

PERANCANGAN BARU SEKOLAH TINGGI EKONOMI MANAJEMEN BISNIS ISLAM MALANG DENGAN PENDEKATAN BRAND IDENTITY

ABSTRAK

Kota Malang, yang dikenal sebagai Kota Pendidikan atau Kota Pelajar, memiliki identitas yang kuat sebagai pusat pendidikan di Jawa Timur, didukung oleh banyaknya perguruan tinggi dan lembaga pendidikan keagamaan. Dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, Kota Malang membutuhkan pendidikan berbasis syariah, terutama dalam manajemen dan ekonomi. Saat ini, belum ada Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam (STEMBI) di Kota Malang, yang berpotensi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan tersebut. Pengembangan STEMBI di Malang dapat mendukung pertumbuhan sektor bisnis dan keuangan syariah, serta membuka peluang kerja sama dengan institusi pendidikan yang sudah ada. Namun, STEMBI di Bandung menghadapi tantangan dalam membangun brand awareness dan brand identity yang kuat, yang penting untuk menarik perhatian calon siswa. Oleh karena itu, perancangan baru STEMBI di Malang dengan pendekatan Brand Identity diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik minat peserta didik baru, serta meningkatkan kualitas dan akreditasi institusi. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan ciri khas kampus STEMBI yang membedakannya dari institusi pendidikan lainnya.

Kata Kunci: *Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam, Brand Identity, Perancangan Baru, Desain Interior*