



**STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI  
*INTERNAL BRANDING* DALAM MENINGKATKAN KUALITAS  
PELAYANAN PENDIDIKAN  
(STUDI KASUS DI AL WILDAN ISLAMIC SCHOOL 2)**

Tesis diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Master dalam Bidang Magister Manajemen

Disusun Oleh:  
Dinda Nauli Nasution  
220214006

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PARAMADINA  
TAHUN 2023

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis yang berjudul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI  
INTERNAL BRANDING DALAM MENINGKATKAN KUALITAS  
PELAYANAN PENDIDIKAN  
(STUDI KASUS DI AL WILDAN ISLAMIC SCHOOL 2)**

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji tesis pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 9 Maret 2023

Waktu : 11.00 – 12.00


**Oleh:**

Nama : Dinda Nauli Nasution

NIM : 220214006

Dewan penguji tesis:

Ketua Penguji : Dr. Iyus Wiadi

(  )

Penguji 1 : Dr. Ahmad Azmy

(  )

Pembimbing : Dr. Iin Mayasari

(  )

## ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah menganalisis penerapan *internal branding* untuk menciptakan hubungan emosional dengan organisasi pendidikan yang akan membuat karyawan meningkatkan kinerja untuk menjaga kualitas pelayanan pendidikan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan model manajemen sumber daya manusia berorientasi kinerja tinggi dan meningkatkan budaya organisasi untuk menjaga kualitas pelayanan pendidikan. *Internal branding* adalah proses pemasukan nilai pada seseorang atau individu yang akan membentuk pola pikirnya dalam melihat makna realitas pengalaman. *Internal branding* juga merujuk kepada kegiatan dan proses yang membantu untuk memberi informasi dan inspirasi kepada karyawan. Metode penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara kepada 15 orang. Penelitian ini menunjukkan internalisasi berjalan belum optimal. Hal ini disebabkan oleh sejumlah aspek antara lain materi pelatihan belum terorganisasi dengan baik, sistem evaluasi pembelajaran masih bersifat subjektif, evaluasi kinerja serta sistem penghargaan dan konsekuensi belum konsisten.

Kata kunci: *internal branding*, kinerja merek, evaluasi kinerja individu, budaya organisasi, kepuasan pelanggan

## **ABSTRACT**

The research objective is to analyze the application of internal branding to create an emotional connection with the company that will make employees want to perform highly work system to sustain customer satisfaction. This can be done by enhancing the corporate culture, ensuring everyone is emotionally attached to the brand's vision and goals, and by building a strong organizational brand. Internal branding is the process of adding value to a person or individual who will shape their mindset in seeing the meaning of the reality of experience. Internal branding also refers to activities and processes that help to inform and inspire employees. The research method was conducted by conducting interviews with 15 people. This study shows that internalization is not optimal. This is caused by a number of aspects, including training materials that have not been well organized, the learning evaluation system is still subjective, performance evaluation has not been consistent.

Keywords; internal branding, brand performance, KPI, culture organization, customer satisfaction