UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
SIDOARJO

UMSIDA
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

Judul Artikel

Oleh:
Angga Wahyu Wardhana,
Hana Catur Wahyuni
Menejemen Pendidikan Islam
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Januari, 2024

Pendahuluan

- Definisi mutu memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya, pengertian kualitas pasti sangat berbeda antar individu. [3]. Dari konteks pengendali mutu, kualitas selalu terkait dengan kebutuhan, pelanggan dan kepuasan konsumen.[4] Dengan kata lain, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, layanan harus memiliki tingkat kebaikan tertinggi.
- Jaminan mutu adalah wujud dari kualitas dalam dunia pendidikan. Ini diperlukan untuk mengelola program SDM menjadi lebih baik dan berdaya saing. Ketika sekolah menggunakan jaminan mutu, mereka menghasilkan hasil yang selaras dengan standar pendidikan nasional dan lebih dari itu.[5] Standar yang paling penting dalam program lembaga pendidikan adalah yang menerapkan mutu dan jaminan mutu. Penting untuk meningkatkan layanan pelanggan dengan memenuhi persyaratan dalam bentuk perjanjian atau jaminan.[6] Hal tersebut menjadi acuan dalam mengembangkan program-program sekolah untuk membangun *brand* sekolah.
- Mengembangkan *brand* sekolah melalui kualitas adalah solusi terbaik di era pendidikan modern untuk menarik siswa. Alat merek dapat didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau kombinasi keduanya yang digunakan untuk mengkategorikan barang atau jasa atau layanan yang dijual oleh satu penjual atau kelompok penjual dan membedakannya dari pesaing.[9]

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- Sejauh mana konsumen menilai karakteristik suatu *brand* dengan baik adalah dasar daya tariknya?
- Bagaimana cara sekolah dalam implementasi jaminan mutu di sekolah,
- Bagaimana strategi dan pola untuk meningkatkan *brand* sekolah melalui jaminan mutu secara berkelanjutan.

Metode

- Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami kondisi konteks melalui penjelasan menyeluruh dan mendalam tentang kondisi dalam lingkungan alami *(natural setting).* Ini menunjukkan apa yang sebenarnya terjadi sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.[15] Fokus yang dibahas lebih beracuan pada Kualitatif Fenomenologi. Metode ini merupakan suatu kejadian menarik terjadi dan menjadi pengalaman hidup subyek peneliti. Hal yang didalami akan mencakup 1) bagaimana mempersepsikan peristiwa, 2) apa reaksi terhadap pengalaman tersebut dan 3) apa arti penting fenomena tersebut bagi subyek.[16]

- Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara diambil dari pola *purposive sampling* diyakinkan memenuhi kaidah akurasi yang tinggi. Orang-orang yang menjadi *interviewee* (yang diinterview) merupakan orang-orang pilihan yang betul-betul ahli dan menangani bidang yang sedang dibahas. Santri dan Wali santri yang diambil testimoni juga obyektif yang mengalami dan merasakan dampak baik positif dan negatifnya dari sebuah kebijakan sekolah.

Hasil

- Aspek yang menjadi fondasi penelitian ini ada 5 aspek service quality. Aspek tersebut meliputi tangible, emphaty, responsiveness, responsibility dan assurance
- Jaminan Mutu yang telah ditawarkan kepada pelanggan di SMPIT Darul Fikri ada empat hal. Pertama, karakter termasuk hal penting yang digemakan kepada orang tua. Karakter yang dipilih adalah 5 R, 5 S dan Tangguh. Kedua, berprestasi menjadi jaminan bahwa setiap santri memiliki prestasi dengan bakat dan minat masing-masing. Prestasi yang utama dan dapat diukur adalah bagaimana setiap santri lulus capaian minimal memiliki nilai di atas 80 untuk segmen akademik. Jika santri belum mencapai nilai tersebut, maka kewajiban guru dan wali kelas memberikan layanan tambahan sampai santri mencapai nilai di atas kriteria ketuntasan minimal tersebut.
- Ada jaminan mutu yang membentuk brand yaitu jaminan mutu nomor tiga, yakni hafal Al-qur'an. Lembaga telah mempraktikkan kurikulum Merdeka belajar, maka santri dapat mimilih target hafalannya dari 5 – 30 juz
- Secara mutu, lembaga mengawal layanan prima berdasarkan poin yang telah ada di dalam *Key Performance Indicators* (KPIs) sebagai fondasi meraih jaminan mutu. Supervisi, laporan akhir semester, dan laporan akhir tahun digunakan untuk mengukur layanan tersebut.

Pembahasan

- Dalam mengukur *brand* dapat diuji melalui tingkat kepuasan wali santri. Wali santri yang puas akan melakukan *repeat order*, atau akan menggaungkan kebaikan produk layanan atau sekolah kepada khalayak
- Ukuran *brand* yang paling nyata adalah dari hasil capaian santri baru. Dari sini akan terlihat ada santri dari orang tua yang belum tahu sekolah ini dan santri dari orang tua yang sudah tahu sekolah ini (repeat order).
- Dalam memperoleh hasil tindaklanjut yang faktual, akurat dan terukur, SMPIT Darul Fikri Sidoarjo selalu melakukan pengukuran kepuasan pelanggan. Tidak hanya mendapatkan pengukuran positifnya saja sebagai mengukur tingkat keberhasilan, tetapi juga sangat memperhatikan aspek respon negative (komplain tidak langsung) berupa saran dan kritik baik santri dan wali santri melalui wali kelas, survey kepuasan, dan langsung dari wali santri ke sekolah.
- Survei kepuasan pelanggan adalah berbasis pada indicator pencapaian jaminan mutu di lembaga tersebut. Ada 2 indikator sebagai daya respon pengguna mutu, yakni aspek layanan TERRA dan jaminan mutu Lembaga, terdapat suara positif dan suara negative. Bagi lembaga kedua suara itu penting untuk diperhatikan. Suara yang menunjukkan Gap positif merupakan suara yang menandakan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Sedangkan Gap negative menunjukkan bahwa kebutuhan pelanggan belum terpenuhi

Temuan Penting Penelitian

- Terdapat temuan bahwa lembaga melakukan Upaya pengembangan branding secara strategis dan sistematis. Pemilik kebijakan mengambil pengukuran agar brand dapat tercapai dengan maksimal dapat di klasifikasikan ke dalam 15 strategi branding lembaga yang diukur oleh lembaga atasan, yakni Yayasan Pondok Pesantren Darul Fikri Sidoarjo
- Melalui observasi empirik terhadap pemangku kepentingan dan kebijakan SMPIT Darul Fikri Sidoarjo, terdapat Branding dilakukan melalui mengangkat fenomena kebaikan lembaga kepada khalayak termasuk menggunakan strategi PEPS (*Polling*, *Educating*, *Promoting dan Selecting*) yang dilakukan oleh divisi humas SMPIT Darul Fikri Sidoarjo
- Dari beberapa temuan di atas, maka dapat dipastikan bahwa lembaga Pendidikan SMPIT Darul Fikri Sidoarjo telah membuat kebijakan branding dan menjadikannya sebuah system. Pertama, brand yang ada dianalisis positioningnya. Kedua, proses penguatan manajemen layanan proses belajar dengan model TERRA & KPIs. Ketiga, penguatan jaminan mutu. Layanan yang berdampak positif harus dilakukan *continuous improvement* dan layanan yang berdampak negative dilakukan respon cepat mencari solusi dengan customer oriented. Keempat, semua layanan yang telah dilakukan selalu disyiarkan melalui tahapan PEPS *(Polling*, *Educating*, *Promoting dan Selecting).*Terakhir, sustainable brand akan dapat dipertahankan. Proses ini membutuhkan pengawalan oleh leader yang kuat dari hulu hingga hilir, karena tingkat keberhasilan ada di tangan strong leader tersebut.

Manfaat Penelitian

- Kebaruan dalam penelitian ini memiliki daya pembeda. Pertama, ada pola yang berbeda dari sekolah tersebut dalam menerapkan pengembangan jaminan mutu sehingga menjadi kajian positif terhadap penelitian. Kedua, faktor kualitas dan kebijakan finansial, seperti biaya pendidikan dan harga, menentukan citra pemasaran; pola pergeseran merek mungkin terjadi.[12] Ketiga, ada enam faktor yang membentuk citra merek: kualitas dan mutu, kepercayaan dan kepercayaan, kegunaan dan manfaat, pelayanan, harga, dan gambar
- Penelitian ini memiliki manfaat untuk: (1) mendapatkan informasi implementasi jaminan mutu di sekolah, (2) mengelaborasi strategi dan pola untuk meningkatkan *brand* sekolah melalui jaminan mutu secara berkelanjutan.

Referensi

REFERENSI

[1] R. Pamelanintyas, "Implementasi program sistem penjaminan mutu internal (SPMI) di SMP Negeri 8 Yogyakarta," *J. Kebijak. Pendidik.*, vol. 8, no. 3, p. 230, 2019, [Online]. Available: https://doi.org/10.21831/sakp.v8i3.15864

[2] A. D. Marzuki, "Implementasi Penjamin Mutu Internal Dan Eksternal Dalam Pendidikan Dasar Di Sdn 1 Jerowaru Tahun 2021," *J. Ilm. Glob. Educ.*, vol. 2, no. 2, pp. 151–156, 2021, doi: 10.55681/jige.v2i2.119.

[3] W. Zakaria, U. Yuniati, and E. E. Puspitasari, "Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan," *Indones. J. Digit. Public Relations*, vol. 1, no. 2, p. 64, 2023, doi: 10.25124/ijdpr.v1i2.5545.

[4] H. C. Wahyuni, *Buku Ajar Pengendalian Kualitas Industri Manufaktur Dan Jasa*. 2020. doi: 10.21070/2020/978-623-6833-79-7.

[5] S. P. Erly and P. Pujaningsih, *Quality Assurance System at the State Vocational School During the Covid-19 Pandemic*, no. 1. Atlantis Press SARL, 2023. doi: 10.2991/978-2-38476-034-3_34.

[6] Sahil Sanjeev Salvi and Samiksha Shridhar Kerkar, "Quality Assurance and Quality Control for Project Effectiveness in Construction and Management," *Int. J. Eng. Res.*, vol. V9, no. 02, 2020, doi: 10.17577/ijertv9is020028.

[7] European Commission, "Quality assurance for school development," *Eur. Comm.*, p. 1, 2020, [Online]. Available: https://www.schooleducationgateway.eu/

[8] M. I. Adriansyah, N. L. Jayadi, S. Nafisah, and Prihantini, "Menyelisik Urgensi Dan Dampak Merger SDN Sukamakmur Bagi Siswa, PTK dan Masyarakat Sekitar," *J. Kaji. Penelit. dan Pendidik. dan Pembelajaran*, vol. 6, no. 2, pp. 1262–1272, 2022, [Online]. Available: https://www.journal.umtas.ac.id/index.php/naturalistic/article/view/1638

[9] C. Chairunnisa, "The Effect of Brand Image And Quality Of Educational Services On Customer Satisfaction," *J. Manaj.*, vol. 22, no. 3, p. 325, 2018, doi: 10.24912/jm.v22i3.425.

[10] J. M. T. Balmer, R. Mahmoud, and W. Chen, "Impact of multilateral place dimensions on corporate brand attractiveness and identification in higher education: Business school insights," *J. Bus. Res.*, vol. 116, no. March 2019, pp. 628–641, 2020, doi: 10.1016/j.jbusres.2019.03.015.

[11] Istikomah, T. Churahman, and B. Haryanto, *Buku Ajar Sistem Penjaminan Mutu Pesantren*. 2021. [Online]. Available: https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/1290

[12] K. R. Adhe, W. Wiryanto, S. Suryanti, and N. C. Shofiyah, "Analysis of Elementary School Selection Factors During Pandemic," *J. Obs. J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 6, no. 5, pp. 4944–4953, 2022, doi: 10.31004/obsesi.v6i5.2814.

[13] R. Rizkiyah, "Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions : Strategi Membangun Branding School dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam," vol. 7, pp. 1–7, 2020.

[14] L.-H. Chen, "the Influence of Price, Promotion and Quality of Service on Image Grab Brand With Customer Satisfaction," *E-Jurnal Manaj.*, vol. 08, no. 1, pp. 86–94, 2020.

[15] M. R. Fadli, "Memahami desain metode penelitian kualitatif," *Humanika*, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.

[16] J. Moleong, L, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif*, no. April. 2022. [Online]. Available: https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en

[17] A. Alfansyur and Mariyani, "Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial," *Historis*, vol. 5, no. 2, pp. 146–150, 2020.

[18] S. Qisom, *De Javu Kepala Sekolah*. Surabaya: Kualita Mediatama, 2018.

[19] J. Quest, "Developing brand meaning theory: the interplay of tangible attributes and intangible associations in relation to local food brands," *Eur. J. Mark.*, no. July, 2023, doi: 10.1108/EJM-07-2021-0529.

[20] A. Santoso, *Teacher As Coach*. Filla Press, 2020.

[21] E. Budiarti, D. Anggreini, D. A. P. Susanti, Y. Damayanti, and Y. Yunita, "Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia," *JIIP - J. Ilm. Ilmu Pendidik.*, vol. 6, no. 5, pp. 3568–3576, 2023, doi: 10.54371/jiip.v6i5.2074.

[22] J. J. Cerelia *et al.*, "Learning Loss Akibat Pembelajaran Jarak Jauh Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia," 2021.

[23] M. Dias and C. Ferraz, "Voting for Quality ? The Impact of School Performance Information on Electoral Outcomes," no. 668, p. 37, 2020.

[24] R. A. Tjahyadi, C. Kuswoyo, C. Lu, and W. Irianto, "Pengaruh Edukasi Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan melalui Kualitas Jasa," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 9, no. 1, p. 346, 2021, doi: 10.26740/jim.v9n1.p346-354.

[25] S. Shanti, "Analisis Pengaruh Pelayanan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Siswa Pada Sma 1 Pringgabaya Lotim Ntb.," *At-Tadbir*, vol. 1, no. 01, pp. 36–50, 2021, doi: 10.51700/attadbir.v1i01.125.

UMSIDA
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI