

**MEMBANGUN *COMPETITIVE ADVANTAGE* MELALUI *BRAND IMAGE*
“*THE PREMIUM OF INSPIRE*” UNTUK MENARIK MINAT SISWA
PADA LKP INSPIRE PARE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
pada Program Studi Manajemen



Oleh :

MOH. BASIT ARRIDHO

NPM 19.1.02.02.0108

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2023

Skripsi oleh:

MOH. BASIT ARRIDHO

NPM: 19.1.02.02.0108

Judul:

**MEMBANGUN *COMPETITIVE ADVANTAGE* MELALUI *BRAND IMAGE*
“*THE PREMIUM OF INSPIRE*” UNTUK MENARIK MINAT SISWA
PADA LKP INSPIRE PARE**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 12 Juli 2023

Pembimbing I



Zulistiani, S.Pd., M.M.

NIDN. 0711118603

Pembimbing II



Susi Damayanti, S.Pd., M.M.

NIDN. 0723117802

Skripsi oleh:

MOH. BASIT ARRIDHO

NPM: 19.1.02.02.0108




Judul:

**MEMBANGUN *COMPETITIVE ADVANTAGE* MELALUI *BRAND IMAGE*
"THE PREMIUM OF INSPIRE" UNTUK MENARIK MINAT SISWA
PADA LKP INSPIRE PARE**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 20 Juli 2023.....

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua	: Zulistiani, S.Pd., M.M.	: 
2. Penguji I	: Dodi Kusuma Hadi S, S.H., M.M.	: 
3. Penguji II	: Susi Damayanti, S.Pd., M.M.	: 

Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Moh. Basit Arridho
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat / tgl. lahir : Kediri / 10 Mei 2000
NPM : 19.1.02.02.0108
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,
Yang Menyatakan



Moh. Basit Arridho
NPM. 19.1.02.02.0108

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Salah satu pengkerdilan terkejam dalam hidup adalah membiarkan pikiran yang cemerlang menjadi budak bagi tubuh yang malas, yang mendahulukan istirahat sebelum lelah”

(Buya Hamka)

Persembahan

Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa yang luar biasa untuk anaknya serta memberikan dukungan baik secara moriil maupun materil. Terimakasih atas pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik saya

Abstrak

Moh. Basit Arridho: Membangun *Competitive Advantage* Melalui *Brand Image* “*The Premium Of Inspire*” untuk Menarik Minat Siswa pada Lkp Inspire Pare, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata kunci: *Competitive Advantage*, *Brand Image*, kursus bahasa Inggris, siswa

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah lembaga kursus bahasa Inggris yang membangun keunggulan bersaing melalui citra merek untuk menarik minat siswa, dimana yang menjadi objek penelitian adalah LKP Inspire Pare. Lembaga tersebut berada di Kampung Inggris Pare yang mana tempat tersebut menjadi tempat berdirinya lembaga-lembaga besar yang dapat mengancam lembaga kecil. Karena itu, sebagai lembaga yang kecil LKP Inspire Pare harus membangun keunggulan bersaing yang kuat melalui *brand image* yang didukung dengan program, pelayanan, dan fasilitas unggulan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *brand image* yang dimiliki LKP Inspire Pare dalam membangun keunggulan bersaing dan dapat menarik minat siswa. Sebagai lembaga kecil maka akan sulit untuk dapat menghadapi persaingan di Kampung Inggris Pare, oleh karena itu penelitian ini sangat diperlukan untuk menganalisis fenomena tersebut.

Selanjutnya metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan, reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi yang selanjutnya akan diuji keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Setelah melakukan pengumpulan data dan uji keabsahan data, hasil dari penelitian ini adalah LKP Inspire Pare mampu bersaing dalam persaingan bisnis yang besar dengan melalui *brand image* yang didukung dengan program, pelayanan, dan fasilitas yang premium sehingga banyak siswa yang merasa puas belajar di LKP Inspire Pare karena mereka dapat mencapai targetnya. Kemudian hal tersebut berdampak positif bagi LKP Inspire Pare karena fenomena tersebut dapat memunculkan rekomendasi dari para alumni bahkan orang lain.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah mengetahui bahwa LKP Inspire Pare memiliki *brand* dengan nama *The Premium of Inspire* yang didukung dengan pelayanan, program, dan pelayanan yang premium sehingga dapat membangun *competitive advantage* dan menarik minat siswa. Lingkungan yang positif juga dapat menjadi faktor pendukung yang mampu membangun kepercayaan bagi masyarakat luas.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan yang Maha Kuasa, karena atas rahmat dan ridho-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Membangun *Competitive Advantage* Melalui *Brand Image* “*The Premium Of Inspire*” untuk Menarik Minat Siswa pada Lkp Inspire Pare” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memenuhi gelar Sarjana Manajemen (S.M.) PADA Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zaenal Afandi, M.Pd. selaku Rektor UN PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu penyusunan Skripsi ini.
4. Ibu Zulistiani, M.M. dan Ibu Susi Damayanti, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah rela meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.
5. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan berbagi ilmu pengetahuan serta memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama studi di Universitas Nusantara PGRI Kediri beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri ini.
6. Orang tua saya Bapak Hariyono dan Ibu Dewi Maftuchah yang selalu memberikan semangat, dukungan, kekuatan, dan doa, kepada saya.
7. Pemilik Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Inspire Pare yang telah memberikan izin dan segala informasi untuk penulis dalam melakukan penelitian.

8. Keluarga dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen yang telah banyak membantu serta dukungan dan sumbangsih pemikiran dalam memperlancar penulisan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu masukan, kritik, dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan dapat menambah wawasan bagi para pembacanya serta dapat berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Kediri, 10 Juli 2023



Moh. Basit Arridho

NPM. 19.1.02.02.0108

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Teori	7
1. <i>Competitive Advantage</i>	7
2. <i>Brand Image</i>	16
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan dan Jenis penelitian	27
1. Pendekatan	27
2. Jenis Penelitian	29
B. Kehadiran Peneliti	32
C. Situs penelitian	33
D. Tahapan Penelitian	33
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	37
1. Sumber Data	37
2. Teknik Pemilihan Informan	37
F. Prosedur Pengumpulan Data	42
1. Wawancara	42
2. Observasi	43
3. Dokumentasi	44
G. Teknik Analisis Data	44
1. Reduksi Data	44
2. Penyajian Data	45

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi	45
H. Uji Keabsahan Temuan	45
1. Konsistensi Pengamatan	46
2. Triangulasi	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum informan dan Diskripsi Situs Penelitian	49
1. Gambaran Umum Informan	49
2. Diskripsi Situs Penelitian	51
B. Diskripsi Data Hasil Pembahasan	54
1. Teknik Analisis Data	55
a. Reduksi Data	55
b. Penyajian Data	63
c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi	68
2. Uji Keabsahan Temuan	68
a. Triangulasi Sumber	68
b. Triangulasi Metode	69
C. Interpretasi Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP	76
A. Temuan	76
B. Implikasi	77
1. Implikasi Teoritis	77
2. Implikasi Praktis	77
C. Rekomendasi	78
DAFTAR PUSTAKA	80
Lampiran-lampiran	82

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1.	: Penelitian Terdahulu.....	21
3.1.	: Analisis Triangulasi Sumber.....	47
4.1.	: Program dan Fasilitas.....	52
4.2.	: Daftar Informan.....	55
4.3.	: Hasil Wawancara tentang <i>Competitive Advantage</i>	63
4.4.	: Hasil Wawancara tentang Persaingan Harga.....	64
4.5.	: Hasil Wawancara tentang <i>Brand Image</i>	65
4.6.	: Hasil Wawancara tentang Ketertarikan Siswa.....	67
4.7.	: Membandingkan Hasil Wawancara tentang <i>Competitive Advantage</i>	69
4.8.	: Membandingkan Hasil Wawancara tentang <i>Brand Image</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1.	: Model Nilai Merek Aaker (Aaker, 1991).....	17
2.2.	: Kerangka Berpikir.....	25
3.1.	: Urutan Pengumpulan Data Pada Informan dengan Triangulasi.....	40
4.1.	: Nilai Merek Aaker (Aaker, 1991) diterjemahkan penulis,2023.....	74
4.2.	: Logo LKP Inspire Pare.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	: Foto wawancara Bersama Zulfa Shihatul Imania (Informan Utama).....	82
2	: Foto wawancara Bersama Owner, Ibu Ana Manurun Zusifa (Informan Kunci)	82
3	: Foto observasi Kelas <i>out door, practice English</i> bersama bule.....	82
4	: Foto observasi kerja sama LKP Inspire Pare bersama SDN Bangkok 1	83
5	: Transkrip hasil wawancara bersama Informan kunci (Ana Manurun Zusifa, M.Pd).....	84
6	: Transkrip hasil wawancara bersama Informan utama (Zulfa Shihatul Imania)	90
7	: Transkrip hasil wawancara bersama Informan utama (Nadya Ayu Septya Rini)	93
8	: Transkrip hasil wawancara bersama Informan utama (Khoirun Fauziah)	96
9	: Transkrip hasil wawancara bersama Informan utama (Ratih).	99
10	: Transkrip hasil wawancara bersama Informan Pendukung (Latifah Badi).....	101
11	: Transkrip hasil wawancara bersama Informan (Nico Ahmad Roziki, S.Pd).....	104
12	: <i>Link</i> google drive rekaman wawancara terhadap informan... ..	108
13	: Berita Acara.....	109
14	: Surat izin penelitian.....	111
15	: Surat balasan objek penelitian.....	112

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemampuan berbahasa Inggris menjadi salah satu *skill* yang harus dikuasai oleh generasi muda di era globalisasi seperti saat ini. Karena di era ini bahasa Inggris banyak dibutuhkan terutama di dunia kerja. Tidak hanya itu, bahkan untuk mendapatkan beasiswa sering kali kita diharuskan memiliki skor TOEFL dan IELTS yang tinggi. Disamping itu, manfaat lain dari menguasai bahasa Inggris adalah agar generasi muda bisa selalu *update* mengenai perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dunia EF (*English First*) mengumumkan laporannya pada tahun 2022, tentang indeks kemampuan berbahasa Inggris atau EP (*English Proficiency*) Index (EF EPI) di 111 negara dan wilayah. Dari laporan tersebut dapat diketahui bahwa kemampuan bahasa Inggris di Indonesia berada pada tingkat rendah di urutan ke-81 dunia dan urutan ke-15 dari 24 wilayah di Asia.

Berkaitan dengan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Indonesia perlu meningkatkan kemampuan berbahasa Inggrisnya untuk mendapatkan posisi yang tinggi dalam peringkat dunia. Mempelajari dan mengasah *skill* berbahasa Inggris dapat dilakukan di sekolah ataupun dengan mengikuti kursus tambahan. Kampung Inggris Pare Kabupaten Kediri dapat menjadi salah satu tempat yang tepat untuk mempelajari bahasa Internasional tersebut. Karena di sana terdapat ratusan tempat kursus Bahasa Inggris yang

dapat membantu para siswanya untuk mencapai kemampuan terbaiknya dalam berbahasa Inggris. Tempat kursus yang terbaik pasti akan menjadi incaran bagi siswa yang ingin mempelajari bahasa Inggris. Banyak calon siswa yang menjadikan sebuah kepopuleran nama lembaga atau *brand* untuk dijadikan tolak ukur tempat kursus yang baik sehingga *brand image* atau citra merek menjadi salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan oleh sebuah lembaga.

Banyaknya tempat kursus di Kampung Inggris tentu akan menjadi sebuah persaingan bisnis yang ketat. Di mana seluruh lembaga akan berlomba-lomba meningkatkan kualitas untuk memenangkan persaingan dengan tujuan utamanya yaitu menarik siswa sebanyak-banyaknya agar berminat untuk belajar di tempat tersebut.

Salah satu tempat kursus menjadi objek pada penelitian ini adalah Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Inspire Pare. LKP Inspire Pare adalah sebuah lembaga kursus dan pelatihan bahasa Inggris yang dibangun dan dirintis oleh Ibu Ana Manurun Zusyifa, M.Pd. yang terletak di Jl. Camelia No. B6 Kecamatan Pare Kabupaten Kediri Jawa Timur. Beberapa program yang ditawarkan meliputi, Bimbingan TOEFL, Bimbingan IELTS, *Grammar, Speaking, English for Basic, English for Business* dan *English for Holiday* (program yang hanya dilaksanakan di musim liburan). Beberapa program dan fasilitas yang bertambah setelah LKP meningkatkan *brand* menjadi “*The Premium of Inspire*” diantaranya, Barista *Short Course*, Garansi skor TOEFL, garansi skor IELTS, tes resmi TOEFL ITP dan IBT, *English Professional*,

konsultasi beasiswa, *totebag*, dan lain-lain. Permasalahan yang dialami LKP Inspire saat ini adalah sulitnya lembaga untuk bisa unggul dalam persaingan yang begitu besar. Salah satu upaya LKP Inspire untuk membangun *competitive advantage* atau keunggulan bersaing adalah dengan mengembangkan sebuah *brand image*. *Competitive advantage* atau keunggulan kompetitif yang dapat diartikan sebagai keunggulan bersaing merupakan salah satu hal terpenting yang harus dibangun oleh sebuah perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis di bidang yang sama.

Menurut Portir (dalam penelitian Isorite, 2018) Keunggulan kompetitif adalah jantung dari kinerja perusahaan di pasar yang kompetitif. Pernyataan Portir tersebut dapat ditafsirkan bahwa keunggulan bersaing adalah sebuah strategi yang harus dibangun oleh perusahaan melalui sebuah kinerja perusahaan agar bisnis tersebut bisa tetap bertahan di tengah persaingan yang besar. Dalam penelitian ini keunggulan bersaing bukan hanya dibangun melalui sebuah kinerja perusahaan, melainkan menggunakan sebuah *brand image* yang didukung dengan *upgrade* atau peningkatan kinerja perusahaan.

Pangestu et al (2022:288) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *brand image* adalah suatu faktor penting dalam sebuah perusahaan untuk menarik konsumen terhadap pembelian, karena pada dasarnya *image* berperan penting terhadap konsumen, karena apa yang dipikirkan dan dirasakan pertama kali oleh konsumen adalah *image* yang positif terhadap suatu *brand* dan efek ini yang menimbulkan konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam penelitian

Pangestu et al tersebut menganalisis mengenai peran *brand image* terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan barang yaitu *fashion*. Akan tetapi meyakinkan konsumen menggunakan *brand image* pada perusahaan barang dan jasa memiliki sebuah perbedaan, pada *brand* sebuah barang konsumen cukup melihat dan melakukan pengecekan langsung terhadap barangnya, sedangkan untuk mengetahui kualitas *brand* sebuah lembaga kursus konsumen / siswa harus merasakan langsung bagaimana kualitas pendidikan di dalamnya. Selain itu testimoni merek sebuah barang bersifat fakta contohnya seperti, “Baju merek A menggunakan bahan yang tebal”. Sedangkan testimoni dari *brand* perusahaan jasa bersifat opini karena manusia memiliki sifat yang berbeda-beda, misalnya siswa yang mudah memahami materi akan mengatakan bahwa materi di tempat tersebut mudah dipahami. Siswa yang sulit memahami materi akan berpendapat sebaliknya, karena itu dalam meningkatkan kualitas lembaga kursus bahasa Inggris tutor akan membaca karakteristik dari setiap siswa untuk menentukan metode apa yang sebaiknya dilakukan untuk menyampaikan materi bahasa Inggris.

Saat ini LKP Inspire harus membangun keunggulan bersaing di tengah ratusan lembaga dalam bidang yang serupa. Karena saat ini LKP Inspire Pare sedang berada dalam sebuah persaingan yang ketat. Dalam meningkatkan sebuah *brand image* tentu LKP Inspire juga harus melakukan hal-hal pendukung seperti, penambahan program kursus, memberikan garansi kepada siswa, meningkatkan kualitas tutor, menjalin hubungan baik dengan alumni, dll. Sehingga penelitian yang berjudul Membangun *Competitive Advantage*

melalui *Brand Image* “*The Premium Of Inspire*” untuk Menarik Minat Siswa Pada LKP Inspire ini sangat diperlukan untuk menganalisa apakah pembentukan *brand image* tersebut berhasil membangun *competitive advantage* untuk menarik banyak siswa pada LKP Inspire.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan untuk menganalisa apakah dengan meningkatkan *brand image* berhasil membangun *competitive advantage* untuk menarik banyak siswa pada LKP Inspire Pare.

C. Rumusan Masalah

Bagaimanakah keunggulan kompetitif yang dibangun melalui citra merk dalam upaya meningkatkan daya tarik siswa pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Inspire Pare?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang ada pada rumusan masalah tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan LKP Inspire dalam meningkatkan *brand image* untuk membangun *competitive advantage*.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis bagi penulis, pembaca, dan perusahaan yang menjadi

objek penelitian.

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan atau referensi bagi para peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan kajian tentang *competitive advantage* atau keunggulan kompetitif yang dibangun melalui *brand image* atau citra merek untuk menarik siswa dalam sebuah lembaga kursus dan pelatihan.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini sebagai berikut.

a. Bagi Penulis

Untuk mengembangkan ilmu dan memperoleh pengetahuan baik secara teoritis maupun praktis dan sebagai media pengembangan intelektualitas diri bagi penulis.

b. Bagi Instansi

Sebagai pertimbangan, masukan, dan saran untuk LKP Inspire Pare dalam membangun keunggulan kompetitif melalui citra mereknya yaitu, *The Premium of Inspire* untuk menarik siswa pada LKP Inspire.

c. Bagi Peneliti dan Mahasiswa

Sebagai bagian untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran, juga sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya.