

**STRATEGI *BRANDING* AFKAARUNA *ISLAMIC*  
*SCHOOL* YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Disusun Oleh:

**ISNA LATIFATUL AFIFAH**

**NIM: 14490065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Isna Latifatul Afifah  
NIM : 14490065  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul strategi *branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta adalah asli hasil penelitian peneliti sendiri dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 05 November 2018

Yang Menyatakan



Isna Latifatul Afifah

NIM: 14490065

## SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Isna Latifatul Afifah  
NIM : 14490065  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan


Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut kepada prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya seandainya suatu hari nanti terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dengan penuh kesadaran Ridha Allah SWT.

Yogyakarta, 05 November 2018

Yang menyatakan



  
Isna Latifatul Afifah  
NIM. 14490053



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
FM-UINSK-BM-05-03/R0

### SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
di Yogyakarta

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Setelah dilaksanakan munaqosyah pada hari Jum'at tanggal 09 November 2018 dan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini dinyatakan lulus dengan perbaikan, maka setelah membaca, meneliti dan mengoreksi perbaikan seperlunya, kami selaku Konsultan berpendapat bahwa Skripsi Saudari:

Nama : Isna Latifatul Afifah

NIM : 14490065

Judul Skripsi : Strategi *Branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan (S. Pd.).

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Yogyakarta, 15 November 2018

Pembimbing Skripsi,

Dr. Inam Machali, S.Pd.I., M.Pd

NIP. 19791011 200912 1 0055



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
FM-UINSK-BM-05-03/R0

**SURAT PENGESAHAN SKRIPSI**  
**Nomor: B.94/UIN.02/DT PP009/11/2018**

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : **Strategi Branding Afkaaruna Islamic School**  
**Yogyakarta**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Isna Latifatul Afifah  
NIM : 14490065  
Telah dimunaqosyahkan pada : 09 November 2018  
Nilai Munaqosyah : A-

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM MUNAQOSYAH**

Ketua Sidang,

**Dr. Imam Machali, S.Pd.I., M.Pd**

**NIP. 19791011 200912 1 005**

Penguji I

Penguji II

**Dra. Wiji Hidayati, M.Ag**  
**NIP. 19650523 199103 2 010**

**Drs. Edy Yusuf Nur SS, MM, M.Si**  
**NIP. 19671226 199203 1 001**

Yogyakarta, **26 NOV 2018**

Dekan

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



**Dr. Ahmad Arif, M.Ag.**  
**NIP. 19661121 199203 1 002**

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (5) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (6)

### Artinya:

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Al-Qur'an Al-Karim, Solo: Penerbit Al-Qur'an Qomari, hal.596.

**PERSEMBAHAN**

**Skripsi Ini Saya Persembahkan Kepada  
Almamater Tercinta,**

**Program Studi  
Manajemen Pendidikan Islam**

**Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan**

**Universitas Islam Negeri  
Sunan Kalijaga Yogyakarta**



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالدِّينِ أَشْهَدُ أَنْ  
لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَ أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَ رَسُولُهُ لَا نَبِيَّ  
بَعْدَهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى أَسْعَدِ مَخْلُوقَاتِكَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَ  
صَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ.

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa dapat diselesaikannya skripsi ini merupakan pertolongan Allah SWT. Sholawat dan salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai figur teladan dalam dunia pendidikan yang patut digugu dan ditiru.

Skripsi ini merupakan kajian mengenai strategi branding Afkaaruna Islamic School Yogyakarta. Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk ini, dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr:

1. Bapak Dr. Ahmad Arifi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengarahan yang berguna selama saya menjadi mahasiswa.
2. Bapak Dr. Imam Machali, S.Pd.I, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah banyak memberi



- motivasi selama saya menempuh studi selama ini dan selaku pembimbing skripsi, yang telah mencurahkan ketekunan dan kesabarannya dalam meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Dr. Zainal Arifin, S.Pd.I, M.SI, selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam menempuh kuliah di program studi MPI.
  4. Bapak Rinduan Zain, S.Ag, MA, selaku Penasehat Akademik, yang telah memberikan bimbingan, dan dukungan dalam keberhasilan saya selama studi.
  5. Ibu Dra. Wiji Hidayati. M. Ag, selaku penguji I yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan dan penilaian pada skripsi ini.
  6. Bapak Drs. Edy Yusuf Nur SS, MM., M.Si, selaku penguji II yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan dan penilaian pada skripsi ini.
  7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah dengan sabar membimbing saya selama ini.
  8. Bapak Samsul Ma'arif Mujiharto, S.Fil.M.A, Ibu Wasingatu Zakiyah, Ibu Zeni, Ibu Yuli, Ibu Retno beserta Bapak dan Ibu pegawai Afkaaruna yang telah mengizinkan, dan membantu penelitian skripsi ini.
  9. Bapak dan Ibu tercinta, Alm. Sutikno, Ibu Siti Muryani S.Pd.I, Mbok Nab, Pak Di yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan dalam mewujudkan cita-cita. Pamanku Mursid dan

Kakakku tersayang Ahmad Syaifudin A.Md., dan Eri Khusnia Wati S.Sos., Adikku tercinta Aris , Mufid, Kaisar, Mada dan Intan terima kasih atas dukungan dan kesabaran yang telah diberikan selama ini

10. Sahabat-sahabatku Khatulistiwa MPI angkatan 2014, Karang Taruna “Muda Karya” Desa Banaran, Biologi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2013, Al-Midan (Alumni MIN Babadan), Alumni MAN 2 Kota Madiun, serta teman-teman KKN Dusun Jetis (Ridho, Mahesti, Dini, Yuli, Qibty, Akbar, Fajar, dan Okta) terimakasih atas canda tawa dan semangat yang kalian berikan.

Peneliti berdo'a semoga semua bantuan, bimbingan, dukungan, tersebut diterima sebagai amal baik oleh Allh AWT, amin.

Yogyakarta, 05 November 2018

Peneliti,

Isna Latifatul Afifah  
NIM. 14490065

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.....	iii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN SURAT PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GRAFIK .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Kajian Penelitian Terdahulu .....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN METODE PENELITIAN. 15</b>	
A. Kajian Teori.....	15
1. Strategi <i>Branding</i> .....	15
2. Model Resonansi <i>Brand</i> .....	21
B. Metodologi Penelitian .....	22
1. Jenis Penelitian .....	22

2. Prosedur Penelitian .....	23
3. Teknik Pengumpulan Data .....	24
4. Uji Keabsahan Data.....	26
5. Teknik Analisi Data.....	27
<b>BAB III GAMBARAN UMUM AFKAARUNA ISLAMIC SCHOOL .....</b>	<b>31</b>
A. Letak Geografis .....	31
B. Sejarah Berdiri dan Perkembangan .....	32
C. Visi dan Misi Afkaaruna <i>Islamic School</i> .....	35
D. Struktur Organisasi.....	37
E. Jenjang Pendidikan.....	38
F. Kurikulum.....	47
G. Sarana dan Prasarana.....	53
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGI BRANDING AFKAARUNA ISLAMIC SCHOOL YOGYAKARTA .....</b>	<b>57</b>
A. Penetapan <i>Brand</i> Afkaaruna <i>Islamic School</i> Yogyakarta..	57
B. Strategi <i>Branding</i> Afkaaruna <i>Islamic School</i> Yogyakarta.	60
C. Strategi Pembangunan Brand Afkaaruna <i>Islamic School</i> Yogyakarta di Kalangan Orang tua/wali dan Masyarakat .	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
A. Simpulan.....	85
B. Saran-saran .....	87
C. Kata Penutup .....	87
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 : Model 3i .....	18
---------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Values-Based Matrix dari Timberland .....	20
Tabel 2	Daftar Siswa <i>Toddler</i> .....	39
Tabel 3	Daftar Siswa <i>Preschool</i> .....	39
Tabel 4	Daftar Siswa <i>Kindergarten A</i> .....	41
Tabel 5	Daftar Siswa <i>Kindergarten B</i> .....	42
Tabel 6	Daftar Siswa <i>P-One</i> .....	43
Tabel 7	Daftar Siswa <i>P-Two</i> .....	44
Tabel 8	Daftar Tenaga Pendidik dan Kependidikan Afkaaruna <i>Islamic School</i> .....	46
Tabel 9	Data Sarana dan Prasarana Afkaaruna <i>Islamic School</i> ....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Foto Gedung Afkaaruna <i>Primary</i> .....	31
Gambar 2	Peta Lokasi <i>Islamic School</i> .....	32
Gambar 3	Struktur Organisasi Afkaaruna <i>Islamic School</i> Yogyakarta.....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Penunjukan Pembimbing
Lampiran II	: Bukti Seminar Proposal
Lampiran III	: Berita Acara Seminar
Lampiran IV	: Surat Ijin Penelitian ke <i>Afkaaruna Islamic School</i>
Lampiran V	: Surat Ijin Penelitian
Lampiran VI	: Pedoman Wawancara
Lampiran VII	: Koding Wawancara
Lampiran VIII	: Catatan Lapangan
Lampiran IX	: Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran X	: Sertifikat PLP I
Lampiran XI	: Sertifikat PLP II
Lampiran XII	: Sertifikat KKN
Lampiran XIII	: Sertifikat ICT
Lampiran XIV	: Sertifikat IKLA
Lampiran XV	: Sertifikat TOEC
Lampiran XVI	: Sertifikat OPAK
Lampiran XVII	: Sertifikat SOSPEM
Lampiran XVIII	: Sertifikat PKTQ
Lampiran XIX	: Ijazah SMA
Lampiran XX	: Curriculum Vitae
Lampiran XXI	: Foto Dokumentasi

## ABSTRAK

Isna Latifatul Afifah, *Strategi Branding Afkaaruna Islamic School Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.

Latar belakang penelitian ini karena *branding* merupakan hal yang sangat penting dan signifikan dalam membangun kepercayaan masyarakat. Dengan terciptanya *brand* yang baik maka lembaga pendidikan terbukti sukses sesuai tujuan dan kesepakatan. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui hal-hal yang membedakan Afkaaruna Islamic school Yogyakarta dengan lembaga pendidikan yang lainnya. 2) Untuk mengetahui strategi yang ingin dikembangkan Afkaaruna Islamic School Yogyakarta dalam membangun *brand* di tengah hiruk-pikuk persaingan dunia pendidikan. 3) Untuk mengetahui langkah-langkah pemasaran yang ditempuh Afkaaruna Islamic School Yogyakarta dalam membangun *brand* dikalangan orang tua/wali dan masyarakat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui tiga cara, yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data menurut Creswell dalam buku karya Sugiono, yaitu mencakup mengorganisasikan dan menyiapkan data yang akan dianalisis, baca dan lihat seluruh data, membuat koding seluruh data, membuat koding sebagai bahan untuk membuat diskripsi, menghubungkan antar tema, dan memberi kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Penetapan *brand* Afkaaruna Islamic School Yogyakarta terdiri dari 3 pilar, yaitu: Islam, International dan budaya lokal. Ketiga *brand* tersebut kemudian oleh Afkaaruna Islamic School menjadikan label untuk memperjuangkan lembaga pendidikan agar terus berjalan dan dikenal publik, 2) Strategi *branding* Afkaaruna Islamic School Yogyakarta adalah: a. *Positioning* (Pemosisian) sebagai lembaga pendidikan yang mampu menghadapi tantangan globalisasi melalui penanaman karakter sejak dini, dengan keunggulan program pembentukan karakter berterstruktur dan fasilitas paket komplit. b. *Differentiation* (Perbedaan) Afkaaruna Islamic School Yogyakarta membangun *brand* dengan menunjukkan perbedaaan dari segi produk memiliki karakter yang baik dan dan tidak menerapkan ranking sebagai gantinya, pada akhir semester peserta didik diberi apresiasi sesuai kemampuannya. c. Kegiatan *branding* yang dilakukan

Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta adalah membuat team khusus yang beranggotakan humas dan pemasaran untuk mengembangkan branding secara efektif, dan 3) Strategi membangun resonansi *brand* di kalangan orang tua/wali dan masyarakat adalah melalui komunikasi kepada pihak-pihak yang terlibat didalamnya seperti: Sumber informasi adalah team humas dan pemasaran, isi yang disampaikan berpegang teguh pada 3 pilar islam, internasional dan budaya lokal yang dikemas menarik untuk memikat publik, media yang digunakan yaitu media sosial instagram dan media cetak banner dan brosur, dan penerima informasi adalah orang tua/ wali dan masyarakat dengan memelihara dan meningkatkan kepuasan.

Kata kunci: *Branding, Positioning, Differentiation, Kegiatan Branding, dan Resonansi.*





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga pendidikan mulai meningkatkan daya saing anak bangsa di pentas global, kemampuan berbahasa internasional sudah tidak lagi menjadi pilihan, melainkan keharusan. Sekolah internasional yang berkualitas umumnya sangat mahal dan tidak bisa dijangkau oleh masyarakat miskin. Peningkatan taraf pendidikan merupakan salah satu kunci utama untuk menciptakan masyarakat yang terdidik.<sup>1</sup> Sehingga secara lebih luas akan memberi kontribusi yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan transformasi sosial. Seperti yang tertulis pada judul, objek penelitian ini adalah *Branding Afkaaruna Islamic School Yogyakarta*. *Branding* adalah proses disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan.<sup>2</sup> Keinginan untuk memimpin pasar, memenangkan kompetisi, dan memberikan karyawan alat terbaik untuk menjangkau pelanggan adalah alasan mengapa strategi lembaga pendidikan pada *branding* cukup tinggi.

Paradigma memandang dunia pendidikan mulai bergeser, yang awalnya pendidikan dilihat dan dikaji dari aspek sosial, sekarang orang tua melihat pendidikan lebih pada sebuah jasa menguntungkan. Artinya, lembaga pendidikan dipahami sebagai

---

<sup>1</sup> Contact us, "website". <http://www.afkaaruna.sch.id>. (diakses pada pukul 11.06 WIB, tgl 07 Februari 2018)

<sup>2</sup> Wirania Swasty, *Branding*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2016), hal.16.

suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan untuk dibeli oleh para konsumen. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan mutunya tidak dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak laku.<sup>3</sup> Strategi tersebut diadopsi dari dunia bisnis, dimana istilah *brand* terfokus pada sisi kepuasan konsumen dengan memakai dasar pemikiran yang logis, jika konsumennya tidak puas, maka strategi pemasarannya gagal.

Kemajuan lembaga pendidikan menunjukkan eksistensinya melalui media masa baik cetak, elektronik, maupun online. Kegiatan tersebut merupakan salah satu strategi *branding* yang lazim dilakukan oleh lembaga pendidikan, seperti halnya perusahaan barang dan jasa. Pemasaran dengan strategi promosi di semua media masa khususnya dengan jejaring sosial dapat meningkatkan lembaga pendidikan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal.<sup>4</sup> Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai lembaga pendidikan tanpa harus tatap muka. Setelah banyak mendapatkan informasi mengenai lembaga pendidikan yang diminati, konsumen yang merasa puas akan memberi tahu orang lain mengenai pengalaman baik tentang lembaga pendidikan dinilai dari segi pelayanan jasa, infrastruktur, manajemen sumber daya manusia,

---

<sup>3</sup> Dedik Fatkhul Anwar, “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan Di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta*” (tesis, UIN Sunan Kalijaga, 2014), hal.2.

<sup>4</sup> Singgih Nurgiantoro, “*Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing*” (skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), hal.1.

dan poin – poin yang sama dengan perusahaan atau lembaga non-  
pendidikan.

Didirikannya Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta pada bulan Maret 2016, salah satu pencetus utamanya adalah Samsul Ma'arif Mujiharto. Peta lembaga pendidikan di wilayah Yogyakarta menggambarkan bahwa ketersediaan sekolah internasional berbasis Islam sangatlah minim. Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta mendapat respon yang positif dari masyarakat. Saat ini siswa yang terdaftar di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta, sepertiga di antaranya berasal dari keluarga mampu, dan sepertiga dari keluarga menengah, dan sepertiga terakhir dari keluarga kurang / tidak mampu.<sup>5</sup> Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta terpanggil untuk memberikan pendidikan yang berkualitas bagi semua lapisan masyarakat (*education for all*) dalam rangka menyediakan generasi penerus dalam menghadapi kompetisi di era global.

Persaingan sekarang ini, arti sebuah *branding* sangat penting. Selain sebagai pembeda dan identitas sebuah produk di tengah – tengah lautan yang sejenis, sebuah *brand* mempunyai makna psikologis dan simbolis yang istimewa dimata konsumen.<sup>6</sup> Pada saat suatu *brand* lembaga pendidikan sudah terbentuk maka ia menjadi milik lembaga pendidikan yang sangat berharga, jauh lebih berharga dari aset lainnya. Penting untuk dicatat bahwa membangun sebuah *branding* tidak hanya melibatkan terciptanya keuntungan melalui iklan. Sering terjadi kesalahpahaman bahwa

---

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Arif, pada tanggal 15 Oktober 2017 di Afkaaruna *Islamic School* pada pukul 09.30 WIB.

<sup>6</sup> Ike Janita Dewi, *Inspirasi Bisnis: Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis, dan Karir*, ( Yogyakarta: Amara Books, 2005), hal.12.

sebuah *brand* dibangun semata – mata menggunakan strategi periklanan yang jitu untuk menciptakan citra dan asosiasi produk yang diinginkan.<sup>7</sup> Memang iklan berperan penting dalam membangun banyak merek terutama atas dasar citra produk. Merek dapat memberi sinyal tingkat kualitas tertentu yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memakai jasa lembaga pendidikan.

Yogyakarta dikenal sebagai ‘Kota Pelajar’, tentunya persaingan antar lembaga pendidikan cukup sengit. Demikianlah, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah proses *branding* Afkaaruna *Islamic school* Yogyakarta yang mencakup praktik strategi – strategi marketing pihak lembaga pendidikan kepada publik. *Branding* merupakan persoalan yang signifikan bagi lembaga – lembaga pendidikan islam, salah satunya *branding* di lingkungan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta. Memang benar, lembaga pendidikan yang baru dirintis harus di kembangkan. Suatu kewajaran bila pendidikan yang bermutu berbanding selaras dengan biaya yang mahal. Namun menurut penulis kewajaran tersebut hanya memberikan sedikit pengaruh bagi suksesnya lembaga pendidikan untuk menunjukkan eksistensinya. Dalam hal ini kualitas sebuah lembaga pendidikan tentu harus dibuktikan dengan strategi pemasaran dan sarana prasarana yang memadai.

Tingginya persaingan dunia pendidikan di Yogyakarta jelas menuntut lembaga pendidikan untuk menunjukkan nilai pembeda dalam eksistensinya. Bagi penulis, Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta merupakan salah satu *brand* di dunia pendidikan yang

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, hal.13.

bercorak islam atau madrasah international. Afkaaruna *Islamic school* Yogyakarta mempunya tiga pilar penyangga yaitu keislaman, kelokalan dan keinternationalan.<sup>8</sup> Secara garis besar ini bisa dimaknai sebagai besarnya komitmen Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta untuk mengembangkan warisan klasik dan praktik di lembaga pendidikan kemudian ditanam di dalam proses pembelajarannya yang berstandar international. Afkaaruna *islamic school* Yogyakarta mempunyai harapan bahwa Pendidikan Islam berakar di Indonesia ini berkontribusi dalam memperkaya pendidikan islam yang ada dalam jangka panjang, dan menyebarkan islam yang indah kepada dunia. Lembaga pendidikan secara terus-menerus berusaha memperbaiki dan mengembangkan nilai-nilai lokal yang terwujud dalam proses pembelajaran untuk membangun karakter siswa yang kuat.

Setelah melakukan kajian branding Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta, tentu bagian lain dari dari kajian ini semakin menarik karena peneliti akan mengangkat perspektif wali murid dan masyarakat sekitar Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta. Ini karena wali murid dan masyarakat mampu menilai reputasi sebuah lembaga pendidikan. Meskipun pemerintah memiliki badan khusus yang berkompeten menilai mutu lembaga pendidikan. penilaian wali murid dan masyarakat yang positif adalah bukti suksesnya suatu lembaga pendidikan membangun *brand*.

---

<sup>8</sup> Informasi Afkaaruna, *Parent Information Booklet*, (Yogyakarta: Afkaaruna Islamic School, 2017), hal.1.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apa *branding* yang ingin dikembangkan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
2. Bagaimana strategi *branding* yang ditempuh Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
3. Bagaimana strategi Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta dalam membangun *brand* dikalangan orang tua/wali dan masyarakat ?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan penelitian
  - a. Mengetahui hal–hal yang membedakan Afkaaruna *Islamic school* Yogyakarta dengan lembaga pendidikan yang lainnya.
  - b. Mengetahui strategi yang ingin dikembangkan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta dalam membangun *brand* di tengah hiruk– pikuk persaingan dunia pendidikan.
  - c. Mengetahui langkah–langkah pemasaran yang ditempuh Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta dalam membangun *brand* dikalangan orang tua/wali dan masyarakat.
2. Kegunaan penelitian
  - a. Berguna bagi Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta karena dapat menjadi bahan pertimbangan dalam banyak hal yang berkaitan dengan strategi branding. Terlebih pada pembahasan tentang pandangan wali murid dan masyarakat lingkungan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta, tentunya

dapat menjadi semacam repotasi lapangan yang mengandung nilai-nilai faktual.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi *strategi branding* yang dilakukan untuk meningkatkan mutu Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta.
- c. Bagi bidang akademis, tentunya penelitian ini akan menambah kepustakaan dan menjadi salah satu referensi ilmiah yang menarik.

#### D. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian–penelitian yang sudah dilakukan terhadap objek yang sama dan untuk membuktikan bahwa penelitian yang akan diangkat oleh penulis memiliki nilai baru, atau paling tidak memiliki sudut pandang yang berbeda. Penelitian bidang *marketing* dan manajemen secara luas, jelas sudah banyak dilakukan baik dalam studi pemasaran produk dan jasa. Berikut ini penulis cantumkan beberapa kajian tentang *marketing*, *branding* dan kajian tentang lembaga pendidikan yang pernah dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Rukmana yang berjudul, *Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo*,<sup>9</sup> mengatakan bahwa hasil penelitiannya: **Poin pertama** adalah faktor pembentuk *brand image* sekolah, yaitu (1) akreditasi kelembagaan,

---

<sup>9</sup> Yulia Rukmana, “*Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)*” (tesis, UIN Malang, 2016), hal.70–110.

(2) Standar Manajemen Mutu ISO, (3) tingkah laku siswa, (4) prestasi, (5) kualitas lulusan, (6) kegiatan unggulan sekolah, dan (7) hubungan alumni. **Poin kedua** adalah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah, yaitu: (1) akreditasi kelembagaan: proses analisis SWOT, evaluasi 8 SNP, (2) Standar Manajemen Mutu ISO: menggunakan PDCA secara berkesinambungan, (3) tingkah laku siswa: menggarap program unggul keagamaan, menanamkan nilai-nilai pesantren, (4) prestasi: pembinaan terhadap siswa, meningkatkan kualitas guru, (5) kualitas lulusan: mengadakan program pembimbing akademik, menjalin hubungan kerjasama beberapa PTN, (6) kegiatan unggulan sekolah: mengikut sertakan warga sekolah dan alumni dalam kegiatan, dan (7) hubungan alumni: mengadakan kegiatan alumni mengajar. **Poin ketiga** adalah dampak pembentuk *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah, yaitu: (1) kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik; (2) minat masuk masyarakat terhadap sekolah meningkat; (3) siswa memiliki akhlak yang baik; (4) kepercayaan yang tinggi terhadap sekolah; (5) tawaran beasiswa keluar negeri; (6) banyak lembaga pendidikan melakukan *studi banding*.

Menurut penulis, tesis Yulia Rukmana di atas sangat kental berbau kajian pendidikan daripada strategi marketing, sehingga akan membantu dalam mengkaji strategi Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Beberapa poin yang telah dihasilkan Yulia Rukmana akan penulis adaptasi ke dalam penelitian ini yang akan menganalisis berbagai strategi *branding* di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta.



Kekurangan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pembahasan hanya mengenai faktor dan dampak pembentuk *branding*.

Penelitian yang dilakukan oleh I Ketut Surya Diarta yang berjudul, *Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia*,<sup>10</sup> mengatakan bahwa strategi *branding* sangat layak diterapkan terhadap produk-produk pertanian sama seperti strategi *branding* produk-produk manufaktur, jasa lainnya dengan penyesuaian mengikuti karakteristik produk pertanian yang bersangkutan, dan tiap strategi *branding* memiliki karakteristik berbeda. Menurut penulis, strategi *branding* yang diterapkan PT. Hatten Bali memiliki perbedaan dalam bahan baku olahan, target pasar, dan cara penggunaan agar menggunakan target penjualan perusahaan. Penelitian ini sangat membantu dalam menambah wawasan sekaligus referensi tentang penguatan dan strategi membangun *brand* yang tentu saja selaras dengan aksi *branding* perusahaan (barang dan jasa) atau lembaga apapun. Itulah sebabnya, hasil analisis I Ketut Surya Diarta ini cukup relevan jika penulis padankan dan terapkan dalam analisis *strategi branding Afkaaruna Islamic School*.

Penelitian yang dilakukan oleh Andreas Slamet Widodo yang berjudul, *Strategi Branding 'Djarum Black' dalam*

---

<sup>10</sup> I Ketut Surya Diarta, "Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia", *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 4 (2) Oktober 2016: 170-185.

*Membentuk Psiko-Komunal 'New Community'*,<sup>11</sup> mengatakan bahwa *Djarum Black* menggunakan formasi promosi khusus yang belum pernah dilakukan oleh produsen kompetitornya, format promosi tersebut lebih ditujukan untuk membangun *brand (brand activation)*, hal ini lebih esensial daripada hanya sekedar memperkenalkan sebuah produk. Dalam setiap kegiatan promosi, strategi yang digunakan “Djarum Black” adalah periklanan yang lebih menitik beratkan pada penggunaan media sebagai sarana persuasinya dan mengadakan *event* di berbagai tempat umum yang melibatkan konsumen. Diadakannya *event* lebih cenderung mengenalkan produk kepada masyarakat sebagai publik konsumennya. Kajian penelitian Andreas Slamet Widodo ini memberikan banyak masukan bagi penulis dan dapat menjadi referensi yang menarik. Langkah promosi yang menarik di jaman yang semakin canggih ini, konsumen menjadi lebih cerdas. Hal tersebut bisa menjadi acuan tambahan strategi *branding* yang membawa dampak positif lembaga pendidikan seperti Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta mengenai perlunya pendekatan dalam strategi *branding* yang baru.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Puspita Angga Kusumawardani yang berjudul, *Strategi Brand Communication dalam Membangun Brand Awareness Rumah Makan Seafood D'cost Surabaya*,<sup>12</sup> mengatakan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan

---

<sup>11</sup> Andreas Slamet Widodo, “*Strategi Branding 'Djarum Black' dalam Membentuk Psiko-Komunal 'New Community'*” (tesis, UNS, 2014), hal.65-144.

<sup>12</sup> Puspita Angga Kusumawardani, “*Strategi Brand Communication dalam Membangun Brand Awareness Rumah Makan Seafood D'cost Surabaya*” (skripsi, UPN Surabaya, 2013), hal.49-195.

Rumah Makan Seafood D'cost Surabaya dilakukan sangat baik. Semua tercapai karena produsen sangat konsisten melakukan komunikasi pemasaran yang kreatif dan inovatif terlihat dari banyaknya pengunjung di berbagai cabang Rumah Makan Seafood d'cos Surabaya sekaligus berusaha membentuk komunikasi kepada publik. Bagi penulis, masalah yang diangkat dalam skripsi ini sangat membantu menambah pengetahuan mengenai merek, terutama kesadaran akan merek dan komunikasi merek. Hal ini sepadan dengan cara pengokohan strategi komunikasi antara lembaga pendidikan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta dengan wali murid dan masyarakat sekitar.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Anisa Istiqomah berjudul, *Strategi Rebranding Hotel The Royal Surakarta Heritage*,<sup>13</sup> mengatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi *rebranding The Royal Surakarta Heritage* adalah faktor internal pada perusahaan. Faktor-faktornya yaitu: (1) faktor keunikan atau kelebihan *brand*, (2) faktor *positioning* yang tepat, (3) faktor pengelolaan *brand*, (4) faktor keberadaan *brand*. Strategi-strategi yang digunakan yaitu: (1) melakukan kerjasama dan membangun hubungan baik dengan media cetak maupun elektronik, (2) membangun reputasi, (3) menjalin kerjasama yang baik dengan pihak intern dan ekstern, dan (4) penyedia fasilitas yang memadai. Menurut penulis hasil penelitian tersebut sangat baik untuk menambah wawasan dan referensi strategi komunikasi. Dengan penggunaan strategi yang tepat akan membawa kemajuan sebuah

---

<sup>13</sup> Siti Anisa Istiqomah, "*Strategi Rebranding Hotel The Royal Surakarta Heritage*" (skripsi, UMS, 2014), hal.46-94.

lembaga pendidikan dan meningkatkan jumlah *customer* yang ingin menggunakan jasa layanan pendidikan. Oleh karena itu diperlukan strategi *branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta untuk menjalin hubungan kerjasama antara pihak dengan *customer*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Kuni Fathonah yang berjudul, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen*,<sup>14</sup> hasil penemuannya yaitu: (1) membaca persaingan yang ada, dan mengatasinya dengan cara menonjolkan *brand* yang dimiliki oleh MAN 1 Sragen yaitu MANSA CERIA (Ceria, Mandiri, dan Agamis), serta mempertahankan kualitas dan prestasi yang dimiliki madrasa,. (2) membuat rumusan tujuan pemasaran agar dalam menerapkan strategi pemasaran berjalan lancar, (3) strategi pemasaran berdampak pada peningkatan jumlah siswa dan strategi pemasaran juga dilakukan dengan memperlihatkan pelayanan yang baik, (4) peningkatan pelayanan pendidikan meliputi sarana-prasarana yang semakin memadai, sehingga proses mengajar berjalan lebih efisien dan efektif. Menurut penulis ini dapat dijadikan adaptasi tambahan pedoman mengenai strategi *branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta. Sekolah merupakan lembaga penyedia jasa dan layanan pendidikan, untuk itulah pihak sekolah memang sangat perlu mempelajari dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan karena pendidikan merupakan proses yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan.

---

<sup>14</sup> Kuni Fathonah, “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan*” (tesis, IAIN Surakarta, 2016), hal.6-187.

Jelas masih banyak literatur yang mengangkat persoalan pendidikan dari berbagai sudut pandang dan kajian-kajian marketing. Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti uraikan terletak pada objek, sampel penelitiannya, maupun pokok bahasan yang akan peneliti uraikan. Namun beberapa pustaka yang penulis cantumkan diatas sudah cukup membantu dalam menentukan kajian ini. Sedangkan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti mengenai “**Strategi Branding Afkaaruna Islamic School Yogyakarta**”.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang isi pembahasan skripsi yang sistematis dari setiap bab dan sub bab.

Bab I berisi latar belakang masalah penjelasan tentang bagaimana penelitian sampai pada keputusan untuk melakukan penelitian dengan topik yang telah tertera dalam judul penelitian, rumusan masalah berwujud kalimat pernyataan atau pertanyaan dan dapat dibagi atas beberapa sub-permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian untuk menguraikan target penelitian dan manfaat hasil penelitian, baik secara teoritis maupun praktis, bagi pihak atau orang lain, kajian penelitian terdahulu menguraikan hasil penelitian orang lain yang relevan dengan masalah penelitian, dan sistematika pembahasan menjelaskan isi skripsi secara runtut dari bab I sampai bab V.

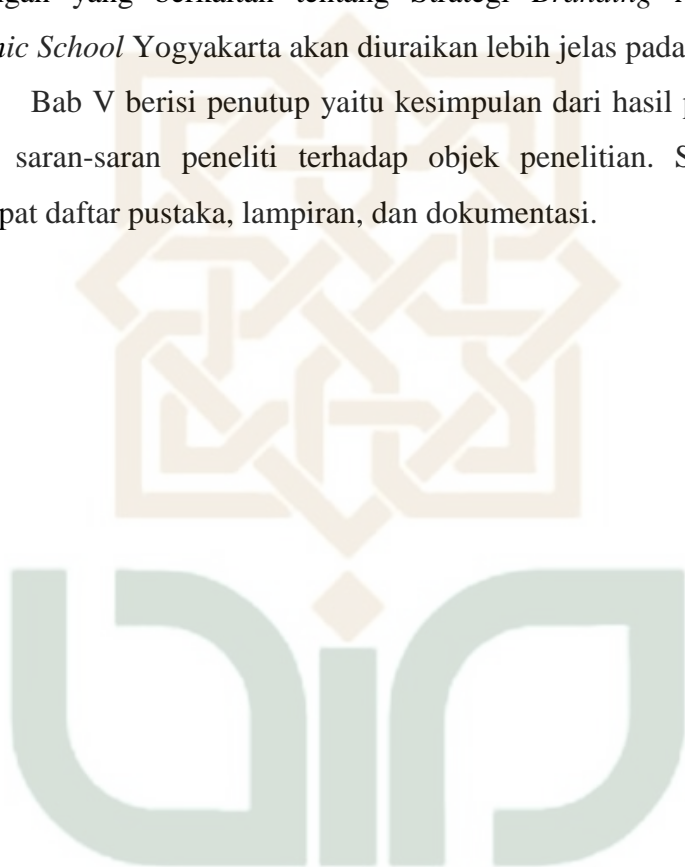
Bab II bersisi tentang landasan teori dan metodologi penelitian. Landasan teori akan menguraikan teori yang relevan dengan fokus penelitian agar diperoleh suatu legitimasi konseptua

dan metodologi penelitian akan membahas mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab III berisi tentang gambaran umum yang berkaitan dengan objek penelitian di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta.

Bab IV berisi pembahasan hasil data yang didapatkan dari lapangan yang berkaitan tentang Strategi *Branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta akan diuraikan lebih jelas pada bab ini.

Bab V berisi penutup yaitu kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran peneliti terhadap objek penelitian. Selain itu terdapat daftar pustaka, lampiran, dan dokumentasi.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan, maka penulis mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Penetapan *brand* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta terdiri dari 3 pilar, yaitu: Islam, International dan budaya lokal. Ketiga *brand* tersebut kemudian oleh Afkaaruna *Islamic School* dijadikan label untuk memperjuangkan lembaga pendidikan agar terus berjalan dan dikenal publik.
2. Strategi *branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta adalah:
  - a. *Positioning* (Pemosisian) sebagai lembaga pendidikan yang mampu menghadapi tantangan globalisasi melalui penanaman karakter sejak dini, dengan keunggulan program pembentukan karakter berstruktur seperti: (1) News day (seminggu sekali) Siswa diminta membawa barang apa saja dari rumah, hasil kreatifitas mereka untuk dipresentasikan atau menceritakan pengalaman mereka di kelas. (2) Savings day (seminggu sekali, setiap Kamis) Siswa membawa sejumlah uang dan menabungnya di Koperasi “Afkaa Sejahtera Bersama”. (3) Infaq day (seminggu sekali, setiap Jumat) Untuk meningkatkan rasa empati, siswa membawa sejumlah uang untuk *infaq*. (4) Ten Minutes for Enviroment (setiap hari) Siswa terlibat dalam kegiatan yang didesain khusus untuk meningkatkan kesadaran pada lingkungan,

mengembangkan alam secara berkelanjutan dan menghargai alam. (5) Crafterpreneur Day & Market Day, siswa MI membawa makanan/minuman atau karya yang dibuat sendiri untuk dijual di madrasah sekali dalam 1 semester, dan fasilitas komplit dengan sekolah islami berstandar international menggunakan pengantar bahasa inggris, kurikulum international, penitipan anak pada siang dan sore hari, mengaji tanpa harus ke diniyah sore.

- b. *Differentiation* (Perbedaan) Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta membangun *brand* dengan menunjukkan perbedaan dari segi produk memiliki karakter yang baik dan tidak menerapkan ranking sebagai gantinya, pada akhir semester peserta didik diberi apresiasi sesuai kemampuannya.
  - c. Kegiatan *branding* yang dilakukan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta adalah membuat team khusus yang beranggotakan humas dan pemasaran untuk mengembangkan *branding* secara efektif.
3. Strategi membangun resonansi *brand* di kalangan orang tua/wali dan masyarakat adalah melalui komunikasi kepada pihak-pihak yang terlibat didalamnya seperti: (1) Sumber informasi adalah team humas dan pemasaran. (2) Isi yang disampaikan berpegang teguh pada 3 pilar islam, internasional dan budaya lokal yang dikemas menarik untuk memikat publik. (3) Media yang digunakan yaitu media sosial instagram dan media cetak banner dan brosur. (4) Penerima informasi adalah



orang tua/ wali dan masyarakat dengan memelihara dan meningkatkan kepuasan.

## **B. Saran-Saran**

1. Kepada Afkaaruna *Islamic School* untuk dapat mengembangkan sistem pendidikan dengan selalu konsisten terhadap landasan pendidikan yang dimiliki serta terus memperbaiki strategi *branding* agar sesuai dengan harapan.
2. Afkaaruna *Islamic School* harus senantiasa bagaimana agar orang tua siswa dapat merekomendasikan Afkaaruna kepada orang lain, seperti menambah sarana prasarana, meningkatkan kompetensi tenaga pendidik, memberikan kemudahan informasi dan komunikasi dan meningkatkan prestasi peserta didik.

## **C. Kata Penutup**

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis berharap bahwa tulisan ini dapat memberi manfaat bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya, serta bagi seluruh penggerak pendidikan madrasah agar mampu meningkatkan mutu lembaga pendidikan Islam.

Penulis juga mengharapkan kritik, saran dan masukan yang membangun, sehingga penulis bisa memperbaiki kualitas diri dalam menghasilkan karya yang lebih baik di masa mendatang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afkaaruna, Informasi, *Parent Information Booklet*, Yogyakarta: Afkaaruna Islamic School, 2017.
- Anwar, Dedik Fatkhul, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta”, *Tesis*, Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2014.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013.
- Atika dan Machali, Imam, “Sigmoidasi dan Positioning Jasa Pendidikan di MAN Yogyakarta III”, *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol.1, No.2, 2016.
- Barnawi dan Arifin, Muhammad, *Buku Pintar Mengelola Sekolah Swasta*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Creswell, John W, *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*, terj. Oleh Ahmad Lintang Lazuardi, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Dewi, Ike Janita, *Inspirasi Bisnis: Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis, dan Karir*, Yogyakarta: Amara Books, 2005.
- Diarta, I Ketut Surya, “Strategi Branding Dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali Untuk Pasar Pariwisata Indonesia”, *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol. 4, No. 2, 2016.
- Fathonah, Kuni, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan”, *Tesis*, Surakarta: Institut Agama Islam Negeri, 2016.
- Hidayat, Arif, “Analisis-Komparasi Standar Kompetensi dan Materi Sains Kurikulum Internasional dan KTSP pada Rintisan Sekolah

- Bertaraf Internasional: Kasus Fisika di SMP dan SMA”, *Prosiding Seminar Nasional Penelitian, Pendidikan dan Penerapan MIPA Fakultas MIPA Universitas Yogyakarta*, Mei, 2011.
- Iriantara, Rosal, *Manajemen Humas Sekolah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013.
- Istiqomah, Siti Anisa, “Strategi Rebranding Hotel The Royal Surakarta Heritage”, *Skripsi*, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Juni, Doni dan Garnida, Agus “*Manajemen Perkantoran (Efektif, Efisien, dan Profesional)*”, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Kotler, Philip dan Kertajaya, Herman dkk. *Marketing 3.0*, terj. Oleh Dian Wulandari. Terjemahan, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Kotler, Philip and Kevin, Lane Keller, *Marketing Management*, terj. Oleh Bob Sabran. Terjemahan, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Kusumawardani, Puspita Angga, “Strategi Brand Communication Dalam Membangun Brand Awareness Rumah Makan Seafood D’Cost Surabaya”, *Skripsi*, Surabaya: Universitas Pembangunan, 2013.
- Machali, Imam dan Hidayat, Ara, *The Hand Book of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Nurgiantoro, Singgih, “Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing”, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

- Rukmana, Yulia, “Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo”, *Tesis*, Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2016.
- Rusman, *Manajemen Kurikulum*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012.
- Sadat, Andi M, *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sukmadinata, Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Swasty, Wirania, *Branding*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Website, <http://www.afkaaruna.sch.id> [07 Februari 2018]
- Widodo, Andreas Slamet, “Strategi Branding ‘DJarum Black’ dalam Membentuk Psiko-Komunal ‘New Comunity’”, *Tesis*, Surakarta: Universitas Negeri Surakarta, 2014.

**Lampiran I: Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 589621, 512474, Fax. (0274) 586117  
<http://tarbiyah.uin-suka.ac.id>, Email: [ftk@uin-suka.ac.id](mailto:ftk@uin-suka.ac.id) YOGYAKARTA 55281

Nomor : B.422/UIN.02/KJ.MPI/P.009/2018 Yogyakarta, 9 Oktober 2017  
Lampiran : 1 (Satu) jilid proposal  
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth. :  
**Dr. Imam Machali, M. Pd**  
Dosen Jurusan MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

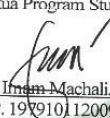
Berdasarkan hasil rapat pimpinan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tanggal 9 Oktober 2017 perihal pengajuan Proposal Skripsi Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Tahun Akademik 2017/2018 setelah proposal tersebut dapat disetujui Fakultas, maka Bapak/Ibu telah ditetapkan sebagai pembimbing Skripsi Saudara:

Nama : Isna Latifatul Affiah  
NIM : 14490065  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : STRATEGI BRANDING AFKAARUNA ISLAMIC SCHOOL  
YOGYAKARTA

Demikian agar menjadi maklum dan dapat dilaksanakan sebaik-baiknya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

an. Dekan  
Ketua Program Studi MPI

  
Dr. Imam Machali, M. Pd  
NIP. 197910112009121005

Tembusan dikirim kepada yth :

1. Ketua Prodi MPI
2. Mahasiswa ybs.
3. Arsip TU

**Lampiran II: Bukti Seminar Proposal**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 513056, 7103871, Fax. (0274) 519734  
<http://tarbiyah.uin-suka.ac.id>, Email: [ftk@uin-suka.ac.id](mailto:ftk@uin-suka.ac.id) YOGYAKARTA 55281

**BUKTI SEMINAR PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Isna Latifatul Afifah  
Nomor Induk : 14490065  
Jurusan : MPI  
Semester : VII  
Tahun Akademik : 2017/2018  
Judul Skripsi : STRATEGI BRANDING AFKAARUNA ISLAMIC SCHOOL  
YOGYAKARTA

Telah mengikuti Seminar Proposal Skripsi tanggal : 6 Maret 2018

Selanjutnya, kepada Mahasiswa tersebut supaya berkonsultasi kepada pembimbing berdasarkan hasil-hasil seminar untuk penyempurnaan proposal lebih lanjut.

Yogyakarta, 6 Maret 2018

Ketua Program Studi MPI

Dr. Imam Machali, M. Pd  
NIP. 19791011 200912 1 005

**Lampiran III: Berita Acara Seminar Proposal**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 513056, 7103871, Fax. (0274) 519734  
http://tarbiyah.uin-suka.ac.id. Email: ftk@uin-suka.ac.id YOGYAKARTA 55281

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**

Pada Hari : Selasa  
Tanggal : 6 Maret 2018  
Waktu : 09.00  
Materi : Seminar Proposal Skripsi

NO.	PELAKSANA	TANDA TANGAN
1.	Pembimbing Dr. Imam Machali, M. Pd	

Mahasiswa Pembuat Proposal Skripsi

Nama Mahasiswa : Isna Latifatul Afifah  
Nomor Induk : 14490065  
Jurusan : MPI  
Tahun Akademik : 2017/2018  
Judul Skripsi : STRATEGI BRANDING AFKAARUNA ISLAMIC SCHOOL  
YOGYAKARTA

Tanda Tangan

Pembahas

NO.	NIM	NAMA	TANDA TANGAN
1.	14490012	Nurul Fathiyah	1.
2.	14490051	Ida Iusi Parwati	2.
3.	14490048	Giti Phofiah	3.
4.	14490079	Iqro Kencana Wangi	4.
5.	14490046	Desi Aninda Putri	5.
6.	<sup>14490036</sup> <del>14490036</del>	Hana Pratiwi	6.
7.	14490050	Feba Putri F	7.

Yogyakarta, 6 Maret 2018

Moderator

Dr. Imam Machali, M. Pd  
NIP. 19791011 20091201 005



**Lampiran IV: Surat Ijin Penelitian Ke Afkaaruna**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. 513056, 7103871, Fax. (0274) 519734 <http://tarbiyah.uin-suka.ac.id/>  
E-mail : [ftk@uin-suka.ac.id](mailto:ftk@uin-suka.ac.id) YOGYAKARTA 55281

Nomor : B-854 /Un.02/DT.1/PN.01.1/03/2018  
Lamp. : 1 Bendel Proposal  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

5 Maret 2018

Kepada

Yth : Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta  
c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik  
Di Jl. Jenderal Sudirman No. 5  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, kami beritahukan bahwa untuk kelengkapan penyusunan skripsi dengan Judul: "STRATEGI BRANDING AFKAARUNA ISLAMIC SCHOOL YOGYAKARTA", diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami berharap dapatlah kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin kepada mahasiswa kami :

Nama : Isna Latifatul Afifah  
NIM : 14490065  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Alamat : Ds. Banaran, Kec. Balerejo, Kab. Madiun

, untuk mengadakan penelitian di Afkaaruna Islamic School Yogyakarta dengan metode pengumpulan data Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Adapun waktunya mulai tanggal : Maret-April 2018  
Demikian atas perkenan Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Tembusan :

1. Dekan (sebagai laporan)
2. Kaprodi MPI
3. Mahasiswa yang bersangkutan ( untuk dilaksanakan )
4. Arsip

**Lampiran V: Surat Ijin Penelitian**



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233  
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 8 Maret 2018

Kepada Yth. :

Nomor : 074/2839/Kesbangpol/2018  
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepala Kementerian Agama RI Kanwil DIY  
di Yogyakarta

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga  
Nomor : B-854/Un.02/DT.1/PN.01.1/03/2018  
Tanggal : 5 Maret 2018  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal : **"STRATEGI *BRANDING* AFKAARUNA ISLAMIC SCHOOL YOGYAKARTA"** kepada:

Nama : ISNA LATIFATUL AFIFAH  
NIM : 14490065  
No.HP/Identitas : 085790478075/3519104205950001  
Prodi/Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga  
Lokasi Penelitian : Afkaaruna Islamic School Yogyakarta  
Waktu Penelitian : 8 Maret 2018 s.d 30 April 2018

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian,
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Terttuusan disampaikan Kepada Yth.:

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga;
3. Yang bersangkutan.

*Lampiran VI : Pedoman Wawancara*

**PEDOMAN WAWANCARA**

**STRATEGI *BRANDING* AFKAARUNA *ISLAMIC SCHOOL*  
YOGYAKARTA**

1. Bagaimana sejarah berdirinya Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
2. Apa konsep yang Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta terapkan ?
3. Apa visi dan misi Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
4. Apa kualifikasi yang harus di penuhi tenaga pendidik dan kependidikan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
5. Apa kurikulum yang digunakan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
6. Apa *brand* yang ditetapkan oleh Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
7. Mengapa Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta memilih *brand* tersebut ?
8. Apa langkah-langkah strategi *branding* yang dikembangkan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
9. Apa yang unggul dari Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
10. Apa kepuasan orang tua yang didapatkan dari produk Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
11. Apa karakter yang diterapkan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
12. Apa kegiatan *branding* yang dilakukan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
13. Bagaimana cara Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta mengembangkan *brand* secara efektif ?
14. Apa tugas hubungan masyarakat di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
15. Apa rencana strategi Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta untuk jangka panjangnya ?
16. Bagaimana Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta menghadapi persaingan di dunia lembaga pendidikan ?
17. Siapa petugas pemasaran di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
18. Apa tugas bagian pemasaran di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
19. Apa media yang digunakan untuk strategi *branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
20. Apa kalangan yang menggunakan jasa lembaga pendidikan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
21. Apa metode yang digunakan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta untuk memikat publik ?
22. Bagaimana sarana prasarana yang ada di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
23. Apa tugas komite di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
24. Apa yang anda ketahui tentang Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
25. Bagaimana kualitas pendidikan di Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?
26. Apa kesan yang diperoleh orang tua tentang Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta ?

## *Lampiran VII : Koding Wawancara*

### **CODING WAWANCARA**

#### **1. PENETAPAN BRAND AFKAARUNA**

Pak Arif : Nah.. Afkaaruna mengacu pada tiga pilar yaitu Keislaman, Kelokalan dan Keinternasionalan, kita memasukkan Keislaman dan Kelokalan sebelum Keinternasionalan. Secara implisit ini bisa dimaknai sebagai besarnya komitmen kami untuk mengembangkan warisan klasik dan praktik pendidikan Islam ala Indonesia yang kemudian “ditanam” di dalam proses pembelajaran yang berstandar internasional. Untuk meneguhkan prinsip ini, kami secara terus-menerus berusaha menemukan nilai-nilai lokal yang terwujud dalam budaya yang relevan untuk membangun karakter siswa yang kuat

Pak Arif : saya ingin menekankan bahwa madrasah yang secara konsisten memegang teguh nilai-nilai keislaman yang baik. kami berharap bahwa pendidikan Islam berakar di Indonesia ini berkontribusi dalam memperkaya pendidikan Islam yang ada dan dalam jangka panjang, dapat menyebarkan Islam yang indah kepada dunia

Pak Arif : internasional adalah istilah netral yang mengacu pada hubungan timbal balik antara dua negara atau lebih. Sehingga mendorong siswa untuk berinteraksi dengan orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda karenanya mereka dapat membangun hubungan saling pengertian dan saling menghargai

Bu Zeni : walaupun kita sudah belajar bahasa inggris, belajar bahasa orang tapi kita tidak meninggalkan asal kita, asal kita di indonesia, dari jawa, dari jogja jadi kita tetep menggunakan unggah ungguh, jadi kita sama orang tua ya tetep salim ya salam dan juga cium tangan. Kalau misalkan sama temen kita panggil ya mas, mbak kalau sama guru ya pak, bu karena kita lokal budaya karena indonesia manggilnya pak kita ya pak, miss, mister bukan ustadz atau apa ya tapi kita ini indonesia pak, bu kita menggunakan itu

#### **2. STRATEGI BRANDING AFKAARUNA**

Bu Zaki : nah... jadi membranding afkaaruna itu identik dengan keinternasionalannya... oke kami mencoba merubah pikiran bahwa sekolah internasional itu tidak harus mahal dengan menyediakan dana dalam waktu 1 tahun, wali murid hanya mengeluarkan biaya dibawah 10 juta maka anda akan mendapatkan kurikulum internasional, anda juga tidak perlu les-les lagi kemana-mana. Nah.. sekolah ini berusaha memberikan paket komplit yang anda tidak perlu ngantar anak dari

satu tempat ke tempat yang lainnya. Anda bisa langsung menyekolahkan ke Afkaaruna dengan tersedianya bahasa asing yang tidak perlu kursus, penitipan anak pada siang dan sore hari, mengaji tanpa harus ke diniyah sore

- Bu Zaki : kalau mau kelokalan kita juga ada loh..laboratorium lokal, dengan warga kita berinteraksi, dengan sawah disekitar itu kita bisa berinteraksi... jadi itu bisa menjadi *branding* Afkaaruna. Maka kalau ada yang ada di tanam di *primary* yaitu tumbuhan obat-obatan atau obat tradisional.. itu kesan yang ditimbulkan kepada publik, harapanya itu bisa melekat
- Bu Zeni : dari sisi produknya saya puas...saya takjub bahwa diusiaanya yang 5 tahun, anak saya di rumah tidak pernah saya ajarkan bahasa inggris tanpa saya paksa... ada laporan dari gurunya membacanya lancar, cara menyampaikan bahasa inggris baik
- Bu Zeni : oke.. penanaman karakternya, anak-anak dibiasakan berjabat tangan dengan ibu-bapak guru sebelum masuk kelas, kemudian setelah masuk membaca yalal wathon, hafalan surat pendek atau do'a sehari-hari, ngaji bersama, sholat berjamaah sehingga sampai rumah ketika sudah jamnya sholat tanpa disuruh dia sudah melakukan ini menjadi nilai plus tersendiri... nah ..ada yang berbeda dari sekolah lain kita tidak menerapkan ranking, anak dihargai atau diapresiasi sesuai kemampuannya.. misalnya saat akhir semester paling disiplin, paling rajin, paling bagus membaca.. semua yang dilakukan anak dalam kelas dihargai
- Bu Zaki : cara paling ampuh...ternyata para pendaftar tau informasi Afkaaruna melalui medsos (media sosial) seperti facebook, instagram, ini era milenial ya..memang harus digencarkan lewat media itu, kalau memakai event-event tertentu banyak tenaga yang dibutuhkan. Dari keseluruhan kesan yang ditimbulkan, bahwa ini bukan lembaga pendidikan yang mahal, ada bagian yang diperutukkan orang-orang yang tidak mampu, langkah-langkah afirmatif yaitu afkaaruna peduli, jadi mulai tahun ini dikembangkan adanya metode orang tua asuh bagi anak-anak yang ingin sekolah di afkaaruna
- Bu Zeni : Afkaaruna diumur yang dua tahun ini melebarkan sayap ke jenjang *primary* sehingga perlu daya jual yang lebih untuk membuat orang-orang mau masuk ke afkaaruna. Sedangkan orang belum bisa melihat produk Afkaaruna seperti apa... Sehingga Pak Arif membuat satu team yaitu ada saya, Bu Zaki, Bu Nining dan Bu Iffah itu saling berkolaborasi dan bersinergi bagaimana cara membuat *brand* yang berbeda dari yang lain, sehingga minimal masuk list daftar sekolah orang tua, jadi masing-masing punya peran. Kami bekerja beberapa bulan, rapat tiap minggu

Bu Zaki : kalau memperkenalkan ke publik ada cara lewat Pak Asrof, beliau kan sering ceramah kemana-mana nah dari situ beliau mempromosikan Afkaaruna... nah cara memperkenalkan kontennya, dengan cara membuat buku pegangan bagi orang tua dan publik, untuk memastikan publik lebih mengenal yang didalamnya ada kurikulum dan itu memang melalui diskusi team humas... nah buku itu yang menjembatani apabila publik bertanya

### 3. STRATEGI PEMBANGUNAN *BRAND* AFKAARUNA DI KALANGAN ORANG TUA/WALI DAN MASYARAKAT

Bu Zaki :saya pribadi berpendapat tidak boleh berbicara mengenai bersaing...nah bahasanya diganti mari kita bertumbuh bersama, jadi upaya bertumbuh bersama itu kemudian penting untuk menjadi paradigma berpikir, ukuran itu kan disesuaikan dengan kemampuan dan kapasitas masing-masing

Bu Zaki :nah.. cara kami membuat grup WA (Watshap) ada beberapa anggota bagian pemasaran seperti Bu Alfi sekarang sudah paham ketika ada pertanyaan apa dan jawabnya harus bagaimana, Bu Iffah pemegang Instagram, Bu Zaki dan saya lebih ke konten, ada 20 anggota di grup WA mereka memiliki tugas masing-masing dan saling melengkapi..ada juga kegiatan rutin rapat untuk membahas branding yang tepat

Bu Zeni :nah ..kami atau Afkaaruna berdiri diatas tiga pilar keislaman, keinternationalan dan kelokalan itu yang di ramu sehingga setiap kali muncul *tagline* di segala media itu yang membuat orang akhirnya *aware*. Sehingga orang itu tidak melihat dengan membayar 10 juta dapatnya kok gedung...apa sih yang ditawarkan.. nahhh itu yang dikemas cara memasarkan kita seperti itu

Bu Zeni :kami biasanya menggunakan media sosial seperti instagram, biasanya ketika ada festival anak kami setidaknya membuka stand kalau tidak ada tenaga yang menjaga kami minimal membuat brosur dan disebarakan ... jadi seperti itu kalau ada kegiatan di mall biasanya seperti itu mbak

Bu Retno :yang pasti mereka yang memiliki dana lebih, tetapi rata-rata mereka yang memiliki misi untuk meletakkan anak-anaknya sesuai misi keluarga mereka, kebanyakan para orang tua mereka bekerja dibidang akademisi...nah ada juga anak-anaknya petani yang bertempat tinggal di sekitar Afkaaruna

Bu Retno :sarana prasarananya emmm.. saat ini sangat pas-pasan, karena masih rintisan, jadi kami masih memaklumi. Kalau untuk alat

permainan masih kurang, untuk standar tempat bermain masih kurang, standar keselamatan juga belum

- Bu Retno :kalau komite sekolah itu dibutuhkan sebagai jembatan antara orang tua dengan Afkaaruna untuk menyampaikan keluhan, ide, aspirasi, keinginan yang mereka anggap inilah jalan penghubungnya
- Bu Yuli :kalau kita secara umum melihat Afkaaruna menggunakan bahasa pengantar bahasa inggris itu sudah bagus, sekolah islami tapi disajikan menggunakan tren bahasa inggris, jadi intinya orang umum melihat Afkaaruna melihat brand wahhh...keren
- Bu Yuli :kalau dari kaca mata saya layak iya, kalau berkualitas belum .. ya emm tapi yang saya lihat ada kesungguhan mereka untuk mencoba lebih baik, mereka lebih bersemangat dan tidak santai seperti sekolah yang sudah berdiri lama
- Bu Yuli :dibanding sekolah lain Afkaaruna menyajikan sekolah islami berstandar internasional, kan kami terkesan untuk mensekolahkan anak ke sana... karena mereka juga memperhatikan masyarakat sekitar seperti Afkaaruna peduli kita merangkul anak-anak yang kurang mampu untuk sekolah disana, setiap hari sabtu pagi juga ada ngaji bersama dan pengajian untuk masyarakat.. oo iya biasanya juga diadakan jalan santai bersama, jadi sosialisasinya kepada masyarakat sudah bagus

## ***Lampiran VIII : Catatan Lapangan***

### Catatan Lapangan 1

Metode Pengumpulan Data : Dokumentasi dan Observasi  
Hari/Tanggal : Rabu, 05 September 2018  
Jam : 09.00- Selesai  
Lokasi : Ruang Administrasi Afkaaruna *Islamic School*  
Yogyakarta  
Sumber Data : Bapak Samsul Ma'arif Mujiharto, S.Fil., M.A

### Deskripsi Data

Informasi adalah ketua yayasan Abdul Djalil Sibaweh beliau adalah Bapak Samsul Ma'arif. Dalam hal ini peneliti datang untuk mengambil beberapa dokumen tentang penelitian yang berkaitan tentang gambaran umum Afkaaruna *Islamic School*. Pengambilan dokumen ini dimaksudkan untuk menyelesaikan penulisan skripsi bab tiga. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi tentang kondisi sekitar Afkaaruna *Islamic School* untuk mengetahui lokasi penelitian.

Dari proses dokumentasi diperoleh data tentang gambaran umum Afkaaruna *Islamic School* seperti sejarah, visi-misi, struktur organisasi, jenjang pendidikan, kurikulum, sarana, dan prasarana. Sedangkan dari proses observasi, diperoleh hasil bahwa lokasi Afkaaruna *Islamic School* jauh dari keramaian.

Sedangkan dari proses wawancara diketahui bahwa posisi Afkaaruna *Islamic School* mempunyai rancangan tersendiri terkait strategi *branding* Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta.

### Interpretasi Data

Gambaran umum tentang Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta peneliti peroleh dari dokumentasi di Ruang Administrasi Afkaaruna *Islamic School*. Dari proses tersebut peneliti memperoleh informasi tentang sejarah berdiri, jumlah peserta didik, jumlah tenaga pendidikan dan kependidikan, dan data kurikulum yang dipakai Afkaaruna *Islamic School*.



## Catatan Lapangan 2

Metode Pengumpulan Data : Wawancara  
Hari/Tanggal : Rabu, 05 September 2018  
Jam : 10.30- Selesai  
Lokasi : Primary Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta  
Sumber Data : Bapak Samsul Ma'arif Mujiharto, S.Fil., M.A

### Deskripsi Data

Informasi adalah ketua yayasan beliau adalah Abdul Djalil Sibaweh Bapak Samsul Ma'arif Mujiharto, S.Fil., M.A. Dalam hal ini peneliti mewawancarai untuk menggali informasi mengenai *brand* yang ditetapkan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta. Pengambilan wawancara ini dimaksudkan untuk menyelesaikan penulisan skripsi bab empat. Dari peneliti didapatkan ada tiga pilar atau landasan yang menjadi kekuatan utama untuk memasarkan jasa lembaga pendidikan Afkaaruna *Islamic School*. Dari proses wawancara diperoleh informasi mengenai alasan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta memilih tiga pilar atau *brand* tersebut.

### Catatan Lapangan 3

Metode Pengumpulan Data : Wawancara  
Hari/Tanggal : Kamis, 30 Agustus 2018  
Jam : 16.00- Selesai  
Lokasi : Rumah  
Sumber Data : Bu Zeni

#### Deskripsi Data

Informasi adalah salah satu team hubungan masyarakat Afkaaruna *Islamic School* beliau adalah Bu Zeni. Dalam hal ini peneliti mewawancarai untuk menggali informasi mengenai strategi *brand* yang ditetapkan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta. Pengambilan wawancara ini dimaksudkan untuk menyelesaikan penulisan skripsi bab empat. Dari peneliti dapatkan ada tiga langkah dasar utama untuk memasarkan jasa lembaga pendidikan Afkaaruna *Islamic School*. Dari proses wawancara diperoleh informasi mengenai alasan dan strategi *branding* yang ditempuh Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta.

#### Catatan Lapangan 4

Metode Pengumpulan Data : Wawancara  
Hari/Tanggal : Selasa, 28 Agustus 2018  
Jam : 16.00- Selesai  
Lokasi : Rumah  
Sumber Data : Bu Wasingatu Zakiyah

#### Deskripsi Data

Informasi adalah salah satu team hubungan masyarakat Afkaaruna *Islamic School* beliau adalah Bu Wasingatu zakiyah Dalam hal ini peneliti mewawancarai untuk menggali informasi mengenai strategi *brand* yang ditetapkan Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta. Pengambilan wawancara ini dimaksudkan untuk menyelesaikan penulisan skripsi bab empat. Dari peneliti dapatkan ada tiga langkah dasar utama dan strategi membangun *brand* dikalangan orang tua/wali dan masyarakat untuk memasarkan jasa lembaga pendidikan Afkaaruna *Islamic School*. Dari proses wawancara diperoleh informasi mengenai alasan dan strategi *branding* yang ditempuh Afkaaruna *Islamic School* Yogyakarta

## Lampiran IX: Kartu Bimbingan Skripsi

### Lampiran VIII : Kartu Bimbingan Skripsi

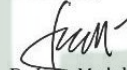
#### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Isna Latifatul Afifah
2. NIM : 14490065
3. Pembimbing : Dr. Imam Machali, M.Pd.
4. Judul Skripsi : Strategi *Branding* Afkaaruna *Islamic School*  
Yogyakarta
5. Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
6. Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Tanggal	Bimbingan Ke-	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
9 Oktober 2017	1	Pengesahan Petunjuk Penelitian	
15 Februari 2018	2	Pembuatan Proposal (Buat hal-hal pokok)	
27 Februari 2018	3	Proposal Selesai	
06 Maret 2018	4	Seminar Proposal	
20 Agustus 2018	5	Pembuatan Daftar Pertanyaan	
18 Oktober 2018	6	Bab II dan III	
02 November 2018	7	Bab IV dan V	
05 November 2018	8	Daftar Skripsi	
06 November 2018	9	Finishing	

Yogyakarta, 05 November 2018

Pembimbing



Dr. Imam Machali, M.Pd

NIP. 19791011 2009121 005

*Lampiran X: Sertifikat PLP I*



The certificate is issued by the Ministry of Religion of the Republic of Indonesia, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Faculty of Islamic Education and Teaching. It certifies the completion of the PLP I program by Isna Latifatul Afifah, a student of the Islamic Education Management program, with a score of 98.20 (A). The certificate is signed by Adhi Setiawan, M.Pd., the Dean of the Academic Division, on June 20, 2017, in Yogyakarta.

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
Alamat: Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 513056, Fax. (0274) 586117  
<http://tarbiyah.uin-suka.ac.id>, Email: [ftk@uin-suka.ac.id](mailto:ftk@uin-suka.ac.id) Yogyakarta 55281

---

**Sertifikat**

Nomor : B-1951/Un.02/DT.1/PP.02/06/2017

Diberikan kepada:

Nama : ISNA LATIFATUL AFIFAH  
NIM : 14490065  
Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Nama DPL : Miftahus Sa'adah, S.Pd.I, M.Ed.

yang telah melaksanakan kegiatan Program Latihan Profesi I (PLP I)  
di Kantor Kemenag Sleman dengan nilai:

**98,20 (A)**

Sertifikat ini diberikan sebagai bukti lulus PLP I sekaligus sebagai  
syarat untuk mengikuti Program Latihan Profesi II (PLP II).

Yogyakarta, 20 Juni 2017  
a.n Wakil Dekan Bidang Akademik  
Ketua,

  
**Adhi Setiawan, M.Pd.**  
NIP. 19800901 200801 1 011

**Lampiran XI: Sertifikat PLP II**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN**  
Alamat: Jl. Marsela Adisucipto, Telp. (0274) 589621, 512474, Fax. (0274) 586117  
http://tarbiyah.uin-suka.ac.id, Email: ftk@uin-suka.ac.id YOGYAKARTA 55281

---

**Sertifikat**

Nomor: B.4033/Un.02/WD.T/PP.02/12/2017

Diberikan kepada:

**Nama : ISNA LATIFATUL AFIFAH**  
**NIM : 14490065**  
**Jurusan/Pogram Studi : Manajemen Pendidikan Islam**

yang telah melaksanakan kegiatan PLP II tanggal 3 Oktober sampai dengan 21 November 2017 di Alkauruna Islamic School dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Dr. Zainal Arifin, S.Pd.I, M.S.I. dan dinyatakan lulus dengan nilai **95,00 (A)**.

Yogyakarta, 29 Desember 2017  
a.n Wakil Dekan I,  
Ketua Laboratorium Pendidikan



Fery Irianto Setyo Wibowo, S.Pd., M.Pd.I.  
NIP. 19840217 200801 1 004

**Lampiran XII: Sertifikat KKN**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

**SERTIFIKAT**

Nomor: B-432.2/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.1956/10/2017

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama	Iena Latifatul Afifah
Tempat, dan Tanggal Lahir	Ngawi, 02 Mei 1995
Nomor Induk Mahasiswa	14490065
Fakultas	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2016/2017 (Angkatan ke-93), di:

Lokasi	Jetis, Hangomulyo
Kecamatan	Gedangan
Kabupaten/Kota	Kab. Gunungkidul
Propinsi	D. I. Yogyakarta

dan tanggal 10 Juli s.d. 31 Agustus 2017 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,29 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 19 Oktober 2017  
Ketua,



Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.  
NIP. : 19720912 200112 1 002

**UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI**

diberikan kepada  
 Nama : Isna Latifah Afifah  
 NIM : 14490065  
 Fakultas : Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan  
 Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	95	A
2.	Microsoft Excel	35	E
3.	Microsoft Power Point	100	A
4.	Internet	90	A
5.	Total Nilai	80	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 14 Agustus 2018



Kepala PTIPD  
  
 Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.  
 NIP. 200511 200604 2 002

Seri Nilai

Angka	Huruf	Produk
85 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



Lampiran XIV: Sertifikat IKLA

وزارة الشؤون الدينية  
جامعة سونن كاليجاتا الإسلامية الحكومية بكونجاكرتا  
مركز التنمية اللغوية

شهادة  
اختبار كفاءة اللغة العربية  
الرقم: UIN.02/L4/PM.03.26.49.14.83/2018

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن  
الاسم : Isna Latifatul Afifah  
تاريخ الميلاد : ٢ مايو ١٩٩٥

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٣ أبريل ٢٠١٨. وحصلت  
على درجة :

٥١	فهم المسموع
٤٨	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٣	فهم المقروء
٤٠٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جو كجاكرتا، ١٣ أبريل ٢٠١٨  
المدير

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥



*Lampiran XV: Sertifikat TOEC*



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

**TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE**

No: UIN.02/L.4/PM.03.2/2.49.6.202/2018

This is to certify that:

Name : Isna Latifatul Afifah  
Date of Birth : May 02, 1995  
Sex : Female

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)  
held on **August 06, 2018** by Center for Language Development of State  
Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	38
Reading Comprehension	41
<b>Total Score</b>	<b>403</b>

*Validity: 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, August 06, 2018  
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19680915 199803 1 005





# SERTIFIKAT

No. OPAK.Dema-UINSuka.VIII.2014



DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA  
UIN SUNAN KALIJAGA



OPAK 2014  
UIN SUNAN KALIJAGA

diberikan kepada:

ISNA LATIFATUL A.

sebagai

## PESERTA

dalam kegiatan **Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**, Pada tanggal 21-23 Agustus 2014.

Yogyakarta, 23 Agustus 2014

Mengetahui,

Wakil Rektor III  
Bid. Kerjasama dan Kelembagaan  
UIN Sunan Kalijaga

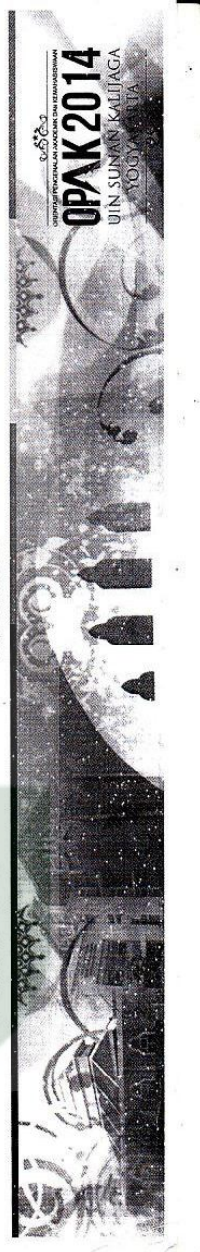
Dr. Maksudin, M.Ag  
NIP. 19600716 199103 1 001

Presiden  
Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)  
UIN Sunan Kalijaga

Syaifuldin Ahrom A.  
NIM 09250013

Ketua Panitia,

Syauci Biq  
NIM.11520023




Lampiran XVII: Sertifikat SOSPEM



Lampiran XVIII: Sertifikat PKTQ



Lampiran XIX: Ijazah MAN

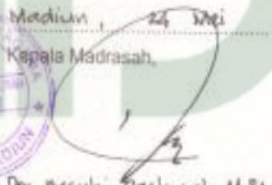
  
KEMENTERIAN AGAMA  
REPUBLIK INDONESIA  
**IJAZAH**  
MADRASAH ALIYAH  
PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN ALAM  
TAHUN PELAJARAN 2012/2013  
Nomor : MA 501 / 15.36 / PP.01.1 / 082 / 2013

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah Nezeri 2  
Mediun menerangkan bahwa:


nama	<u>ISNA LATIFATUL AFIFAH</u>
tempat dan tanggal lahir	<u>Ngawi , 02 Mei 1995</u>
nama orang tua	<u>Kamirul al. Sutikno</u>
nomor induk	<u>5279</u>
nomor peserta	<u>3-13-05-03-501-082-7</u>

**LULUS**

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Madrasah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Mediun , 24 Mei 2013  
Kepala Madrasah,  
  
Dr. Basuki Rachmat, M.Pd.  
NIP. 196712091994031002

MA 130000997



Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam  
Nomor : DL.1/PP.01.1/105.A/2013, Tanggal 18 Februari 2013

*Lampiran XX : Curriculum Vitae*

**CURICULUM VITAE**

**IDENTITAS DIRI**

Nama : Isna Latifatul Afifah  
NIM : 14490065  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Tempat dan Tanggal Lahir : Ngawi, 02 Mei 1995  
Agama : Islam  
Alamat di Yogyakarta : Gg. Wora-wari No. 376 Jl. Dr. Soepomo  
Umbulharjo (UH IV) Yogyakarta  
Alamat Domisili : Dsn. Banaran Rt 03/Rw 02, Ds. Banaran, Kec.  
Balerejo, Kab. Madiun , Jawa Timur  
Nama Orang Tua  
a. Ayah : Alm. Sutikno  
Pekerjaan : -  
b. Ibu : Siti Muryani S.Pd.I  
Pekerjaan : Guru  
Alamat Orang Tua : Dsn. Banaran Rt 03/Rw 02, Ds. Banaran, Kec.  
Balerejo, Kab. Madiun , Jawa Timur  
Telp. : 085790478075 / 085392049873  
e-mail : [isnalatifah29@gmail.com](mailto:isnalatifah29@gmail.com)

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jenjang Pendidikan</b>	<b>Nama Sekolah</b>	<b>Jurusan</b>
1.	2001-2007	SD	MI Negeri Babadan, Pangkur Ngawi	-
2.	2007-2010	SMP	MTs Negeri Caruban, Madiun	-
3.	2010-2013	SMA	MA Negeri 2 Kota Madiun	IPA
4.	2014- Sekarang	S1	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	MPI

**PENGALAMAN ORGANISASI**

<b>No.</b>	<b>Masa Jabatan</b>	<b>Jabatan</b>
1.	2008/2009	Anggota Dewan Penggalang, Pramuka MTs Negeri Caruban
2.	2010/2011	Bendahara Majelis Perwakilan Kelas MA Negeri 2 Kota Madiun
3.	2011/2012	Anggota MRDS-Center MA Negeri 2 Kota Madiun
4.	2011/2012	OSIS MA Negeri 2 Kota Madiun Bidang Kopsis
5.	2014/2015	Anggota Save Street Children Yogyakarta
6.	2014/2017	Bendahara Ikatan Alumni MI Negeri Babadan, Pangkur



7.	2014/ sekarang	Bendahara Khatulistiwa MPI Angkatan 2014
8.	2015/ sekarang	Sekretaris Karang Taruna “Muda Karya” Banaran



*Lampiran XXI : Dokumentasi*



Wawancara dengan Bapak Samsul Ma'arif Mujiharto, S.Fil., M.A  
Selaku Kepala Yayasan



Wawancara dengan Ibu Wasingatu Zakiyah, SH., M.A  
Selaku Humas



Wawancara dengan  
Ibu Wasingatu Zakiyah, SH., M.A  
Selaku Humas



Wawancara dengan  
Ibu Zeni Hafidhotun Nisak  
Selaku Humas



Ruang Belajar Mengajar

