding, which refers to the systematic and sustainable management of a school's identity, strengths, and reputation. This study aims to describe and analyze: (1) the management of school branding at SD Integral Luqman Al Hakim Bojonegoro and SDIT Insan Permata Bojonegoro; (2) the factors influencing the implementation of school branding in both schools; and (3) the characteristics of competitive schools resulting from the implementation of school branding.

This study employed a qualitative approach using a multisite research design. Data were collected through observations, in-depth interviews, and document analysis involving principals, vice principals, teachers, administrative staff, and supporting documents. Data were analyzed through data condensation, data display, conclusion drawing, and cross-site analysis to identify common patterns and distinctive characteristics across the two research sites. The trustworthiness of the data was ensured through source, technique, and time triangulation.

The findings indicate that school branding management in both schools was implemented systematically through the stages of planning, implementation, evaluation, and continuous improvement in alignment with the schools' vision and mission. Branding strategies were realized through the development of flagship programs, the strengthening of Islamic school culture, the improvement of educational service quality, the achievement of academic and non-academic excellence, and the utilization of social media and digital technology as communication and promotional tools. The successful implementation of school branding was supported by visionary school leadership, competent human resources, support from the foundation and parents, adequate facilities and infrastructure, a positive organizational culture, and strong collaboration among all school stakeholders. The implementation of school branding contributed to the development of competitive schools characterized by a strong institutional identity, continuous program innovation, high-quality educational services, a consistent religious culture, a positive public reputation, and increased community trust.

This study concludes that school branding management, when implemented in a planned, collaborative, and quality-oriented manner, effectively strengthens a school's image while enhancing its competitiveness. Therefore, school branding serves not only as a marketing strategy but also as an integral component of strategic educational management in achieving sustainable competitive advantage.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena ridho-Nya tesis yang berjudul “Manajemen *School branding* dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah (Studi Multisitus di SD Integral Luqman Al Hakim Bojonegoro dan SDIT Insan Permata Bojonegoro)” ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa selama penyelesaian Tesis ini, banyak melibatkan beberapa pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis merasa sangat perlu menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP., CHRMP., selaku Rektor Universitas Gresik
2. Dr. Ahmad Thohirin, M.Pd., selaku Direktur Program Magister Universitas Gresik
3. Dr. Suyitno, S.E., M.Pd., selaku Wakil Direktur Program Magister Universitas Gresik
4. Dr. M. Furqon Wahyudi, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Program Magister Universitas Gresik.
5. Dr. Taufiq Harris, M.Pd., selaku Pembimbing I, yang selalu memberikan arahan, bimbingan dan motivasi sehingga Tesis ini dapat terselesaikan.
6. Dr. Suyitno, S.E., M.Pd., selaku Pembimbing II, yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan hingga tesis ini dapat terselesaikan.
7. Kedua orangtuaku, Suami, Anak, dan semua keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi baik moral maupun spiritual serta iringan doa yang tulus sehingga penyelesaian tesis ini berjalan dengan lancar.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pendidikan.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Logo.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Prasyarat Gelar.....	v
Halaman Persetujuan Pembimbing	vi
Halaman Pengesahan Penguji	vii
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan.....	viii
Abstrak	ix
Abstrack	x
Kata Pengantar	xi
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Manajemen <i>School Branding</i>	14
2.2.1.1 Manajemen <i>School Branding</i>	14
2.2.1.2 Objek Kajian Manajemen	16
2.2.1.3 Fungsi Manajemen.....	18
2.2.1.4 Tujuan Manajemen	22
2.2.2.1 Pengertian <i>Branding</i>	24
2.2.2.2 Fungsi dan Tujuan <i>Branding</i>	28
2.2.2.3 Unsur-unsur <i>Branding</i>	30
2.2.2.4 Jenis <i>Branding</i>	31
2.2.2.5 Pengertian <i>School Branding</i>	32
2.2.2.6 Faktor-faktor <i>School Branding</i>	34
2.2.3 Karakteristik Sekolah yang Berdaya Saing.....	36
2.2.3.1 Pengertian Karakteristik.....	36
2.2.3.2 Karakteristik Sekolah.....	37
2.2.3.3 Karakteristik Sekolah yang Berdaya Saing.....	38

2.2.3.4 Pengertian Daya Saing.....	40
2.2.3.5 Daya Saing Sekolah	42
2.2.3.6 Karakteristik Sekolah yang Berdaya Saing.....	44
2.3 Kerangka Berpikir.....	46
 BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Pendekatan dan jenis Penelitian	52
3.2 Kehadiran Peneliti.....	53
3.3 Lokasi Penelitian.....	55
3.4 Sumber Data.....	58
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	61
3.6 Teknik Analisa Data.....	62
3.7 Keabsahan Data.....	64
 BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	67
4.1 Paparan Data	67
4.2 Temuan Penelitian.....	108
4.3 Pembahasan.....	158
 BAB V PENUTUP	178
5.1 Kesimpulan	178
5.2 Saran.....	179
 DAFTAR PUSTAKA	181

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4.1 : Data Guru SDI Luqman Al Hakim Bojonegoro	70
Tabel 4.2 : Data Siswa di SDI Luqman Al Hakim Bojonegoro.....	72
Tabel 4.3 : Kegiatan ekstrakurikuler SD IT Insan Permata Bojonegoro	102
Tabel 4.4 : Data Penanggungjawab Pelaksanaan School Branding Di SDIT Insan Permata Bojonegoro	114
Tabel 4.5 : Data Penanggungjawab Pelaksanaan School Branding Di SDI Luqman Al Hakim Bojonegoro	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir.....	53
Gambar 3.3 : Analisis Data Model Miles dan Huberman.....	68
Gambar 4.1 : Profil SDI Luqman Al Hakim Bojonegoro	71
Gambar 4.2 : Profil SDIT Insan Permata Bojonegoro	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biografi Penulis.....	
Lampiran 2 : Surat Balasan Penelitian.....	
Lampiran 1 : Instrumen Wawancara dengan Kepala Sekolah	
Lampiran 2 : Instrumen Wawancara dengan Guru	
Lampiran 3 : Instrumen Wawancara dengan Wali murid	
Lampiran 4 : Hasil Wawancara dengan Kepala Sekolah SDI Luqman Al Hakim	
Lampiran 5 : Hasil Wawancara dengan Guru SDI Luqman Al Hakim	
Lampiran 6 : Hasil Wawancara dengan Wali murid SDI Luqman Al Hakim	
Lampiran 7 : Hasil Wawancara dengan Kepala Sekolah SDIT Insan Permata	
Lampiran 8 : Hasil Wawancara dengan Guru SDIT Insan Permat	
Lampiran 9 : Hasil Wawancara dengan Wali murid SDIT Insan Permata	
Lampiran 10 : Data Prestasi Siswa SDIT Insan Permata.....	
Lampiran 11 : Data Prestasi Siswa SDI Luqman Al Hakim.....	
Lampiran 12 : Foto-foto Kegiatan wawancara	
Lampiran 13: Foto Kegiatan Siswa SDI Luqman Al Hakim	
Lampiran 14 : Foto Kegiatan Siswa SDIT Insan Permata	