

## ABSTRAK

**Muhammad Hilmi, NIM. 2010110056, “Strategi Penguatan *Branding* Madrasah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di MTs NU Ibtidaul Falah Samirejo Dawe Kudus Tahun Pelajaran 2023/2024”. Program Strata 1 (S1), Fakultas Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kudus, 2024.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya lembaga pendidikan yang berdiri sehingga terjadi persaingan yang masif antara lembaga pendidikan agar mampu mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Dalam melakukan persaingan tersebut maka perlu dilakukan penguatan *branding*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan: (1) Untuk mengetahui strategi penguatan branding di MTs NU Ibtidaul Falah Samirejo Dawe Kudus, (2) Untuk mengetahui differensiation segmentasi, targeting, dan position di MTs NU Ibtidaul Falah Samirejo Dawe Kudus, dan (3) Untuk mengetahui implikasi strategi penguatan branding dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di MTs NU Ibtidaul Falah Samirejo Dawe Kudus.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis pada penelitian ini menggunakan pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*data conclusion*). Uji keabsahan data menggunakan beberapa cara, yaitu pengamatan, triangulasi dan juga menggunakan bahan referensi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) strategi penguatan branding yang dilakukan MTs NU Ibtidaul Falah adalah menerapkan strategi diferensiasi berupa program salafiyah dan keterampilan ibadah serta berhubungan baik dengan pengasuh pondok pesantren sekitar serta pengaruh kharisma dewan guru yang sekaligus tokoh masyarakat menjadi percontohan, (2) diferensiasi yang dimiliki ialah program salafiyah dan pembekalan keterampilan ibadah yang ujiannya ditunggu oleh wali murid, segmentasi siswanya dikelompokkan menjadi dua yakni kelas reguler dan kelas prestasi, kemudian target pasarnya masyarakat sekitar kecamatan Dawe dan kecamatan Gebog, lalu memosisikan lulusan sebagai ahli ilmu di bidang agama, dan (3) implikasi strategi penguatan branding dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di MTs NU Ibtidaul Falah adalah perasaan tertarik dikarenakan peran guru yang juga sebagai tokoh masyarakat serta pengaruh pondok pesantren di sekitar lingkungan madrasah dan perasaan senang akan program-program madrasah serta perubahan akhlak peserta didik yang menjadi lebih baik.

**Kata Kunci:** *Strategi, Branding, Madrasah, Kepercayaan Masyarakat.*