

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DALAM MENINGKATKAN  
DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN  
(Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton  
Probolinggo)**

Tesis

OLEH : YULIA

RUKMANA  
NIM 13710035



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2016**



**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DALAM MENINGKATKAN  
DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN  
(Studi Multi Kasus Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton  
Probolinggo)**

Diajukan Kepada  
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Beban Studi Pada  
Program Magister Manajemen Pendidikan Islam

OLEH Yulia  
Rukmana NIM  
13710035

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2016**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
SEKOLAH PASCASARJANA

Jl. Ir. Soekarno No.1 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telp. (0341) 531133 Fax. (0341) 531130  
Website : <http://pasca.uin-malang.ac.id>, email : [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

No. Dokumen UIN-QA/PM/14/05	LEMBARAN PERSETUJUAN UJIAN TESIS	Tanggal Terbit 24 Maret 2013
Revisi 0.00		Halaman: 29 dari 42

Nama : Yulia Rukmana  
NIM : 13710035  
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Proposal : Strategi Membangun Brand Image dalam meningkatkan daya saing di SMA Nurul Jadid paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang

Setelah diperiksa dan dilakukan perbaikan seperlunya, Tesis dengan judul sebagaimana di atas disetujui untuk diajukan ke Sidang Ujian Tesis

Pembimbing I

H. Slamet, MM, Ph.D  
NIP. 19660412 199803 1003

Pembimbing II


Dr. H. Mulyono, M.A  
NIP. 196606 200501 1003

Mengetahui  
Ketua Program Studi,


Dr. H.M. Samsul Hady, M.Ag  
NIP. 1966 98251994031000

Tesis dengan judul Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Studi multi kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo) ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 13 September 2016.

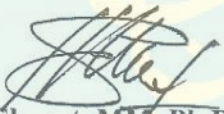
Dewan Penguji,

  
Dr. H. A. Khudori Saleh, M. Ag  
NIP. 196811242000031001

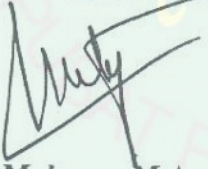
Ketua

  
Prof. Dr. M. Baharuddin, M. Pd.I  
NIP. 195612311983031032

Renguji Utama

  
H. Slamet, MM, Ph.D  
NIP. 196604121998031003

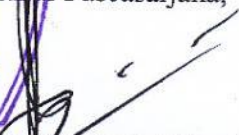
Anggota

  
Dr. H. Mulyono, M.A  
NIP. 1966062005011003

Anggota



Mengetahui  
Direktur Pascasarjana,

  
Prof. Dr. M. Baharuddin, M. Pd.I  
NIP. 195612311983031032

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yulia Rukmana  
NIM : 13710035  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Penelitian : Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, September 2016

METERAI  
TEMPEL  
11EF3AEF072228067  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
ya  
UKMANA  
NIM. 13710035

## MOTTO

ولكل وجهة هو موليها فاستبقوا الخيرات أين ما تكونوا يأت بكم الله جميعاً

إن الله على كل شيء قدير

*“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah: 148)*

## PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan do'a-do'a terbaiknya dan mendukung terhadap pendidikan anak-anaknya tersayang, Ibu tersayang (Siti Rahminah) Ayah tersayang (Amir Yusuf)

Ketiga kakakku yang telah menjadikan hidupku lebih bermakna dengan semangat dan nasehat-nasehat mereka  
(Setia Budi, Anwar Idris, Achmad Basori)

Kakak iparku yang selalu mendukung dan mendo'akan yang terbaik (Renny Amelinda dan Aulia Yuniati)

Untuk seseorang yang spesial yang selalu memberikan motivasi dalam proses pembuatan tesis ini

Kepada guru-guruku dan lebih khususnya kepada dosen pembimbing yang telah meluangkan sedikit waktunya untuk memberikan arahan serta ilmunya kepadaku

Teman-teman seperjuangan khususnya jurusan MPI A yang tak dapat disebutkan satu-satu yang telah memberikan warna dan canda tawa selama penulis ada dirantau ini

Terima kasih atas ketulusan dan keihlasannya dalam memberikan kasih sayang selama ini sehingga menjadikan hidupku begitu indah dan lebih berarti, Kupersembahkan buah karya sederhana ini kepada kalian semua hanya do'a dan harapan yang terucap:

Semoga Allah SWT memberikan kekuatan dan kemampuan kepadaku untuk bisa mewujudkan apa yang kalian titipkan selama ini.

Dan semoga ku bisa menjadi yang terbaik bagi kalian

“Amien Ya Robbal Alamin



## ABSTRAK

**Yulia Rukmana.** 2016. Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Multi Kasus di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo). Tesis. Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: (1) H. Slamet, MM, Ph.D. (2) Dr. H. Mulyono, M.A

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Daya Saing

*Brand image* adalah sekumpulan asumsi yang ada di benak konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari berbagai sumber. *Image* yang baik dari suatu organisasi merupakan aset, karena *image* mempunyai dampak pada persepsi *stakeholders* dari komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai hal. *Brand image* dalam suatu lembaga pendidikan adalah langkah penting dalam menggapai reputasi maksimal lembaga di khalayak masyarakat. *Image* lembaga pendidikan adalah *image* keseluruhan yang dibangun dari semua komponen.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) faktor-faktor pembentuk *brand image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo, (2) langkah-langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo, (3) dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan penelitian studi multi kasus. Penelitian ini menggunakan Metode pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, *display* data atau penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Untuk pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode serta berdiskusi dengan teman sejawat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) faktor pembentukan *brand image* sekolah, meliputi: a) akreditasi kelembagaan, b) ISO, c) tingkah laku siswa, d) prestasi, e) kualitas lulusan, f) kegiatan unggulan sekolah, dan g) hubungan alumni. (2) Langkah-langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah meliputi: a) akreditasi kelembagaan: proses analisis SWOT, evaluasi 8 SNP, b) ISO: menggunakan PDCA secara berkesinambungan, c) tingkah lakusiswa: menggarap program unggul keagamaan, menanamkan nilai-nilai pesantren, d) prestasi: pembinaan terhadap siswa, meningkatkan kualitas guru, e) kualitas lulusan: mengadakan program pembimbing akademik, menjalin hubungan kerjasama beberapa PTN f) kegiatan unggulan sekolah: mengikut sertakan warga sekolah dan alumni dalam kegiatan, dan g) hubungan alumni: mengadakan kegiatan alumni mengajar. (3) Dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah yakni: a) kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik; b) minat masuk masyarakat meningkat; c) siswa memiliki akhlak yang baik; d) kepercayaan masyarakat yang tinggi; e) tawaran beasiswa ke Luar Negeri; f) banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding.

## Abstract

**Yulia Rukmana.** 2016. Strategies to Build Brand Image In Enhance Competitiveness Education Institutions (Multi Case Study in Public Senior High School 3 Malang and Nurul Jadid Senior High School Paiton Probolinggo). Master Thesis. Master of Management Islamic Education Graduate of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor: (1) H. Slamet, MM, Ph.D. (2) Dr. H. Mulyono, M.A

**Keywords:** Brand Image, Competitiveness

Brand image is a set of assumptions that exist in the minds of consumers to a brand that is formed from a variety of sources. Good image of an organization is an asset, because the image having an impact on stakeholders perception of communications and the organization operations in many ways. Brand image in an educational institution is an important step in achieving maximum reputation in the public institutions of society. Image is the educational institution that built the overall image of all components.

The purpose of this study are: (1) the forming factors of brand image in Public Senior High School 3 Malang and Nurul Jadid Senior High School Paiton Probolinggo, (2) measures school strategies to build brand image in enhancing competitiveness in Public Senior High School 3 Malang and Nurul Jadid Senior High School Paiton Probolinggo, (3) the impact of the establishment of brand image in improving the competitiveness of Nurul Jadid Senior High School Paiton Probolinggo and Public Senior High School 3 Malang. This study used a qualitative approach with a multi-case study design. This study uses observation, interview and documentation as data collection method. Data analysis technique is done with data reduction, data display or presentation of data, and draw conclusions or verification. To check the validity of the data is done by triangulation of sources and methods as well as discussions with colleagues.

The results of this study indicate that: (1) the factors forming the brand image of the school, including: a) institutional accreditation, b) ISO, c) the behavior of students, d) achievements, e) the quality of graduates, f) the activities in school, and g) alumnus relation. (2) Measures school strategies to build brand image in improving the competitiveness of the school include: a) institutional accreditation: the process of SWOT analysis, evaluation of eight Stndart of National Education, b) ISO: using PDCA continuously, c) the behavior of students: work on the program excels religious, instilling the values of pesantren, d) achievement: guidance to students, improve teacher quality, e) the quality of graduates: entered the program counselors, establish cooperative relations to several public universities f) the excellent activities in the school: to involve the school community and alumnus in activities, and g) alumnus relations: organize alumnus activities teaching. (3) The impact of the establishment of brand image in improving the competitiveness of the school namely: a) servicing of the quality teachers and employees to be better; b) increasing of the society interest; c) the student has good morals; d) the high society trust; e) offering a scholarship to Foreign Affairs; f) many educational institutions do comparative studies.

## مستخلص بحث

وليا روكمانا. 2016 استراتيجيات انبؤ وصره ملاعلة تلاجريه حتلسين ؤرسلقا فلنللسقي ؤمساست لمعاليم موضوع راسة ؤلاح في راسة ونالاية الحوكمة 3 حج نلام ومرلسه لئانوية ونر الجديد يابتون رفوبولجتي). رطأوآه. تسحامير في ترابية لإاسلاميم ؤرأرا رءاسات يلعلالا في ماجعة وءالة لإاسيملاء ولانا لامك ربلجيه حج نلام، مسششار: رشلاف (1) ؤلاكوتر ملاءس، (2) ؤلاكوتر ولونينو. **الكلمات للمفاتيحية:** ؤملاء رابآية، الصوره وءرسلقا لئاللسقا.

وصره ملاعلة تلاجريه هي ؤرابع عن ومجعة من ترافلاضات لتي وءء في اءآن كلهسلاين إلى الالعلة رابآلية لتي كسشئل من مجعوة ؤمنوعه من المصدرا. وصره يجملة نملاظقم هو ؤأء لأصول، لأن للصوره لتي لها ؤأثير ؤصور لبع لاءلاصلاء وللمعلل للمظمنه في وءح ؤبرشك. وصره ملاعلة رابآلية في ؤمسسه يميلعة ؤوطاخ قمهم في قيققأ أفضل ؤقر نم عسمة بيطه في ؤماساسل للعهما ملالجم. الصوره يه ؤماسسه يميلعلاء لتي لا يئب لبع للصوره قملمشلا عيملج وكلماء.

ولرغض نم مءه رءالسه هي: (1) وعلل ملبكشءه وصره ؤملاء للءرابآية في رءسه لئانوية الحوكمة 3 حج نلام ومرلسه لئانوية ونرا لخاليب ؤيدين رفوبولجيا، (2) يقميس اسءرايحيء رءالسه لمبله وصرملاء ؤه رابآلية في زعقز ؤرسلقا يسفانللاء في رءسه لئانوية الحوكمة 3 حج نلام ومرلسه لئانوية ونر الجديد وءيابن رفوبولنجيا، (3) ؤأيرء شءلاء وصره ؤملاء تلاجريه في سشآين ؤرسلقا لئاللسقا نم في رءسه ونالاية الحوكمة 3 حج نلام ومرلسه ونالاية ونر الجديد وءيابن رفوبولنجي. اسءملسخه مءه رءالسه لجهنل كالبي فعم ؤصميم راسة ؤلعمه للقضية. لسشسءم مءه رءالسه رطيقه جمع اناليلاء ؤظلالما وللباقلة واللوقئا. وءم ينقنه ليلآح اميللاء مع يفقشخ ناليلاء، وعرض ناليلاء وأ عرض اميللاء، واسشخصلا حج نلام وأ ققحءلا. ققحءلا ويه نم حصه ناليلاء نع رطيق الشيلآه من لما صرءا والأسببلا وكلنك لسقلاء عم زلملاء.

حج نلام مءه رءالسه يرشءه لئام يلي: (1) وعلل ملبكشءه وصره ؤملاء للءرابآية راسملاء مءه في لئك: أ) ؤلمءعلاء ؤماسسي، ب) ملاءن ؤرءاء الجوءه ؤمظنلما وءالقي وءالحيه اميلاءسي (ISO)، ج) ولسك الطلاب، زانآلأا ؤاء، ه) ونعية الخريجين، وأطشنة في رءالسه، والخريجين لاقلاء. (2) ؤيم سايه اسءرايحيء رءالسه نبلء صوره ؤملاء لاءلرية في سشآين ؤرءه قيسفانللاء للراءسه ؤسمل: أ) امءعلاء ؤماسسي: ليلآح طلقز ؤوقلا، ونطقة الضعف، رءلاص والءيئهءل (SWOT)، ولميقل 8 يرابعه لءربقيه ولأطنقيه (SNP)، ب) ملاءن ؤرءاء الجوءه ؤمظنلما وءالقي وءالحيه اميلاءسي: اسملسخه طلآخط له قققأ لبعلاء سرحمءر، ولسك (جك) الطلاب: وفتق مءل لبعل رب في نينبءلاء جملاء وعرس يقم رءالسه لإاسقيملاء ؤالقيه، ؤققيق: وءالهيء للطلاب، وءسمن ونعية ملعللين، ه) ونعية الخريجين: سلاءء راسشسلين برلنامج، ؤمافل لاءعفاء ولعمءقيه ؤلعل لحيه ما رءيئي، و) ولقشءلأا في المءرسة: لإشراك المءرسي ولقشءلأا الخريجين، ز) ومن رءيخا لاءلريه: مءظءه رءللس شءأطه الخريجين. (3) رءأ نلشاء وصره ؤملاء رابآلية في سشآين ؤرسلقا راسملاء قيسفانللسه وهي: أ) ونعية الجمعللاء مءلين والموظفين لبع نأ وكينو أفضل ب) مصلءه في زبءاء المءمع؛ ج) طالب الأخلاق الحميءه. ؤ) ؤقءه الجوهمر لاءعيه ه) عرضا ؤمءم ؤشالون الخراجقيه. ولءيلعل من ؤماسسءه قيميعللعل لبعءه رءاساء رالملاء.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah SWT, tesis yang berjudul “Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Studi multi kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo)” dapat terselesaikan dengan baik semoga ada guna dan manfaatnya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia ke arah jalan kebenaran dan kebaikan.

Banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya dengan ucapan *jasakumullah ahsanul jasa'* khususnya kepada:

1. Rektor UIN Malang, Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo dan para Pembantu Rektor. Direktur Pascasarjana UIN Batu, Bapak Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
2. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Bapak Dr. H. M. Samsul Hady, M.Ag atas motivasi, koreksi dan kemudahan pelayanan selama studi.
3. Dosen pembimbing I, H. Slamet, MM, Ph.D atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
4. Dosen pembimbing II, Dr. H. Mulyono, M.A atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
5. Semua staff pengajar atau dosen dan semua staff TU Pascasarjana UIN Batu yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan studi.
6. Semua sivitas SMA Negeri 3 Malang khususnya kepala sekolah, Ibu Hj. Asri Widiapsari, M.Pd; Waka Humas, Bapak Drs. Edi Effi Budiono, M.Pd; Bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd; dan Kepala TU serta semua pendidik khususnya yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian.
7. Semua sivitas SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo khususnya kepala sekolah, Faizin, S.Ag, M.Pd; Waka Humas, M. Syauqi, Lc; Waka Kesiswaan, Dul Qomar, S.Ag; dan Kepala TU serta semua pendidik khususnya yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian.
8. Kedua orang tua, ayahanda Bapak Amir Yusuf dan ibunda ibu Siti Rahminah yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi, banyuan materiil, dan do'a sehingga menjadi dorongan dalam menyelesaikan studi, semoga menjadi amal yang diterima di sisi Allah SWT. Amin.
9. Semua keluarga di Balikpapan yang selalu menjadi inspirasi dalam menjalani hidup khususnya selama studi.

Batu, 1 September 2016  
Penulis,

Yulia Rukmana

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Logo .....	ii
Halaman Judul.....	iii
Lembar Persetujuan .....	iv
Lembar Pengesahan Tesis .....	v
Lembar Pernyataan.....	vi
Motto .....	vii
Persembahan .....	viii
Abstrak .....	ix
Kata Pengantar .....	xii
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Penegasan Istilah.....	13
F. Orisinalitas Penelitian .....	14
G. Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Konsep Strategi .....	19
1. Pengertian Strategi .....	19
a. Formulasi Strategi .....	22
b. Implementasi Strategi.....	23
c. Evaluasi dan Kontrol Strategi .....	24
B. Konsep <i>Brand Image</i> dalam Pendidikan.....	25
1. Pengertian <i>Brand</i> .....	25
2. Manfaat <i>Brand</i> .....	28
3. Elemen-Element <i>Brand</i> .....	31
4. Pengertian <i>Image</i> .....	35
5. Jenis-Jenis dan Urgensi <i>Image</i> .....	40
6. Proses Pembentukan <i>Image</i> .....	42
7. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	45
8. Faktor-Faktor yang Membentuk <i>Brand Image</i> .....	47
C. Konsep Daya Saing .....	49
D. Kerangka Berfikir.....	56

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Lokasi Penelitian.....	58
C. Data dan Sumber Data Penelitian .....	60
D. Teknik Pengumpulan Data.....	61
E. Instrumen Penelitian.....	64
F. Teknik Analisis Data.....	65
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	68

**BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	70
1. Deskripsi Umum SMA Negeri 3 Malang .....	70
a. Sejarah SMA Negeri 3 Malang .....	70
b. Visi, Misi dan Tujuan SMA Negeri 3 Malang .....	73
c. Nilai-Nilai .....	77
d. Motto dan Simbol .....	78
e. Stuktur Sekolah .....	80
f. Keadaan Sarana dan Prasarana Sekolah .....	80
g. Keadaan Guru dan Karyawan.....	81
h. Keadaan Siswa SMA Negeri 3 Malang.....	81
2. Deskripsi Umum SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo .....	83
a. Sejarah SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.....	83
b. Visi dan Misi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo .....	86
c. Struktur Sekolah .....	86
d. Keadaan Sarana dan Prasaran Sekolah .....	88
e. Keadaan Guru dan Karyawan.....	88
f. Keadaan Siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo .....	89
B. Paparan Data Penelitian .....	90
1. Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> Lembaga Pendidikan .....	90
a. SMA Negeri 3 Malang .....	91
b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.....	109
2. Langkah-Langkah Strategi Membangun <i>Brand Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing.....	122
a. SMA Negeri 3 Malang .....	123
b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.....	145
3. Dampak Pembentukan <i>Brand Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing .....	156
a. SMA Negeri 3 Malang .....	156
b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.....	160
C. Ringkasan Temuan Penelitian Strategi Membangun <i>Brand Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo .....	165
D. Analisis Temuan Lintas Situs.....	174

## **BAB V PEMBAHASAN TEMUAN PENELITIAN**

- A. Faktor-Faktor Pembentuk *Brand Image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo .....177
- B. Langkah-Langkah Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo .....195
- C. Dampak Pembentukan *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.....199
- D. Bagan Konseptual Temuan Penelitian .....210

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

- A. Kesimpulan .....211
- B. Saran.....212

## **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Fokus Penelitian dan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	15
2.1 Manfaat Merek Bagi <i>Stakeholders</i> dan Institusi Pendidikan.....	30
2.2 Manfaat-Manfaat Merek .....	30
2.3 Elemen-Element <i>Brand</i> .....	32
4.1 Data Perkembangan Siswa SMA Negeri 3 Malang .....	81
4.2 Data Perkembangan Siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.....	89
4.3 Faktor-Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> dalam meningkatkan daya saing sekolah.....	122
4.4 Langkah-langkah Membangun <i>Brand Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah .....	155
4.5 Dampak Pembentukan <i>Brand Image</i> dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah.....	165
4.6 Analisis Lintas Situs SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.....	174
5.1 Manfaat Merek Bagi <i>Stakeholders</i> dan Institusi Pendidikan .....	207
5.2 Manfaat-Manfaat Merek .....	207



## Daftar Gambar

Gambar	Halaman
2.1. Proses Formulasi Strategi .....	23
2.2. Model Pembentukan Citra .....	43
2.3. Formulasi Untuk Mendapatkan Kemuliaan .....	47
2.4. Kerangka Berfikir .....	56
5.1. Bagan Konseptual Temuan Penelitian .....	210

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Perkembangan ekonomi global akhir-akhir ini memberikan sinyal akan pentingnya peningkatan kemandirian dan daya saing sebuah negara di dunia internasional, apalagi Indonesia dihadapkan dengan implementasi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang pelaksanaannya dimulai pada 31 Desember 2015.<sup>1</sup> Untuk bisa menjadi negara dengan daya saing tinggi harus ada beberapa yang harus terpenuhi diantaranya meliputi infrastruktur, kualitas birokrasi, stabilitas ekonomi makro, serta pendidikan.<sup>2</sup> Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud) Anies Baswedan mengajak dunia pendidikan optimis memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015.<sup>3</sup>

Sejak lima tahun terakhir, pemerintah dan sejumlah lembaga pendidikan beramai-ramai membuat berbagai skenario untuk menghadapi “liberalisasi pendidikan”, agar pendidikan Indonesia sanggup bersaing di kancah global.<sup>4</sup> Seluruh sekolah baik swasta maupun negeri harus memiliki daya saing global.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>Adi Angga Sukmana, *Ekonomi Kreatif, Meningkatkan Daya Saing Indonesia Dalam Menghadapi MEA 2015*, <http://www.beastudiindonesia.net/id/pena-negarawa/637-ekonomi-kreatif-meningkatkan-daya-saing-indonesia-dalam-menghadapi-mea-2015>, diakses pada 09/04/2015 pukul 10:17 wib

<sup>2</sup>Cahyono, Eddy (2014). "Peningkatan Daya Saing Ekonomi & Peran Birokrasi", <http://setkab.go.id/peningkatan-daya-saing-ekonomi-dan-peran-birokrasi/>, diakses pada 09/04/2015 pukul 11:02 wib

<sup>3</sup><http://kemdikbud.go.id/kemdikbud/node/3709>, diakses pada 09/04/2015 pukul 11: 10 wib

<sup>4</sup>Edi Sugianto, *Tantangan Pendidikan Menuju MEA 2015*, <http://banjarmasin.tribunnews.com/2014/12/24/tantangan-pendidikan-menuju-mea-2015>, diakses pada 09/04/2015 pukul 11:22 wib

<sup>5</sup><http://www.metrosiantar.com/2014/04/25/135437/seluruh-sekolah-harus-miliki-daya-saing-global/>, diakses pada 09/04/2015 pukul 11: 46 wib



Kini pendidikan dari tahun ke tahun selalu mengalami perubahan.<sup>6</sup> Menurut Freddy A. Pendidikan sekarang dengan masa lalu memiliki perbedaan yaitu pendidikan moral sekarang telah mulai bergeser karena tidak lagi menjadi karakter, sifat dan tolak ukur pribadi bangsa.<sup>7</sup> Terjadinya perubahan yang pesat dalam ilmu pengetahuan, teknologi, modernisasi, dan industrialisasi mendorong terjadinya pergeseran sistem, arah, dan tata kelola pendidikan.<sup>8</sup>

Pergeseran paradigma pengelolaan pendidikan dasar dan menengah telah tercermin dalam visi pembangunan pendidikan nasional yang tercantum dalam GBHN<sup>9</sup>: mewujudkan sistem dan iklim pendidikan nasional yang demokratis dan berkualitas guna mewujudkan bangsa yang berakhlak mulia, kreatif, inovatif, berwawasan kebangsaan, cerdas, sehat, disiplin, bertanggung jawab, terampil, serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Amanat GBHN ini menyiratkan suatu kekhawatiran yang mendalam dari berbagai komponen bangsa terhadap prestasi sistem pendidikan nasional yang kini mulai menurun dalam mempersiapkan SDM yang tangguh dan mampu bersaing di era tanpa batas ke depan.<sup>10</sup>

Pengelolaan pendidikan menjadi sangat penting, dimana pertumbuhan dan perkembangan lembaga dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam

---

<sup>6</sup><http://edukasi.kompasiana.com/2013/10/07/pendidikan-dulu-dan-sekarang-599398.html>, diakses pada tanggal 25/03/2015 pukul 22:46 wib

<sup>7</sup> <http://pezat51newscommunity.blogspot.com/2011/10/perbedaan-pendidikan-zaman-sekarang.html>, diakses pada tanggal 25/03/2015 pukul 22: 51 wib

<sup>8</sup> Dedi Mulyasana, *Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing. ....*, hlm. 23

<sup>9</sup> pustaka setia, 2000, gbhn 1999-2004, cetakan kedua bandung

<sup>10</sup> Adrian 2012, *Manajemen Berbasis Sekolah Sebagai Pengelolaan Pendidikan*, <https://schoolbasedmanagement.wordpress.com/category/mbs/paradigma-mbs-mbs/>, diakses pada tanggal 26/03/2015 pukul 07:14 wib

melakukan *scanning* lingkungan eksternal, kompetitor lembaga lain, memperhitungkan kompetensi internal, harus dapat menciptakan strategi yang mumpuni untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri.<sup>11</sup> Sekolah yang ingin menang dalam persaingan yang begitu ketat antar sekolah harus memiliki persepsi kualitas (*perceived quality*) di mata konsumen yang baik. Oleh karena itu sekolah harus meningkatkan terus-menerus kualitas setiap tahunnya.<sup>12</sup>

Kualitas pendidikan di Indonesia saat ini tergolong rendah, dibuktikan dengan adanya data dari UNESCO tentang peringkat Indeks Pengembangan Manusia (*Human Development Index*), yaitu komposisi dari peringkat pencapaian pendidikan, kesehatan, dan penghasilan per kepala yang menunjukkan, bahwa indeks pengembangan manusia Indonesia makin menurun. Di antara 174 negara di dunia, Indonesia menempati urutan ke-102 (1996), ke 99 (1997), ke-105 (1998), dan ke-109 (1999). Menurut survei *Political and Economic Risk Consultant* (PERC), kualitas pendidikan di Indonesia berada pada urutan ke-12 dari 12 negara di Asia. Posisi Indonesia berada di bawah Vietnam. Data yang dilaporkan *The World Economic Forum Swedia* (2000), Indonesia memiliki daya saing yang rendah, yaitu hanya menduduki urutan ke-37 dari 57 negara yang disurvei di dunia. Dan masih

---

<sup>11</sup>Yoyon Bahtiar Irianto, *Pemasaran Pendidikan*, [http://file.upi.edu/direktori/fip/jur.\\_administrasi\\_pendidikan/196210011991021-yoyon\\_bahtiar\\_irianto/modul-5-pemasaran\\_pendidikan.pdf](http://file.upi.edu/direktori/fip/jur._administrasi_pendidikan/196210011991021-yoyon_bahtiar_irianto/modul-5-pemasaran_pendidikan.pdf), di akses pada 17/03/2015 pukul 10:16 wib

<sup>12</sup> Robert Suparto, 2010, *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas (Perceived Quality) Terhadap Citra Merek (Brand Image) Serta Dampaknya Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus: Sma Kristen Ketapang 1)*, <http://library.binus.ac.id/ecolls/ethesisdoc/bab1/2010-1-00424-mn%20bab%201.pdf>, diakses pada 10/04/2015 pukul 10:14 wib

menurut survei dari lembaga yang sama Indonesia hanya berpredikat sebagai follower bukan sebagai pemimpin teknologi dari 53 negara di dunia.<sup>13</sup> Pada tahun 2008 menunjukkan bagaimana daya saing Indonesia dalam persaingan global. Pada tahun 2008, peringkat daya saing Indonesia berdasarkan *Growth Competitiveness Index* berada di urutan ke-55 dari 134 negara. Prestasi Indonesia di 2008 tersebut relatif tidak mengalami kemajuan dibanding prestasi tahun 2007 yang berada di urutan 54 dari 131 negara.<sup>14</sup>

Selain itu kualitas pendidikan juga dapat dilihat dari data Balitbang<sup>15,16</sup> 2003 bahwa dari 146.052 SD di Indonesia ternyata hanya delapan sekolah saja yang mendapat pengakuan dunia dalam kategori *The Primary Years Program* (PYP). Dari 20.918 SMP di Indonesia ternyata juga hanya delapan sekolah yang mendapat pengakuan dunia dalam kategori *The Middle Years Program* (MYP) dan dari 8.036 SMA ternyata hanya tujuh sekolah saja yang mendapat pengakuan dunia dalam kategori *The Diploma Program* (DP). Hal ini dapat dilihat dari kualitas guru, sarana belajar, dan murid-muridnya.<sup>17</sup>

Berdasarkan data tersebut, diketahui secara umum, Indonesia menghadapi berbagai permasalahan menyangkut kualitas pendidikan yang

---

<sup>13</sup>Dedi P, *Hak Dan Kewajiban Warga Negara* (pasal 31 uud 1945), <http://dedi78.blogspot.com/2013/04/hak-dan-kewajiban-warga-negara-pasal-31.html> diakses pada 07/03/2015

<sup>14</sup>Euis Karwati, *Membangun Daya Saing Bangsa Melalui Pendidikan: Refleksi Profesionalisme Guru Di Era Globalisasi*, Disampaikan Dalam Seminar Internasional. [http://www.uninus.ac.id/data/data\\_ilmiah/membangun%20daya%20saing%20bangsa%20melalui%20pendidikan.pdf](http://www.uninus.ac.id/data/data_ilmiah/membangun%20daya%20saing%20bangsa%20melalui%20pendidikan.pdf), diakses pada tanggal 31/03/2015 pukul 09:38 wib

<sup>15</sup><http://edukasi.kompasiana.com/2014/08/19/rendahnya-kualitas-pendidikan-di-indonesia-669367.html>, diakses pada tanggal 09/03/2015

<sup>16</sup>Umi Kulsum, *Rendahnya Kualitas Pendidikan Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan UNNES 2013

<sup>17</sup>Halimatus Syadiyah, 2013, *Jurnal Ilmiah Kacaunya Pendidikan Di Indonesia*, Jurusan Kurikulum Dan Teknologi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang,

masih rendah, yang mengakibatkan daya saing bangsa, baik di tingkat regional ASEAN, terlebih lagi di tingkat dunia, kalah bersaing dengan negara lain. Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional tahun 2000, Mulyasa<sup>18</sup> mengungkapkan bahwa salah satu kelemahan sistem pendidikan nasional yang dikembangkan di tanah air adalah kurangnya perhatian pada output.

Sehingga menentukan sekolah yang terbaik untuk anak-anak merupakan keputusan penting bagi setiap orang tua.<sup>19</sup> Setiap orang tua memang seharusnya mencari sekolah terbaik atau kualitas bagi anaknya.<sup>20</sup> Sekolah nasional yang berkualitas tentunya harus memenuhi standar nasional pendidikan.<sup>21</sup> Standar Nasional Pendidikan menurut peraturan pemerintah nomor 19 tahun 2005 adalah kriteria minimal tentang sistem pendidikan di seluruh wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia. Standar nasional Pendidikan meliputi: standar kompetensi lulusan, standar isi, standar proses, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, serta standar penilaian.<sup>22</sup>

---

<sup>18</sup>Mulyasa E, *Standar Kompetensi Dan Sertifikasi Guru*, (pt remaja rosdakarya, 2006), hlm.23

<sup>19</sup>Barnawi & Mohammad Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), hlm. 7

<sup>20</sup>Arnoldi Zainal, *Analisis Pengaruh Dan Kepercayaan Orang Tua/Wali Murid Dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama Islam Untuk Putra-Putrinnya (Studi Pada Sma Islam Al-Azhar 12 Rawamangun)*, Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 11 Nomor 1 Maret 2013, hlm.156

<sup>21</sup>Barnawi & Mohammad Arifin, *Branded School.....*, hlm. 11

<sup>22</sup>Dedi Mulyasana, *Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing.....*, hlm. 146-147

Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan saat ini, menjadikan persaingan menjadi ketat.<sup>23</sup> Sekolah-sekolah bersaing untuk mendapatkan murid sebanyak-banyaknya tanpa melupakan mutu pendidikan.<sup>24</sup> Tetapi tidak dipungkiri dalam persaingan, banyak hal yang dilakukan setiap lembaga guna memenangkan persaingan. Ada yang menggunakan cara-cara yang kotor dan ada yang menggunakan cara-cara yang baik dalam memenangkan persaingan.<sup>25</sup> Potret atas tantangan lembaga pendidikan ke depan adalah adanya persaingan yang tinggi sehingga sangat banyak penawaran jasa lembaga pendidikan, meningkatnya tuntutan pelanggan atau siswa utamanya pada kualitas dan biaya, kemajuan teknologi komunikasi, informasi dan komputer yang merubah semua segi kehidupan, dan sebagainya.<sup>26</sup>

Keunggulan bersaing dalam pandangan Islam yang dikemukakan oleh Abidin menekankan keunggulan yang diciptakan bersifat hakiki. Keunggulan hakiki adalah keunggulan yang mampu membawa manusia memasuki surga yang disediakan Allah. Pada dasarnya keunggulan itu dapat menjadi alat untuk mencapai keunggulan akhirat.<sup>27</sup> Untuk dapat menciptakan keunggulan hakiki, Islam mengajarkan untuk menempatkan pesaing sebagai mitra ketimbang

---

<sup>23</sup>Much. Djunaidi, Ahmad Kholid Alghofari, Dwi Aprianti Rahayu, *Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajar Dengan Quality Function Deployment (Qfd)*, Surakarta: Jurnal Ilmiah Teknik Industri Volume 5 Nomor 2, 2006

<sup>24</sup>Muhammad Rois Rizal Nugroho, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Mewujudkan Brand Image Sma Al Islam 1 Surakarta*, <http://garden.iain-surakarta.ac.id/seg/detail/3794/strategi-komunikasi-humas-dalam-mewujudkan-brand-image-sma-al-islam-1-surakarta>, diakses pada tanggal 27/03/2015 pukul 7:35 wib.

<sup>25</sup>Dedi Mulyasana, *Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing.....*, hlm. 185

<sup>26</sup>Rozi, Nanang Fatkhur, 2007, *Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Abstrak Skripsi, Jurusan Manajemen Konsentrasi Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

<sup>27</sup>Abidin, Zainal D, *Tip-Tip Cemerlang Daripada Qur'an, Cet VIII*. (Kuala Lumpur: Pts Millennia, 2008), hlm.7



sebagai musuh yang harus diperangi, diangkat kejelekannya dan dihalangi langkah-langkahnya. Hal ini dipertegas dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 2:

وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان واتقوا الله إن الله شديد العقاب

“.....dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”<sup>28</sup>

Dan dalam Al-Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 70:

يأيتها الذين ءامنوا اتقوا الله وقلوا قولا سديدا

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar,”<sup>29</sup>

Dari ayat-ayat di atas jelas bahwa dalam meningkatkan daya saing, harus menjunjung tinggi kejujuran dan asas keadilan, menjauhi kecurangan, tidak menghalalkan segala cara di dalam menetapkan strategi persaingan dengan menjelekan kompetitor, melakukan fitnah terhadap pesaing dan melakukan kerjasama yang negatif untuk mencapai keuntungan salah satu pihak.<sup>30</sup>

<sup>28</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011), hlm.106

<sup>29</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Syamil Cipta Media, 2005), hlm.

<sup>30</sup>Kertajaya, Hermawan Dan Sula, Syakir M, *Syariah Marketing, Cet II*. (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hlm. 16

Sehingga untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka membangun *brand image* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi semakin kompetitifnya persaingan dalam upaya merekrut siswa. Dengan membangun *brand image* diharapkan lembaga pendidikan semakin kuat dan kemudian akan mempengaruhi calon siswa dalam memilih lembaga pendidikan.

Sekolah yang memiliki persepsi kualitas (*perceived quality*) yang baik dimata masyarakat *stakeholders* akan membentuk *brand image* (citra merek) yang kuat akan sekolah tersebut. Menurut Keller dalam Prengki Susanto<sup>31</sup>, “*brand image as perceptions about a brand as reflected by the brand association held in consumer memory*”. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti<sup>32</sup> berbagai asosiasi yang diingat oleh konsumen mengenai merek dapat dirangkai sehingga asosiasi tersebut dapat membentuk citra tentang merek atau *brand image*. Citra yang positif terdiri dari berbagai asosiasi yang berhubungan dengan kekuatan, kebaikan, dan keunikan dari merek dalam memori.

Istilah *brand* akan memberikan image kepala sekolah. Sekolah bagus, sekolah favorit, sekolah unggulan atau apapun namanya itu dinamakan dengan *brand image*. Kemampuan membangun *brand image* sekolah sangat penting agar pihak luar terutama masyarakat mengenal dengan baik sekolah tersebut. *Brand* bisa dibangun dengan sering mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar seperti pameran, kunjungan sosial, kerja bakti, study

---

<sup>31</sup> Dalam Prengki Susanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang*, Tingkap Vol. VIII No. I th. 2012, hlm. 69

<sup>32</sup> Rangkuti, Freddy, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 244

lapangan. Bisa juga dengan membuat spanduk yang diletakkan di jalan berisi prestasi siswa-siswinya. Hal ini bagus untuk membangun *image* sekolah memiliki kegiatan dan prestasi yang diunggulkan.<sup>33</sup> Dengan demikian maka sekolah yang memiliki *brand image* maka secara otomatis sekolah dapat bersaing dengan sekolah-sekolah unggul lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang berada dilingkungan pesantren dan SMA Negeri 3 Malang salah satu sekolah favorit di kota Malang yang berada di luar lingkungan pesantren. Dua sekolah formal yang jauh berbeda dari segi lingkungannya dan sistem manajemennya ini menarik peneliti untuk memahami dan mempelajari perkembangan bagaimana strategi yang dilakukan membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di sekolah tersebut.

SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo adalah lembaga pendidikan swasta yang berada dibawah naungan yayasan Nurul Jadid. Didirikan pada tanggal 15 Oktober 1970 berdasarkan surat keputusan Yayasan Nurul Jadid nomor : NDJ/B/XI/1970. Melalui pengelolaan yang berkesinambungan dan proses akreditasi, maka sejak tanggal 17 Desember 2007 SMA Nurul Jadid memperoleh peringkat terakreditasi A. Kini SMA Nurul Jadid menjadi salah satu lembaga pendidikan tingkat menengah atas yang diperhitungkan di kabupaten Probolinggo, yang ditunjang fasilitas pendidikan yang lengkap dan tenaga yang profesional.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Rofiul, 2008, *sekolah dan marketing*, <http://rofiul.blogdetik.com/2008/12/23/sekolah-dan-marketing/>, diakses pada tanggal 17/03/2015 pukul 15:30 wib.

<sup>34</sup> <http://smanj.sch.id/index.php/profil/sejarah-smanj>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

Sedangkan SMA Negeri 3 Malang merupakan Sekolah Menengah Atas favorit yang ada di jalan Sultan Agung Utara No. 7, Klojen, Malang. Standar Pendidikan yang diajarkan pada sekolah ini adalah berbasis internasional, Ngalamers. SMA ini pertama kali didirikan pada tanggal 8 Agustus 1952 yang dahulunya bernama SMA B-II Negeri Malang, namun seiring berjalannya waktu pada tahun 2002 resmi bernama SMA Negeri 3 Malang. SMA Negeri 3 Malang sukses melahirkan lulusan yang unggul dan berkualitas baik di tingkat nasional maupun internasional.<sup>35</sup> Dalam upaya memenuhi standar mutu pengelolaan pendidikan, mulai tahun ajaran 2007/2008 SMA Negeri 3 Malang telah menerima sertifikat standar manajemen mutu ISO 9001:2000 sebagai langkah awal untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan dan meraih pengakuan internasional.<sup>36</sup>

Berangkat dari permasalahan ini, maka penulis mengusulkan penelitian yang berjudul “**Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan**” dengan beberapa pertimbangan yang menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang. Pertama, SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo berada di dalam lingkungan Pesantren dan mampu menarik Minat masyarakat untuk mengenyam pendidikan disana.

SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo ini juga mampu bersaing dengan sekolah-sekolah formal yang berkualitas terbukti dari mengikut perlombaan-

---

<sup>35</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

<sup>36</sup> <http://informasimalang.weebly.com/sman-3-malang.html>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

perlombaan dari tingkat kabupaten, Nasional dan internasional dan mendapatkan juara. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo juga memiliki kualitas output yang berkualitas dan outcome diterima di perguruan tinggi di berbagai negara.

Kedua, di SMA Negeri 3 Malang telah mendapat predikat sekolah favorit di mata masyarakat. Lokasi sekolah yang sangat strategis di dalam satu kompleks yang dikenal dengan sebutan SMA Tugu bersama-sama dengan SMA Negeri 1 Malang dan SMA Negeri 4 Malang, tetapi SMA Negeri 3 Malang telah mampu bersaing dalam membangun *brand image* sekolahnya. SMA Negeri 3 Malang juga menyediakan berbagai program layanan pendidikan unggul, seperti Program kelas Akselerasi, *Success for Cambridge*, *International Competitions and Assessments for school (ICAS)*<sup>37</sup> dan melahirkan kualitas output dan outcome yang baik dan dapat bersaing di tingkat nasional dan internasional.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas maka peneliti memfokuskan pada Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo, dengan rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor-faktor pembentuk *brand image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo?

---

<sup>37</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/sma\\_negeri\\_3\\_malang](http://id.wikipedia.org/wiki/sma_negeri_3_malang), diakses pada tanggal 26/03/2015 pukul 08:23 wib

2. Bagaimana langkah-langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo?
3. Bagaimana dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka dalam penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan faktor-faktor pembentuk *brand image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
2. Mendeskripsikan langkah-langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
3. Mendeskripsikan dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan fokus masalah dan tujuan penelitian di atas maka manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini.

1. Manfaat teoritis
  - a. Untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan terhadap perkembangan ilmu manajemen pendidikan Islam yang dikaitkan dengan ilmu marketing.

- b. Sebagai bahan penelitian dalam strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah formal.
- c. Untuk dijadikan rujukan bagi penelitian lain yang lebih lanjut, untuk memberikan tawaran pemikiran, baik secara teori maupun praktik dalam bidang pendidikan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan gambaran tentang strategi sekolah dalam membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing.
- b. Dapat memberikan konsep serta analisa alasan tentang pentingnya membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing baik sekolah swasta di lingkungan pesantren dan sekolah negeri di luar lingkungan pesantren.

## E. Penegasan Istilah

### 1. Strategi

Strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktivitas-aktivitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya.<sup>38</sup>

Sedangkan dalam penelitian ini yang di maksud dengan strategi adalah suatu pola atau langkah-langkah yang direncanakan dan ditetapkan secara sengaja oleh kepala sekolah dalam membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah.

### 2. *Brand Image*

---

<sup>38</sup>Simamora, Henry, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: STIE TKPN, 1997), hlm. 38

Menurut Kotler dan Keller<sup>39</sup>, *Brand image* adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Sedangkan menurut Rangkuti<sup>40</sup>, *brand image* adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen.

Sedangkan dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *brand image* ini adalah sekumpulan asumsi positif yang ada di benak masyarakat terhadap suatu sekolah yang terbentuk dari berbagai informasi dari berbagai sumber dan sebagai salah satu langkah untuk meningkatkan daya saing menuju sekolah unggul.

### 3. Daya Saing

Daya saing adalah kekuatan untuk berusaha menjadi lebih dari yang lain atau unggul dalam hal tertentu baik yang dilakukan seseorang, kelompok maupun institusi tertentu.<sup>41</sup> Sedangkan dalam penelitian ini yang dimaksud dengan daya saing adalah sekolah yang menghasilkan kelebihan atau keunggulan dari segi manajemen, mutu, program unggulan, prestasi, output dan outcome sekolah yang dapat bersaing.

## F. Originalitas Penelitian

Penelitian yang membahas maupun yang fokus pada *brand image* kebanyakan dilakukan di dalam dunia bisnis atau marketing, sedangkan

<sup>39</sup>Kotler, P., dan Keller, K.L., *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 260

<sup>40</sup> Rangkuti, Freddy, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis....*, hlm. 244

<sup>41</sup> Hendrawan Prasetyo, *Dampak Kebijakan Akreditasi Perguruan Tinggi Terhadap Daya Saing (Competitiveness) Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Kebumen*, Jurnal Fokus Bisnis, Volume 13, No 01, Bulan Juli 2014, hlm. 2



penelitian *brand image* dalam bidang pendidikan masih relatif sedikit. Hal ini dapat diketahui dari hasil penelusuran peneliti dalam mengkaji hasil-hasil penelitian terdahulu. Adapun peneliti sebelumnya yang meneliti tentang *brand image* yaitu:

Tabel 1.1  
Fokus penelitian dan Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1	Khoirur Roziqin 2008, meneliti tentang “Responsive mahasiswa tentang <i>brand image</i> terhadap pemilihan Universitas Islam Negeri (UIN) Malang”.	Fokus penelitian ini adalah pengaruh antara variabel-variabel citra UIN Malang, citra konsumen dan citra jasa pendidikan terhadap pemilihan UIN Malang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, yakni citra UIN Malang, citra konsumen dan citra jasa pendidikan berpengaruh terhadap pemilihan mahasiswa terhadap UIN Malang.
2	Siti Ma’rifatul Hasanah 2012, meneliti tentang “Strategi Membangun <i>Brand Image</i> Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”.	Penelitian ini memfokuskan pada <i>brand image</i> UIN Maulana Malik Ibrahim Malang perspektif key stakeholders, strategi membangun <i>brand image</i> yang dilakukan oleh pimpinan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan kendala dan solusi yang dilakukan dalam membangun <i>brand image</i> UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.	Hasilnya menunjukkan bahwa : 1. <i>Brand image</i> UIN Malik Ibrahim dalam perspektif <i>key stakeholders</i> dipersepsikan sebagai universitas Islam yang mengintegrasikan agama dan sains, memadukan konsep pesantren dan universitas, memiliki lembaga pendalaman dan <i>tahfidzul al-Qur’an</i> , memiliki bangunan fisik yang baik dan layak sebagai universitas, memiliki banyak fakultas dan jurusan, dan memiliki program bilingual. 2. Strategi yang digunakan pimpinan untuk membangun <i>brand Image</i> terbagi menjadi menjadi 2 tahap. Pertama, formulasi strategi, berlandaskan QS. Al-Alaq ayat 1-5. Formulasi strategi adalah dasar strategi dan proses pembuatan formula untuk mencapai cita-cita besar yang diharapkan. Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi membaca (teks

			<p>dan konteks), menganalisis posisi lembaga, membuat rencana strategi (Renstra) pembangunan <i>brand belief</i>. Kedua, Implementasi strategi, berlandaskan QS. Al-Muddatsir ayat 1-7. Implementasi strategi berisi fase-fase gerakan implementasi dari formula yang disusun dalam Restra. Kegiatan implementasi lebih berfokus pada pengembangan SDM, pembentukan tata nilai dan budaya, serta menghubungkan kinerja SDM dengan organisasi. 3. Membangun <i>brand image</i> perguruan tinggi bersifat spesifikasi-kasuisistik, masing-masing lembaga memiliki kasus dan kendala yang berbeda sehingga memerlukan strategi dan solusi yang juga berbeda. Demikian pula UIN Maliki Malang, mengalami berbagai kendala dalam membangun <i>brand image</i>. Secara umum pimpinan mengungkapkan bahwa membangun jiwa dan pikiran besar, mindset positif, skill berkomunikasi, membangun tata nilai dan budaya organisasi yang kuat akan menjadi solusi dari berbagai kendala yang dihadapi.</p>
3	<p>Prengki Susanto, penelitian ini meneliti tentang “Pengaruh Kualitas pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang”.</p>	<p>Penelitian ini memfokuskan pada menganalisis pengaruh layanan akademik dan citra lembaga pada kepuasan mahasiswa Universitas Negeri Padang (UNP).</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan, kualitas pelayanan akademik memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, kualitas pelayanan akademik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, dan brand image lembaga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.</p>
4	<p>Iken Mety Wulandari 2013, meneliti tentang “Pengaruh <i>Brand</i></p>	<p>Penelitian ini memfokuskan pada adanya pengaruh variabel <i>brand</i></p>	<p>Hasil penelitian yang dilakukan, kedua variabel <i>brand image</i> dan lokasi sama-sama berpengaruh signifikan dan variabel paling</p>

<p><i>Image</i> dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember)''.</p>	<p><i>image</i> dan lokasi, variabel manakah dari <i>brand image</i> dan lokasi yang memberikan pengaruh terbesar (dominan) terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi.</p>	<p>dominan adalah variabel lokasi dengan presentase sebesar 44,1% terhadap keputusan calon mahasiswa melanjutkan studi di perguruan tinggi.</p>
---	---	---

Sedangkan dalam penelitian ini ingin memfokuskan pada, faktor-faktor pembentuk *brand image*, langkah-langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing, dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang

#### G. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan isi dari pembahasan penelitian ini, maka rincian isi dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB I :Pendahuluan, di dalamnya berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Penegasan Istilah, orisinalitas penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II :Bab ini menguraikan kajian pustaka yang berfungsi sebagai acuan teoritik dalam melakukan penelitian ini, dalam bab ini peneliti membahas tentang strategi membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan

BAB III :Membahas tentang metode penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data

penelitian, teknis pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

**BAB IV** :Paparan data dan hasil penelitian, dalam pembahasan ini berisi tentang objek penelitian yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian, profil lokasi penelitian, serta paparan data dari hasil penelitian.

**BAB V** :Pembahasan dari hasil penelitian, hal ini berarti pembahasan temuan penelitian yaitu tentang Strategi Membangun *Brand Image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang.

**BAB VI** :Berisi penutup yang meliputi simpulan, implikasi teoritis dan praktis serta saran yang diberikan kepada tempat penelitian dan bagi peneliti selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Konsep Strategi

##### 1. Pengertian Strategi

Kata “*strategy*” berasal dari kata kerja bahasa Yunani, yaitu “*stratego*” yang berarti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber efektif.<sup>42</sup> Sedangkan menurut Crown Dirgantoro mengemukakan bahwa strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti kepemimpinan dalam ketentaraan.<sup>43</sup> Pengertian tersebut berlaku selama perang berlangsung yang kemudian berkembang menjadi manajemen ketentaraan dalam rangka mengelola para tentara bagaimana melakukan mobilisasi pasukan dalam jumlah yang besar, bagaimana mengkoordinasi komando yang jelas dan sebagainya.

Secara umum strategi mempunyai pengertian “suatu garis-garis besar haluan yang bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan”.<sup>44</sup> Sementara dalam kamus ilmiah populer, istilah strategi diartikan ilmu siasat perang; muslihat untuk mencapai sesuatu.<sup>45</sup> Akan tetapi, dalam perkembangannya istilah strategi mulai diadopsi dan digunakan pada banyak konteks dengan makna yang tidak selalu sama.

---

<sup>42</sup>Azhar Arsyad, *Pokok Manajemen: Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan Dan Eksekutif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 26

<sup>43</sup>Crown Dirgantoro, *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus dan Implementasi*, (Jakarta: Grasindo, 2001), hlm. 5

<sup>44</sup>Syaiful Bahri Djamarah, Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Renika Cipta, 1997), hlm. 5

<sup>45</sup>Pius A Partano dan M. Dahlan Al-barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), hlm.727

Dalam dunia pendidikan, strategi<sup>46</sup> diartikan sebagai *a plan, method<sup>47</sup>, or sevice ofactivities designed to achieves a particular educational goal*. Kemudian istilah tersebut diimplementasikan dalam konteks pembelajaran yang diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu.

Makna strategi adalah upaya atau usaha yang terencana secara detail untuk mencapai suatu rencana yang telah ditentukan. Glueck mendefinisikan strategi sebagai suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategi organisasi dengan lingkungan yang dihadapinya, kesemuanya menjamin agar tujuan organisasi tercapai.<sup>48</sup> Pada tahap berikutnya definisi strategi tersebut diadopsi ke dalam bisnis menjadi sebagai berikut: Strategi adalah hal menetapkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya di dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar. Dengan kata lain, definisi strategi mengandung

---

<sup>46</sup>Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut. (kamus besar bahasa indonesia, departemen pendidikan nasional, balai pustaka, edisi ketiga cet i 2001), hlm 1092

<sup>47</sup>Metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki; cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.

<sup>48</sup>Glueck, William F, *Manajemen Strategi Dalam Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 1998), hlm. 6

dua komponen yaitu; *future intensions* atau tujuan jangka panjang dan *competitive advantage* atau keunggulan bersaing.<sup>49</sup>

Menurut Boyd dkk, mendefinisikan strategi sebagai berikut: “strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan direncanakan, pengalokasian sumber daya dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lainnya. Sedangkan menurut Laurence dan William mengatakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.<sup>50</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, jelaslah bahwa strategi itu merupakan sarana yang digunakan untuk memperoleh kesuksesan atau keberhasilan dalam mencapai tujuan akhir atau sasaran. Namun strategi bukan sekedar suatu rencana. Strategi merupakan rencana yang disatukan dan mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Di samping itu strategi menyeluruh meliputi seluruh aspek penting di dalam perusahaan, terpadu dimana semua bagian yang ada terencana serasi satu sama lain dan kesesuaian.

---

<sup>49</sup>Crown Dirgantoro, *Manajemen Strategik...*, hlm. 5.

<sup>50</sup>Laurence, R Joch & William F. Glucek, *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi ketiga, Terjemahan: Murad & AR. Henry Sitanggang, (Jakarta: Erlangga, 1998), hlm. 12.

Pada prinsipnya strategi dibagi menjadi tiga tahapan yaitu:

**a. Formulasi Strategi**

Formulasi strategi adalah pengembangan misi tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan lembaga pendidikan, pengembangan alternatif-alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadaptasi.<sup>51</sup>

Langkah-langkah formulasi strategik menurut Sharplin adalah:<sup>52</sup>

- 1) Menetapkan misi suatu lembaga pendidikan khususnya pengembangan mutu pendidikan.
- 2) Melakukan lingkungan eksternal lembaga pendidikan tentang hambatan dan dorongan dalam meningkatkan mutu pendidikan sesuai dengan kemampuan lembaga pendidikan.
- 3) Menetapkan arah dan sasaran lembaga pendidikan khususnya mutu pendidikan yang dicapai.
- 4) Menetapkan strategi yang akan digunakan.

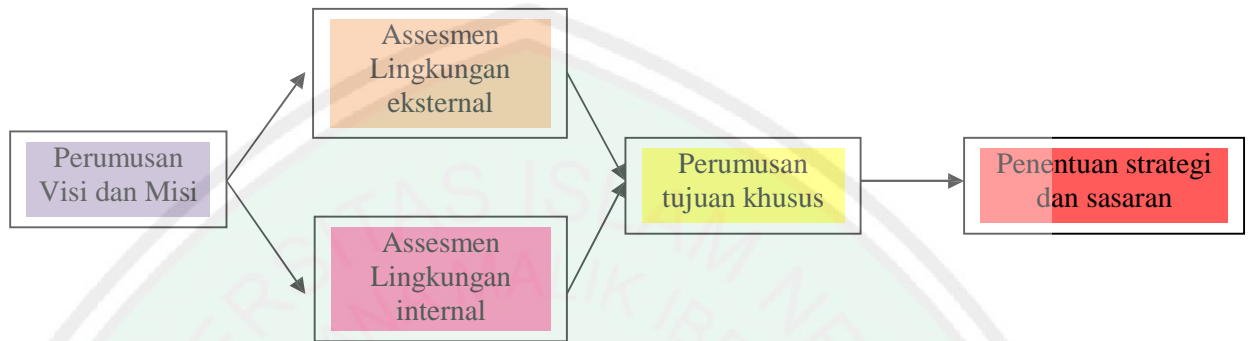
---

<sup>51</sup>Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik: Pengantar Prose Berfikir Strategik* (Bandung: Bina Rupa Aksara, 1996), hlm. 15.

<sup>52</sup>Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Mutu Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 131-132.



Proses formulasi strategi dapat dilihat pada gambar di bawah ini:<sup>53</sup>



Gambar 2.1  
Proses Formulasi Strategi

Sumber: Saiful Sagala (2007:134)

### b. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah tindakan mengimplementasikan strategi yang telah disusun ke dalam berbagai alokasi sumber daya secara optimal.<sup>54</sup> Dalam pelaksanaan implementasi strategi menggunakan informasi formulasi strategi untuk membantu dalam pembentukan tujuan-tujuan kinerja, alokasi, dan prioritas sumber daya.

Menurut Schendel dan Hofer dalam Syaiful Sagala menjelaskan bahwa implementasi strategi dicapai melalui alat administrasi yang dikelompokkan tiga kategori yaitu:<sup>55</sup>

- a) Struktur yaitu siapa yang bertanggung jawab terhadap apa, kepala sekolah bertanggung jawab kepada siapa.

<sup>53</sup> Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik...*, hlm. 134.

<sup>54</sup> Akdom, *Strategic Manajement For Educational Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 2.

<sup>55</sup> Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik...*, hlm. 139.

- b) Proses yaitu bagaimana tugas dan tanggung jawab itu dikerjakan masing-masing pendidik dan tenaga pendidik.
- c) Tingkah laku adalah perilaku yang menggambarkan motivasi, semangat kerja, penghargaan, disiplin, etika, dan sebagainya.

Implementasi strategi meliputi penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan lembaga pendidikan, memotivasi pendidik dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan.<sup>56</sup>

### **c. Evaluasi Dan Kontrol Strategi**

Evaluasi atau kontrol strategik mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh hasil dari pembuatan dan penerapan strategi termasuk mengukur kinerja individu dan lembaga pendidikan serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.

Dalam rangka mengetahui atau melihat seberapa jauh efektifitas dari implementasi strategik, maka diperlukan tahapan selanjutnya yaitu evaluasi. Evaluasi bertujuan untuk mengevaluasi strategik yang telah dijalankan meliputi; 1) mereview faktor internal dan eksternal yang merupakan dasar dari strategi yang ada, 2) menilai performan strategik, dan 3) melakukan langkah koreksi.

Pengendalian dan evaluasi strategik perlu dilakukan bagi lembaga dalam mengembangkan mutu pendidikan dengan beberapa alasan: 1) adanya perubahan kondisi dan situasi masyarakat serta perekonomian

---

<sup>56</sup>Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi...*, hlm. 16.

dimana masyarakat semakin berkembang, teknologi berubah dengan cepat dan munculnya peraturan-peraturan baru tentang pendidikan dan empat kompetensinya, 2) semakin rumit dan kompleksnya mutu pendidikan yang harus dikuasai akan membutuhkan suatu kontrol atau pengendalian yang lebih baik, dan 3) semakin terdesentralisasinya kekuasaan dan wewenang para manajer (kepala lembaga pendidikan) membutuhkan suatu alat untuk mengetahui aktifitas dan kinerja para bawahannya.<sup>57</sup>

## **B. Konsep *Brand Image* Dalam Pendidikan**

### **1. Pengertian *Brand***

Istilah *brand* berasal dari kata *brandr* yang berarti “*to brand*”, yaitu aktivitas yang sering dilakukan para peternak sapi di Amerika dengan memberi tanda pada ternak-ternak mereka untuk memudahkan identifikasi kepemilikan sebelum dijual ke pasar.<sup>58</sup>

Kotler berpendapat bahwa “*a brand is a name, term, sign, symbol, or design or a combination of them, intended to identity the goods or services of one seller or group of seller and to differentiate them from those competitors.*” Sementara itu, de Chernatony dan McDonald berpendapat bahwa “*brand is an identifiable product, service, person or place, augmented in such a way that the buyer or user perceives relevant, unique, sustainable added values which match their needs most closely.*”<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup>Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi...*, hlm. 140.

<sup>58</sup>Andi M Sadat, *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyaninan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 18

<sup>59</sup>Andi M Sadat, *Brand Belief...*, hal. 19

Menurut UU Merek No.15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1, *brand* (merek) adalah “tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”. Definisi ini memiliki kesamaan dengan definisi versi *American Marketing Association* yang menekankan peranan merek sebagai *identifier* dan *differentiator*. Berdasarkan kedua definisi ini, secara teknis apabila seorang pemasar membuat nama, logo atau simbol baru untuk sebuah produk baru, maka ia telah menciptakan sebuah merek.<sup>60</sup>

Sedangkan menurut penuturan Aaker, *brand* adalah nama dan atau simbol yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo, cap atau kemasan) untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual tertentu, serta membedakannya dari barang atau jasa yang dihasilkan para pesaing. Pada akhirnya, *brand* memberikan tanda mengenai sumber produk serta melindungi konsumen maupun produsen dari para pesaing yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm.2

<sup>61</sup>A.B. Susanto, Himawan Wijarnako, *Power Branding (Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya)*, (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2004), hlm. 6

*Brand* dapat memiliki enam level pengertian menurut kotler dalam Tjiptono<sup>62</sup>, yaitu:

a. Atribut

Sebuah merek menyampaikan atribut-atribut tertentu, misalnya Mercedes mengisyaratkan tahan lama, berkualitas, mahal, nilai Jual kembali yang tinggi, cepat dan sebagainya.

b. Manfaat

Merek bukanlah sekedar sekumpulan atribut, karena yang dibeli konsumen adalah manfaat bukannya atribut. Atribut harus diterjemahkan ke dalam manfaat-manfaat fungsional dan/atau emosional.

c. Nilai-nilai

Merek juga menyatakan nilai-nilai produsennya: contohnya Mercedes berarti kinerja tinggi, keamanan, prestise, dan sebagainya.

d. Budaya

Merek juga mungkin mencerminkan budaya tertentu. Mercedes mencerminkan budaya Jerman, yaitu terorganisasi rapi, efisien dan berkualitas tinggi kepribadian.

e. Kepribadian

Merek juga dapat memproyeksikan kepribadian tertentu. Apabila merek itu menyangkut orang, bintang atau objek, apa yang akan terbayangkan? Mercedes memberi kesan pimpinan yang baik (orang), singa yang berkuasa (binatang), atau istana yang megah (objek)

---

<sup>62</sup>Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm. 104

f. Pemakai

Merek memberikan kesan mengenai jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produknya. Misalnya kita akan heran bila kita melihat seorang sekretaris berusia 19 tahun mengendarai mercedes. Kita cenderung menganggap yang wajar pengemudinya seorang eksekutif puncak berusia separuh baya.

Dari berbagai definisi di atas, jika ditarik dalam dunia pendidikan bahwa *brand* adalah suatu nama, istilah, symbol, tanda, desain kombinasi dari semua yang digunakan untuk mengidentifikasi produk dan membedakan produk sekolah dengan produk pesaing. *Brand* sekolah sejatinya ditentukan oleh *stakeholders* sekolah dengan kepala sekolah sebagai pimpinan utamanya. *Brand* merupakan cita-cita besar sekolah yang harus diperjuangkan. *Brand* tidak bisa lepas dari visi dan misi sekolah karena pada hakikatnya *brand* merupakan sistem nilai yang dibangun sehingga menjadi label bagi sekolah.<sup>63</sup>

## 2. Manfaat *Brand*

Menurut Keller dalam fandy Tjibtono,<sup>64</sup> merek bermanfaat bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen, merek berperan penting sebagai:

- a. Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.

---

<sup>63</sup>Barnawi Dan Mohammad Arifin, *Branded School*....., hlm. 155

<sup>64</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*....., hlm. 20

- b. Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik. Merek bisa mendapatkan perlindungan properti intelektual. Nama merek bisa diproteksi melalui merek dagang terdaftar (registered trademarks), proses pemanufakturan bisa dilindungi melalui hak cipta (copyrights) dan desain. Hak-hak properti intelektual ini memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat berinvestasi dengan aman dalam merek yang dikembangkannya dan meraup manfaat dari aset bernilai tersebut.
- c. Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu. Loyalitas merek seperti ini menghasilkan *predictability* dan *security* permintaan bagi perusahaan dan menciptakan hambatan masuk yang menyulitkan perusahaan lain untuk memasuki pasar.
- d. Sumber menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
- e. Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.
- f. Sumber *financial returns*, terutama menyangkut pedapatan masa datang

Kemudian bagi konsumen, menurut Keller dalam Fandy Tjiptono<sup>65</sup> mengemukakan 7 manfaat pokok merek bagi konsumen, yaitu sebagai identifikasi sumber produk; penetapan tanggung jawab pada pemanufaktur atau distributor tertentu; pengurang resiko; penekanan biaya pencarian

---

<sup>65</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*....., hlm. 21

(*search costs*) internal dan eksternal; janji atau ikatan khusus dengan produsen; alat simbolis yang memproyeksi citra diri; dan signal kualitas.

Menurut Andi M. Sadat,<sup>66</sup> yang ditarik dalam dunia pendidikan bahwa merek-merek yang kuat akan memberikan jaminan kualitas dan nilai yang tinggi kepada *stakeholders*, yang akhirnya juga berdampak luas terhadap institusi pendidikan. Berikut ini terdapat beberapa manfaat merek yang dapat diperoleh *stakeholders* dan institusi pendidikan.

Tabel 2.1  
Manfaat Merek bagi *Stakeholders* dan Institusi Pendidikan

<i>Stakeholders</i>	Institusi Pendidikan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek sebagai sinyal kualitas</li> <li>• Mempermudah proses/memandu <i>stakeholders</i></li> <li>• Alat mengidentifikasi produk</li> <li>• Mengurangi resiko</li> <li>• Memberi nilai psikologis</li> <li>• Dapat mewakili kepribadian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Magnet institusi pendidikan</li> <li>• Alat proteksi dari para imitator</li> <li>• Memiliki segmen institusi pendidikan yang loyal</li> <li>• Membedakan produk dari pesaing</li> <li>• Mengurangi perbandingan harga sehingga dapat dijual premium</li> <li>• Memudahkan penawaran produk baru</li> <li>• Bernilai finansial tinggi</li> <li>• Senjata dalam kompetisi</li> </ul>

Sumber: Diadaptasi dari Ambler<sup>67</sup>

Tabel 2.2  
Manfaat-manfaat Merek

No	Manfaat Merek	Deskripsi
1	Manfaat ekonomik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek merupakan sarana bagi perusahaan untuk saling bersaing memperebutkan pasar.</li> <li>• Konsumen memilih merek berdasarkan value for money yang ditawarkan berbagai macam merek.</li> <li>• Relasi antara merek dan konsumen dimulai dengan penjualan. Premium harga bisa berfungsi layaknya asuransi risiko bagi perusahaan. Sebagian besar konsumen lebih</li> </ul>

<sup>66</sup>Andi M Sadat, *Brand Belief*...., hlm. 21

<sup>67</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*....., hlm. 23



		suka memilih penyedia jasa yang lebih mahal namun diyakininya bakal memuaskannya ketimbang memilih penyedia jasa lebih murah yang tidak jelas kinerjanya.
2	Manfaat fungsional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek memberikan peluang bagi deferensiasi. Selain memperbaiki kualitas (diferensiasi vertikal), perusahaan-perusahaan juga memperluas mereknya dengan tipe-tipe produk baru (diferensiasi horizontal).</li> <li>• Merek memberikan jaminan kualitas. Apabila konsumen membeli merek yang sama lagi, maka ada jaminan bahwa kinerja merek tersebut akan konsisten dengan sebelumnya.</li> <li>• Pemasar merek berempati dengan para pemakai akhir dan masalah yang akan diatasi merek yang ditawarkan.</li> <li>• Merek memfasilitasi ketersediaan produk secara luas.</li> <li>• Merek memudahkan iklan dan <i>sponsorship</i></li> </ul>
3	Manfaat Psikologis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek merupakan penyederhanaan atau simplikasi dari semua informasi produk yang perlu diketahui konsumen.</li> <li>• Pilihan merek tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional. Dalam banyak kasus, faktor emosional (seperti gengsi dan citra sosial) memainkan peran dominan dalam keputusan pembelian</li> <li>• Merek bisa memperkuat citra diri dan persepsi orang lain terhadap pemakai/pemilikinya</li> <li>• Brand symbolism tidak hanya berpengaruh pada persepsi orang lain, namun juga pada identitas diri sendiri dengan objek tertentu</li> </ul>

Sumber: Diadaptasi dari Ambler<sup>68</sup>

### 3. Elemen-Elemen *Brand*

Sebuah brand memiliki beberapa elemen atau identitas, baik yang bersifat *tangible* (nyata) maupun *intangible* (tidak nyata). Secara garis besar elemen-elemen tersebut bisa dijabarkan menjadi nama merek (*brand names*), URL (*Uniform Resource Locarors*), logo, simbol, karakter, juru

<sup>68</sup> Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy.....*, hlm. 23

bicara, slogan, jingles, kemasan, dan signage.<sup>69</sup> Elemen-elemen merek secara lebih rinci akan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 2.3  
Elemen-elemen *Brand*

No	Elemen tangible dan visual	Elemen Intangible
1	Simbol dan Slogan	Identitas, merek korporat, komunikasi terintegrasi, relasi pelanggan
2	Nama, logo, warna, brand mark, dan slogan iklan	-----
3	Nama, merek dagang	Positioning, komunikasi merek
4	Kapabilitas fungsional, nama, proteksi hukum	Nilai simbolis, layanan, tanda kepemilikan, <i>shorthand notation</i>
5	Fungsionalitas	Representasionalitas
6	Kehadiran dan kinerja	Relevansi, keunggulan, ikatan khusus (bond)
7	Nama unik, logo, desain grafis dan fisik	-----
8	Bentuk fisik	Kepribadian, relasi, budaya, refleksi, citra diri
9	Nilai Fungsional	Nilai sosial dan personal

Sumber: Fandy Tjiptono (2005)

Ada 5 kriteria yang harus diperhatikan dalam pemilihan elemen merek, diantaranya *Memorable, Meaningful, Transferability, Adaptability, Protectability*. Masing-masing kriteria di jelaskan sebagai berikut:<sup>70</sup>

a. *Memorable*

Artinya elemen merek yang dipilih hendaknya yang mudah diingat, dan disebut/diucapkan. Simbol, logo, nama yang digunakan hendaknya menarik, unik sehingga menarik perhatian masyarakat untuk diingat dan di konsumsi.

<sup>69</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*....., hlm. 4

<sup>70</sup>Keller Dalam *The Official Mim Academy*....., hlm. 82

b. *Meaningful*

Artinya elemen merek hendaknya mengandung sebuah makna maupun penjelasan/deskripsi dari produk atau jasa. Diharapkan makna ini dapat mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa tersebut.

Deskripsi makna yang terkandung dapat berupa informasi umum tentang kategori dan isi dari produk atau jasa dan informasi tentang komposisi penting yang ditonjolkan produk dan manfaat dari produk atau jasa.

c. *Transferability*

Elemen merek bersifat mobile, baik dari sisi kategori produk maupun batasan geografis atau budaya.

d. *Adaptability*

Artinya elemen merek dapat dimengerti dan tetap dapat diterima oleh daerah/pasar, bahkan budaya lain. Nama yang digunakan hendaknya tidak sulit untuk diterjemahkan. Seringkali pemilihan elemen merek mudah diingat oleh masyarakat lokal, namun sangatlah sulit dimengerti oleh masyarakat lain. Hal ini tentunya akan menghambat produsen untuk masuk dalam pasar yang baru.

e. *Protectability*

Artinya elemen brand tersebut sah menurut hukum dan undang-undang yang berlaku, sehingga berada di bawah perlindungan hukum.

Nama merek (*brand name*) merupakan salah satu dari sekian elemen merek, dalam menentukan nama merek bisa didasarkan pada sejumlah aspek,<sup>71</sup> diantaranya:

- a. Nama orang, misalnya pemilik, pendiri, manajer, mitra bisnis atau orang lain yang diasosiasikan dengan produk. Secara historis, praktek *person-based brands* merupakan norma umum yang berlaku dalam sejumlah bisnis. Seperti jasa pengacara, akuntan public, konsultan, dan dokter.
- b. Nama tempat (*geographic brand names*) baik tempat asal ditentukannya, dikembangkannya maupun tempat dijualnya produk atau jasa bersangkutan.
- c. Nama ilmiah yang diciptakan (*invented scientific names*), biasanya dari bahasa Yunani atau Latin.
- d. Nama “status” (*status names*), contohnya Crown Piano, Victor Bicycles, dll.
- e. “*Good Association names*”, contohnya Ivory Soap, Quarter Oacks, Sunlight, dan lain-lain.
- f. *Artificial names*, yang bisa jadi tidak mengandung makna khusus, contohnya: Kodak dan Uneeda Biscuit.
- g. *Discriptive names*, yaitu nama merek yang menggambarkan manfaat atau aspek kunci produk.
- h. *Alphabet-numeric brands names*, yakni nama merek yang mengandung unsur angka, baik dalam bentuk digit maupun tertulis.

---

<sup>71</sup> Paiva Dan Costa, Dalam Fandy Tjiptono, *Brand Manajement And Strategy*....., hlm.

#### 4. Pengertian *Image*

Image terbentuk dari bagaimana lembaga melaksanakan kegiatan operasional yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. Image juga terbentuk berdasarkan impresi dan berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu, sehingga membangun suatu sikap mental.<sup>72</sup>

Kotler<sup>73</sup> menyatakan bahwa image konsumen yang positif terhadap suatu *brand* lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian. *Brand* yang baik juga menjadi dasar untuk membangun citra lembaga yang positif. Menurut Kotler dan Keller<sup>74</sup>, *image* (citra) adalah kepercayaan, ide dan kesan yang dipegang oleh seseorang terhadap sebuah objek. Sebagian besar sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek di pengaruhi oleh image suatu objek. Menurut Buchari Alma adalah kesan, impressi, perasaan atau persepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu objek, orang atau lembaga.<sup>75</sup>

Sedangkan Menurut Levitt mengatakan bahwa *image is the impression, feeling, the conception which the public has of a company or organization, a conditionally created of an object, person or organization*. Artinya: *image* adalah merupakan sebuah apresiasi, perasaan yang ada pada publik mengenai perusahaan atau lembaga, mengenai suatu objek, orang atau lembaga. Image ini tidak dapat dicetak seperti mencetak barang di pabrik,

---

<sup>72</sup>Buchori Alma, *Manajemen Corporate & Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung:Alfabeta), hlm. 55

<sup>73</sup>Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, (Jakarta: PT. Prehellindo, 2002), hlm.625

<sup>74</sup>Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran....*, hlm. 607

<sup>75</sup>Buchari Alma Dikutip Dalam Jurnal Manajemen, Membangun Brand Image Produk, <http://www.brandimageproduk.jurnalmanajemen.com>. diakses pada 25/03/2015 pukul 16:05

tetapi image ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan, pemahaman seseorang tentang sesuatu.<sup>76</sup>

*Image* akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain. Dalam kesibukan kita sehari-hari jangan melupakan keadaan fisik, keterampilan, fasilitas, kantor, karyawan dan yang melayani publik harus selalu dalam garis dengan satu tujuan memuaskan konsumen. Katakan pada mereka apa yang kita perbuat untuk menjaga agar mereka selalu puas, diperbaiki di masa yang akan datang. *Image* merupakan realitas, oleh karena itu jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, ketidakpuasan akan muncul dan akhirnya konsumen mempunyai persepsi yang buruk terhadap *image* organisasi.<sup>77</sup>

Sikap mental inilah yang nantinya dipakai sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan, karena *image* dianggap mewakili totalitas pengetahuan seseorang terhadap sesuatu. Lembaga pendidikan dan lembaga non-profit lainnya, mencari dana yang diperlukan untuk membiayai organisasi. Dana ini diperoleh dari orang-orang yang berhubungan dengan organisasi. Oleh sebab itu, agar dana lebih mudah mengalir maka perlu dibentuk *image* yang baik terhadap organisasi.<sup>78</sup> Masalah *image* ini pada seseorang tentang organisasi mungkin saja tidak tepat, karena apa yang dialaminya tidak sama dengan apa yang dialami oleh orang lain. Di sinilah

---

<sup>76</sup>Levitt, *The Marketing Imagination*, (London: The Free Press, 1983), hlm. 55

<sup>77</sup>Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 3, 2003), hal. 332

<sup>78</sup>Ara Hidayat, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah*, (Yogyakarta: Pustaka Eduka, 2010), hal. 258

perlunya organisasi harus setiap saat memberi informasi yang diperlukan oleh publik.

Berdasarkan uraian di atas, maka lembaga pendidikan harus berusaha menciptakan *image* positif di hati masyarakat. *Image* inilah yang nantinya akan menggiring masyarakat untuk menentukan apakah mereka akan memasukkan putra putrinya ke sekolah tersebut atau sebaliknya. Penumbuhan *image* positif membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi terbentuknya *image*, yaitu antara lain reputasi akademik, tampilan sekolah, biaya, atensi personal, lokasi, penempatan karir, aktivitas sosial, dan program studi. Semua komponen tersebut itulah kelak yang akan membentuk *image* terhadap lembaga pendidikan dan semestinya mendapat perhatian khusus bagi manajemen sekolah.<sup>79</sup>

*Image* positif mengandung arti kredibilitas suatu organisasi atau lembaga dimata publik adalah baik. Kredibel ini mencakup dua hal, yaitu : (1). Kemampuan dalam memenuhi kebutuhan, harapan, maupun kepentingan publik; (2). Kepercayaan untuk tetap komitmen menjaga kepentingan bersama untuk mewujudkan investasi sosial, yaitu program-program yang ditujukan untuk kesejahteraan sosial.

*Image* lembaga pendidikan bukan hanya dilakukan oleh humas, tetapi perilaku seluruh yang tergabung dalam lembaga baik itu publik internal atau eksternal lembaga ikut andil dalam pembentukan *image* lembaga

---

<sup>79</sup>Fahrurrozi, *Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam*, (Semarang, 2012), hal. 35

pendidikan. Dengan kata lain, image lembaga pendidikan adalah image keseluruhan yang dibangun dari semua komponen seperti kualitas lulusan, keberhasilan pengelolaan, kesehatan ruangan, perilaku anggota organisasi, tanggung jawab sosial. Image positif terhadap suatu lembaga merupakan langkah penting menggapai reputasi maksimal lembaga di khalayak publik.

*Image* suatu lembaga, terutama lembaga pendidikan dimulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media publik baik yang visual, audio, maupun visual. Identitas dan *image* lembaga juga dalam bentuk non fisik seperti nilai-nilai dan filosofi yang dibangun, pelayanan, gaya kerja, dan komunikasi internal maupun eksternal.

Identitas lembaga akan memancarkan *image* kepada publik antara lain di mata pengguna, komunitas, media, penyumbang dana, staf, dan juga pemerintah sehingga jadilah *image* lembaga. Karena itu, *image* lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, adapun area yang dimaksud yaitu:

- 1) Produk (kualitas lulusan).
- 2) Kerjasama, tepat waktu, keahlian yang beragam, semangat keanggotaan.
- 3) Ruang kantor, ruang informasi, laborat.
- 4) Iklan, hubungan perseorangan, brosur, program-program identitas lembaga.<sup>80</sup>

*Image* yang baik dari suatu organisasi merupakan aset, karena *image* mempunyai dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi

---

<sup>80</sup>Rachmat Kriyanto, *Public Relation Writing : Membangun Publik Relation Membangun Citra Corporate*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 11



organisasi dalam berbagai hal. *Gronroos* mengidentifikasi terhadap empat peran *image* bagi organisasi meliputi :

- 1) *Image* menceritakan harapan, bersama dengan kampanye pemasaran eksternal, seperti periklanan, penjualan pribadi dan komunikasi dari mulut ke mulut. *image* mempunyai dampak adanya pengharapan. *Image* yang positif lebih memudahkan bagi organisasi untuk berkomunikasi secara efektif, tetapi *image* yang negatif sebaliknya.
- 2) *Image* adalah sebagai penyaringan yang mempengaruhi pada kegiatan perusahaan atau lembaga. Jika *image* baik, maka *image* menjadi pelindung. Perlindungan hanya efektif untuk kesalahan-kesalahan kecil pada kualitas teknik dan fungsional yang tidak berakibat fatal, biasanya *image* masih mampu menjadi pelindung dari kesalahan itu.
- 3) *Image* adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen. Ketika konsumen membangun harapan dan realitas pengalaman dalam bentuk pelayanan teknis maupun fungsional memenuhi *image* atau melebihi *image* maka kepercayaan masyarakat bertambah.
- 4) *Image* mempunyai pengaruh penting bagi manajemen, dengan kata lain *image* mempunyai dampak internal bagi lembaga, karena *image* yang positif maupun negatif sangat sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan.<sup>81</sup>

Dalam konteks diatas, membangun hubungan pelanggan yang baik membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk dan jasa yang

---

<sup>81</sup>Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran.....*, hlm. 199

baik, menetapkan harga untuk produk dan jasa itu secara atraktif, dan menyediakan produk dan jasa itu sebagai pelanggan sasaran. Organisasi juga harus mengkomunikasikan preposisi nilai lembaga kepada pelanggan. Segala bentuk komunikasi harus direncanakan dan dipadukan kedalam program komunikasi pemasaran yang diintegrasikan secara cermat.

### 5. Jenis-Jenis dan Urgensi *Image*

Adapun jenis-jenis citra yang ada dalam lembaga atau organisasi adalah sebagai berikut:

- a. Citra Bayangan. Citra melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
- b. Citra yang berlaku. Kebalikan dari citra bayangan, citra yang berlaku ini suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c. Citra harapan. Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak lembaga. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya.
- d. Citra lembaga. Citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas lembaga pendidikan dan pelayanannya saja. Citra lembaga ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu lembaga adalah sejarah atau riwayat hidup lembaga pendidikan yang gemilang, keberhasilannya dan sebagainya.

Frank Jefkins, dalam bukunya *Public Relations* dan buku lainnya *Essential of Public Relations* yang dikutip oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro

A Mengemukakan jenis-jenis citra, antara lain:

- a. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaan.
- b. *The Current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dalam pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image*.
- c. *The wish image* (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
- d. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.<sup>82</sup>

Sedangkan jika ditarik kepada lembaga pendidikan, menurut Buchori Alma membagi unsur-unsur citra dalam tiga bagian, antara lain;

- a. *Mirror Image*, yaitu suatu lembaga pendidikan harus mampu melihat sendiri bagaimana citra yang mereka tampilkan dalam melayani publiknya. Lembaga harus dapat mengevaluasi penampilan mereka

---

<sup>82</sup>Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 117

apakah sudah maksimal dalam memberi layanan atau masih dapat ditingkatkan lagi.

- b. *Multiple Image*, adakalanya anggota masyarakat memiliki berbagai citra terhadap perusahaan atau lembaga pendidikan, misalnya sudah ada yang merasa puas, bagus dan ada yang masih banyak kekurangan dan perlu diperbaiki. Ada yang merasa puas untuk sebagian layanan, dan tidak merasa puas dengan beberapa sektor yang lain.
- c. *Current Image*, yaitu bagaimana citra terhadap lembaga pendidikan pada umumnya. *Current Image* perlu diketahui oleh seluruh karyawan lembaga pendidikan sehingga dimana ada kemungkinan citra secara umum ini dapat diperbaiki.<sup>83</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka sebuah lembaga pendidikan harus berusaha menciptakan citra positif sehingga masyarakat dapat membuat keputusan untuk memasukkan putra-putri mereka masuk ke lembaga pendidikan yang bersangkutan. Sebuah kepercayaan atau sebuah keinginan bahwa orang tua wali murid tidak salah dalam memasukkan putra-putri mereka kepada lembaga pendidikan tersebut.

## 6. Proses Pembentukan *Image*

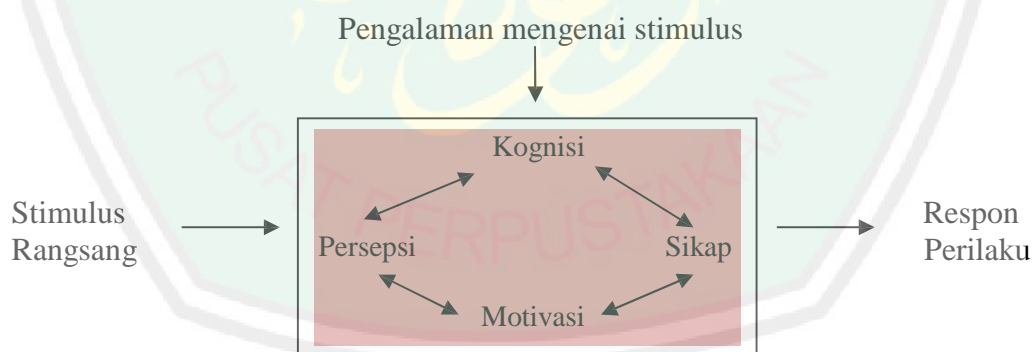
*Image* adalah kesan yang diperoleh dari seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek tersebut. Solomon, dalam rakhmat yang dikutip oleh Soleh Soemirat menyatakan semua sikap

---

<sup>83</sup>Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan.....*, hlm. 92-93.

bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.<sup>84</sup>

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh Jhon S. Nimpoeno, dalam rangka penelitian tentang tingkah laku konsumen, dalam Danasaputra yang dikutip soleh soemirat, sebagai berikut:



Gambar 2.2  
Model Pembentukan Citra

<sup>84</sup>Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations.....*, hlm. 114

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Stimulus (rangsangan) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak.<sup>85</sup>

Citra lembaga terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Persepsi, kognisi, motivasi, sikap diartikan citra individu terhadap rangsang. Ini disebut sebagai “*Picture in our head*” oleh Walter Lipman.<sup>86</sup>

Dalam kaitannya proses pembentukan citra maka dalam strategi memerlukan beberapa tahapan pencitraan lembaga, adapun tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut;

- 1) Pembentukan persepsi segmen sasaran. Langkah pertama upaya membentuk citra segmen sasaran tentang jati diri sekolah atau lembaga pendidikan adalah menciptakan citra yang akan dipopulerkan.
- 2) Memelihara persepsi segmen sasaran. Apabila sekolah berhasil membentuk persepsi segmen sasaran terhadap jati diri mereka, tugas sekolah selanjutnya adalah memelihara persepsi tersebut. Apabila tidak dipertahankan dengan baik, citra sekolah atau lembaga pendidikan di mata masyarakat akan turun, bahkan dilupakan.
- 3) Merubah persepsi segmen sasaran yang kurang menguntungkan. Sekolah atau lembaga pendidikan yang dikelola secara profesional akan berusaha keras merubah segmen sasaran yang tidak menguntungkan.

---

<sup>85</sup>Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*....., hlm. 115

<sup>86</sup>Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*....., hlm. 115

## 7. Pengertian *Brand Image*

Berdasarkan pengertian *brand* dan *image* maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *brand image* adalah sekumpulan asumsi yang ada di benak konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari berbagai informasi dari berbagai sumber. Menurut beberapa para ahli, pengertian *brand image* adalah:

*Brand image* menurut Kotler dan Amstrong, adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu.<sup>87</sup> Menurut Rangkuti<sup>88</sup>, *Brand Image* Adalah sekumpulan Asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Menurut Kotler dan Keller<sup>89</sup>, *Brand Image* adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Sedangkan Aaker<sup>90</sup> menyatakan “*Brand association is anything linked in memory to a brand*”. Pengertian ini menunjukkan bahwa asosiasi merek adalah sesuatu yang berhubungan dengan merek dalam ingatan konsumen.

*Brand image* atau citra merek dalam hal ini adalah citra dari suatu lembaga pendidikan. Pencitraan yang baik maka suatu sekolah akan mendapatkan nilai positif di mata konsumen. Selanjutnya, dari pandangan

---

<sup>87</sup>Kotler, Philip Dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001), hlm. 225

<sup>88</sup>Rangkuti, Freddy, *The Power Of Brand.....*, hlm. 244

<sup>89</sup>Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane....., hlm. 260

<sup>90</sup>Aaker, D.A. *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. (New York: The Free Press, 1991), hlm. 109

yang positif tersebut konsumen secara otomatis akan timbul pemikiran di benak konsumen bahwa sekolah tersebut memiliki kualitas yang baik.

Membangun *brand image* dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai cara memperoleh kemuliaan, Allah berfirman dalam QS. Al-Fathir: 10, yang berbunyi:

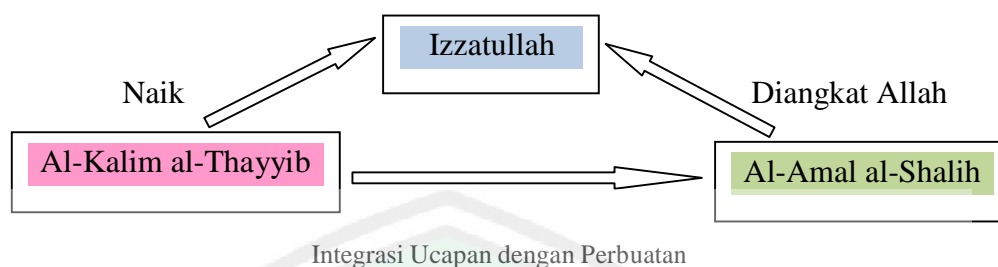
من كان يريد العزة فلله العزة جميعاً<sup>ج</sup> إليه يصعد الكلم الطيب والعمل  
الصلح يرفعه<sup>ج</sup> والذين يمكرون السيئات لهم عذاب شديد<sup>ط</sup> ومكر  
أوليئِكَ هو يبور<sup>ب</sup>

“Barangsiapa yang menghendaki kemuliaan, Maka bagi Allah-lah kemuliaan itu semuanya. kepada-Nyalah naik perkataan-perkataan yang baik dan amal yang saleh dinaikkan-Nya. dan orang-orang yang merencanakan kejahatan bagi mereka azab yang keras. dan rencana jahat mereka akan hancur.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa segala kemuliaan hanya milik Allah SWT. Dan manusia yang menghendaki kemuliaan hendaknya memenuhi dua persyaratan, yaitu melakukan ‘al-kalim al-thayib’ dan ‘al-amal al-shalih’.<sup>91</sup> Jika digambarkan, maka formulasi untuk mendapatkan kemuliaan adalah sebagai berikut:

<sup>91</sup>Siti Ma'rifatul Hasanah, *Strategi Membangun Brand Image Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)*, (Tesis: UIN Malang, 2012), hlm 68





Gambar 2.4

Sumber : Siti Ma'rifatul Hasanah (2012)

Dari ayat di atas jika ditarik dalam pendidikan maka sekolah dalam proses membangun *brand image*, kepala sekolah bertujuan mencapai kualitas yang menyeluruh, keberhasilan jangka panjang, perkembangan maju ke arah yang lebih baik secara kontinu dan terus menerus dengan tujuan memuaskan siswa.

### 8. Faktor-Faktor Yang Membentuk *Brand Image*

Menurut Schiffman dan Kanuk menyebutkan faktor-faktor pembentuk brand image adalah sebagai berikut:<sup>92</sup>

- a. Kualitas dan mutu, berkaitan dengan kualitas produk dan barang yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu.
- b. Dapat dipercaya dan diandalkan, berkaitan dengan pendapatan atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu produk yang dikonsumsi.
- c. Kegunaan atau manfaat, yang berkaitan dengan fungsi dari suatu produk barang yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen.

<sup>92</sup>Nurul Afida, *Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Loyalitas Konsumen*, Skripsi, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah, IAIN-Sunan Ampel Surabaya, 2010, hlm. 20

- d. Pelayanan, yang berkaitan dengan besar kecilnya akibat atau untung dan rugi yang mungkin dialami oleh konsumen.
- e. Harga, yang dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mempengaruhi suatu produk, juga dapat mempengaruhi image yang panjang.
- f. *Image*, yang dimiliki merek itu sendiri, yaitu berupa pelanggan, kesepakatan dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek dari produk tertentu.

Sedangkan menurut referensi yang lain faktor-faktor pendukung terbentuk *brand image* dalam keterkaitannya dengan asosiasi merek adalah:<sup>93</sup>

- a. *Favorability of brand association*/keunggulan asosiasi merek, salah satu faktor pembentuk brand image adalah keunggulan produk, dimana produk tersebut unggul dalam persaingan.
- b. *Strangth of brand association/familiarity of brand association*/kekuatan asosiasi merek, setiap merek yang berharga mempunyai jiwa, suatu kepribadian khusus adalah kewajiban mendasar bagi pemilik merek untuk dapat mengungkapkan, mensosialisasikan jiwa/kepribadian tersebut dalam satu bentuk iklan, ataupun bentuk kegiatan promosi dan pemasaran lainnya. Hal itulah yang akan terus menerus menjadi penghubung antara produk/merek dengan konsumen. Dengan demikian merek tersebut akan cepat dikenal dan akan tetap terjaga ditengah-tengah

---

<sup>93</sup>Michael Riwuh Kaho, 2009, *Membangun Brand Image Perusahaan*, Jurnal Blog Akademik Dari <http://dukonbesar.blogspot.com/2010/06/membangun-brand-image-perusahaan.html> diakses pada tanggal 25/03/2015 pukul 0:44 wib

maraknya persaingan. Membangun popularitas sebuah merek menjadi merek yang terkenal tidaklah mudah. Namun demikian, popularitas adalah salah satu kunci yang dapat membentuk brand image konsumen.

c. *Uniqueness of brand association*/keunikan asosiasi merek, keunikan asosiasi produk merupakan daya tarik tersendiri bagi perkembangan dari perusahaan.

### C. Konsep Daya Saing

Daya saing merupakan efisiensi dan efektivitas yang memiliki sasaran yang tepat dalam menentukan arah dan hasil sasaran yang ingin dicapai yang meliputi tujuan akhir dan proses pencapaian akhir dalam menghadapi persaingan.

Sumihardjo,<sup>94</sup> memberikan penjelasan tentang istilah daya saing ini, yaitu: “kata daya dalam kalimat daya saing bermakna kekuatan, dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi lebih dari yang lain atau unggul dalam hal tertentu baik yang dilakukan seseorang, kelompok maupun institusi tertentu”.

Keunggulan bersaing merupakan kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh seseorang, institusi, organisasi lain atau pesaingnya. Kata “unggul”, berdasarkan pendapat Sumihardjo,<sup>95</sup> merupakan posisi relatif organisasi terhadap organisasi lainnya atau posisi relatif seseorang terhadap orang lain.

---

<sup>94</sup>Sumihardjo, Tumar, *Daya Saing Daerah Konsep Dan Pengukurannya Di Indonesia*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), hlm. 8

<sup>95</sup>Sumihardjo, Tumar, *Daya Saing Daerah Konsep Dan Pengukurannya Di Indonesia.....*, hlm. 8

Hal senada dikemukakan Agus Rahayu<sup>96</sup> yang menyatakan, bahwa keunggulan merupakan posisi relatif dari suatu organisasi terhadap organisasi lainnya, baik terhadap suatu organisasi, sebagai organisasi atau keseluruhan organisasi dalam suatu industri atau posisi relatif seseorang sebagai pemimpin terhadap pemimpin lain. Pada perspektif pasar, posisi relatif tersebut pada umumnya berkaitan dengan nilai pelanggan (*customervalue*). Sedangkan dalam perspektif organisasi, posisi relatif tersebut pada umumnya berkaitan dengan kinerja organisasi yang lebih baik atau lebih tinggi.

Dengan demikian dari pendapat Agus Rahayu tersebut dapat diambil satu kesimpulan bahwa suatu organisasi, termasuk sekolah, akan memiliki keunggulan bersaing atau memiliki potensi untuk bersaing apabila dapat menciptakan dan menawarkan nilai pelanggan yang lebih atau kinerjanya lebih baik dibandingkan dengan organisasi lainnya.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses, menyatakan bahwa: “daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna”. Kemampuan yang di maksud dalam Permendiknas Nomor 41 Tahun 2007 tersebut, di perjelas oleh Sumihardjo,<sup>97</sup> mengemukakan bahwa daya saing meliputi: 1. Kemampuan memperkokoh posisi pasarnya, 2. Kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, 3. Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, dan 4. Kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

---

<sup>96</sup>Agus Rahayu, *Strategi Meraih Keunggulan Dalam Industri Jasa Pendidikan (Suatu Kajian Manajemen Strategik)*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2008), hlm. 66

<sup>97</sup>Sumihardjo, Tumar, *Daya Saing Daerah Konsep Dan Pengukurannya Di Indonesia.....*, hlm.11

Sehingga jika digunakan dalam konsep pendidikan, dalam segi cara bersaing inilah para pelaku lembaga pendidikan dihadapkan pada tujuan dari setiap lembaga pendidikan agar dapat berjalan dengan jangka panjang. Suatu lembaga pendidikan akan dapat berkesinambungan terus menerus dan benar-benar akan menghasilkan kualitas yang baik jika dilakukan atas dasar kepercayaan masyarakat dan kejujuran lembaga.

Menurut Porter<sup>98</sup>, indikator daya saing yaitu:

1. Harga bersaing
2. Kualitas produk
3. Keunggulan produk

Ada tiga strategi dalam menghadapi pesaing, menurut Michael Porter menggunakan tiga strategi pemosisian bersaing (*Competitive positioning strategy*) yang dikenal dengan strategi generik, yaitu<sup>99</sup>:

1. Keunggulan biaya menyeluruh

Disini perusahaan berupaya untuk mencapai biaya rendah sehingga dapat menetapkan harga yang lebih rendah dari harga pesaingnya, dengan demikian diharapkan dapat merebut pangsa pasar yang lebih besar. Memiliki posisi biaya rendah akan membuat perusahaan memperoleh hasil laba di atas rata-rata dalam industrinya meskipun ada kekuatan persaingan yang besar. Posisi biayanya memberikan kepada perusahaan tersebut ketahanan terhadap rivalitas dari para pesaing.

---

<sup>98</sup>Porter, Michael E, *Competitive Advantage (Menciptakan Dan Mempertahankan Kinerja Unggulan)*, (Kharisma Publishing Grup, 2008), hlm. 419

<sup>99</sup>M.E.Porter, *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*(Tangerang: Karisma,2007), hlm. 71-72

## 2. Diferensiasi

Strategi generik yang kedua adalah mendiferensiasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, yaitu menciptakan sesuatu yang baru yang dirasakan oleh industri secara menyeluruh sebagai hal yang unik. Seperti; citra rancangan atau merek, karakteristik khusus, pelayanan pelanggan, jaringan penyeluruh, atau bidang-bidang lain yang dijadikan sebagai keunikan. Untuk menciptakan nilai produk dan program pemasaran berbeda sehingga akhirnya muncul sebagai pemimpin kelas dalam perusahaan.

## 3. Fokus

Perusahaan harus memusatkan perhatian pada usaha yang melayani beberapa pangsa pasar dengan baik dan bukan mengejar seluruh pasar. Dengan demikian perusahaan akan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara efektif dan efisien dibandingkan pesaing yang lebih luas. Sebagai akhir bahwa perusahaan akan mampu mendediferensiasikan dirinya yang pada akhirnya akan mampu memenuhi target tertentu dengan baik.

Barney menyajikan struktur yang lebih konkret dan komprehensif untuk mengidentifikasi pentingnya kompetensi untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Barney mengutarakan empat indikator sehingga kompetensi yang dimiliki perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkesinambungan, yakni: bernilai (*valuable*), merupakan kompetensi langka diantara perusahaan-perusahaan yang ada dan

pesaing potensial (*rare*), tidak mudah ditiru (*inimitability*), dan tidak mudah digantikan (*non-substitutability*).<sup>100</sup>

Menurut Porter “Keunggulan bersaing merupakan pencarian posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri, sebagai area terjadinya persaingan”.<sup>101</sup> Lebih lanjut dinyatakan bahwa, keunggulan bersaing bertujuan untuk menentukan posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan (*profitable and sustainable position*) terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri.

Keunggulan bersaing dalam Islam yang dikemukakan oleh Abidin menekankan keunggulan yang diciptakan bersifat hakiki. Yang dimaksud dengan keunggulan hakiki adalah keunggulan yang mampu membawa manusia memasuki surga yang disediakan Allah SWT. Pada dasarnya keunggulan di dunia dapat bermakna apabila keunggulan itu dapat menjadi alat untuk mencapai keunggulan akhirat.<sup>102</sup> Untuk dapat menciptakan keunggulan hakiki, Islam mengajarkan untuk mempertahankan pesaing sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus diperangi, diangkat kejelekannya dan di halangi langkah-langkahnya. Hal ini ditegaskan dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Maidah Ayat 2, yang artinya:

---

<sup>100</sup>Yeni Absah, Kompetensi: *Sumber Daya Pendorong Keunggulan Bersaing Perusahaan*, (Jurnal Manajemen Bisnis, 2008 Volume 1, Nomor 3, September 2008), hlm 109

<sup>101</sup>Porter, Michael E, *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan Dan Mempertahankan Kinerja Unggul*....., hlm.13

<sup>102</sup>Abidin, Zainal D, *Tip-Tip Cemerlang Daripada Quran, Cet VII*. (Kuala Lumpur: PTS Millennia, 2008), hlm.7

.... وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان واتقوا الله

إن الله شديد العقاب

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”<sup>103</sup>

Dalam hadits telah di jelaskan tentang persaingan yang membawa sifat dengki, Rasulullah SAW bersabda:

فسون مڈ تَتَّحَا دسون مڈ تَتَدَابِرُونَ مڈ تَبَاغُوضِنَا ... تَتَنَا

“Kamu saling bersaing, kemudian saling mendengki, kemudian saling membelakangi, kemudian saling membenci...”<sup>104</sup>

ولَا تَجَسَّسُوا وَلَا تَنَسَفَاوَا وَلَا تَحْسَادُوا وَلَا تَبَاغُضُوا وَلَا تَادْبُرُوا  
إخوانا ولا حتسسا  
وكونوا عبدالله

“Janganlah kamu suka mendengar (isu, atau semisalnya), janganlah mencari-cari aib orang lain, janganlah saling bersaing (bukan dalam urusan kebaikan atau akhirat), janganlah saling mendengki, janganlah saling membenci, dan janganlah saling membelakangi, dan jadilah kamu hamba-hamba Allah SWT yang bersaudara.”<sup>105</sup>

Dalam membangun strategi keunggulan bersaing, harus menjunjung tinggi kejujuran dan asas keadilan, menjauhi kecurangan, tidak menghalalkan segala cara di dalam menetapkan strategi persaingan dengan menjelekkan kompetitor, melakukan fitnah terhadap pesaing dan melakukan kerjasama yang negative untuk mencapai keuntungan salah satu pihak. Lebih lanjut dalam melakukan aktivitas bisnis hendaknya kita dapat memberikan kebahagiaan

<sup>103</sup>Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta : Pustaka Al-kaustar, 2011), hlm. 106

<sup>104</sup>Shahih Muslim, *Kitab Zuhud*, Bab ke 7, Hadits No. 2962

<sup>105</sup>Shahih Al-bukhari, *Kitab Adab*, Bab 57 Hadits No. 6064



kepada setiap orang terlibat dalam berbisnis, baik diri kita sendiri, pelanggan, pemasok, distributor, pemilik modal dan bahkan para pesaing kita. Kita juga harus mencintai pelanggan dan sekaligus juga menghargai pesaing.<sup>106</sup>

Sebagaimana firman Allah dalam surat Luqman ayat 18 dan 19, yang artinya:

ولا تصعر خدك للناس ولا تمش في الأرض مرحاً إن الله لا يحب كل  
مختال فخور ﴿١٨﴾ واقصد في مشيك واغضض من صوتك إن أنكر الأصوات  
لصوت الحمير ﴿١٩﴾

“dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.”<sup>107</sup>

Rasulullah saw. Memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik.

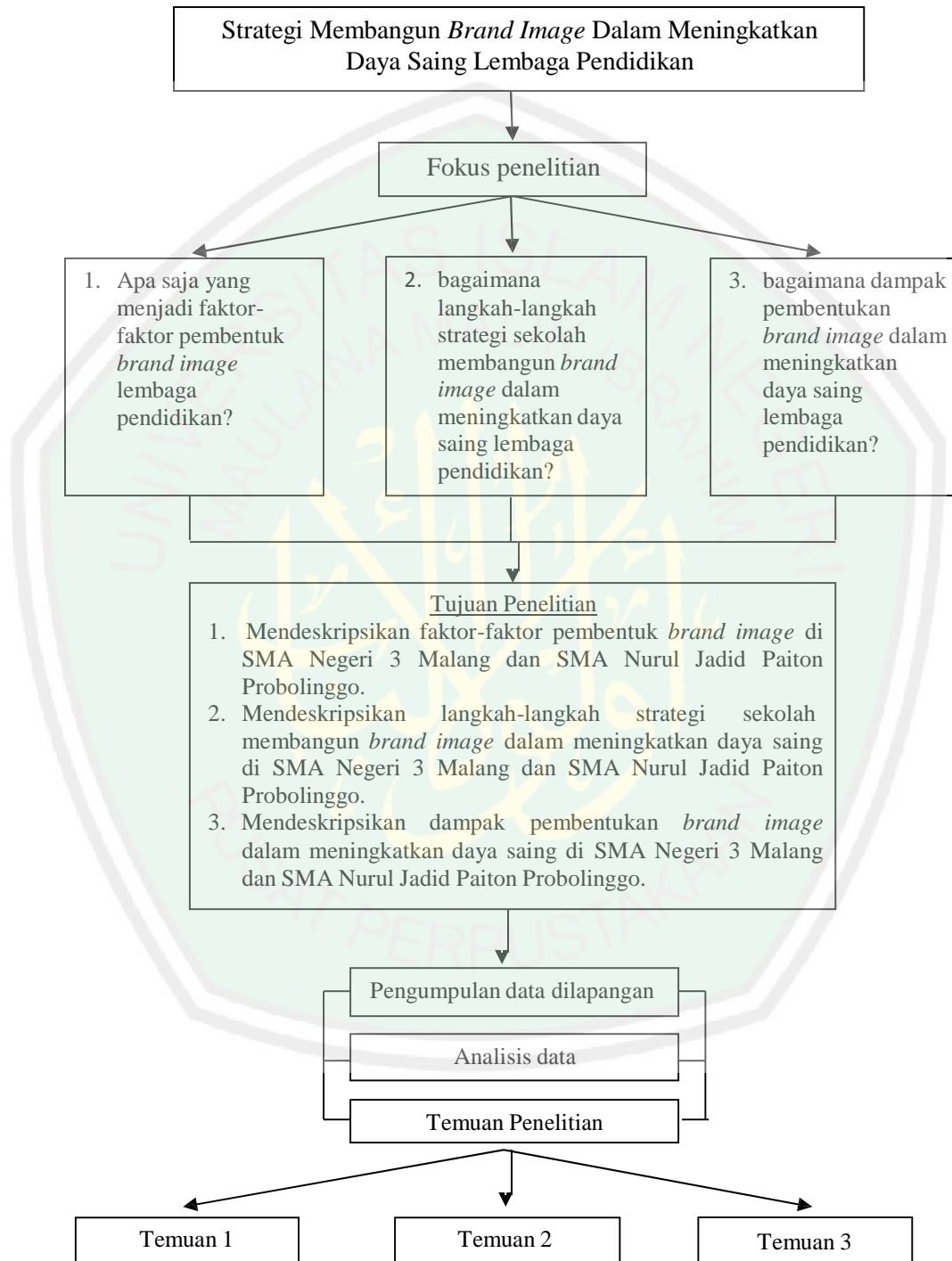
Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha persaingannya hancur. Walaupun tidak berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa mempertahankan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada kecacatan pada barangnya. Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata dapat meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.<sup>108</sup>

<sup>106</sup>Kertajaya, Hermawan dan Sula, Syakir M, *Syariah Marketing, Cet II*. (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm. 16

<sup>107</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan.....*, hlm. 412

<sup>108</sup>Windasirumapea, 2012, *Persaingan Bisnis Sesuai Syariah*, <https://windasirumapea.wordpress.com/2012/10/10/persaingan-bisnis-sesuai-syariah/>, diakses pada tanggal 06/04/2015 pukul 2:01 wib

#### D. Kerangka Berfikir



**Gambar 2.4**  
**Kerangka Berfikir**

### BAB III

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Bodgan dan Tylor,<sup>109</sup> mengatakan bahwa “metode penelitian adalah prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif yang berisi ungkapan atau catatan orang itu sendiri atau tingkah laku mereka yang observasi”.

Dalam melaksanakan studi ini, peneliti ingin menjelaskan secara rinci tentang hal-hal yang berkaitan dengan masalah metode penelitian yang dipakai. Masalah penelitian tersebut di antaranya meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran penelitian latar penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data.

#### A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengungkapkan strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang. Maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis deskriptif dengan rancangan penelitian studi multi kasus. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Lexy yang dikutip Djunaidi yakni penelitian kualitatif merupakan penelitian menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan

---

<sup>109</sup>Bodgan, Robert Dan Taylor, Steven J, “*Kualitatif Dasar-Dasar Penelitian*”, Ed, Afandi, A. Khozin, (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), hal.30

dilakukan dengan cara melibatkan berbagai metode yang ada. Dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki, dengan penelitian kualitatif akan menjadi berbeda dengan kuantitatif.<sup>110</sup>

Rancangan studi multi kasus adalah studi yang meliputi dua atau lebih sasaran penelitian dengan kasus berbeda, penelitian dapat berupa manusia, peristiwa, latar serta dokumen, dan sasaran tersebut ditelaah secara mendalam sebagai suatu totalitas, sesuai dengan latar atau konteksnya masing-masing dengan maksud untuk memahami berbagai makna yang ada di antara variabel-variabelnya.<sup>111</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian studi multi kasus karena yang menjadi objek penelitian merupakan lembaga pendidikan yang berada dibawah dinas pendidikan, hanya saja yang menjadi perbedaannya adalah SMA Negeri 3 Malang adalah sekolah umum dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo adalah sekolah umum yang berada dibawah naungan pondok pesantren.

## **B. LOKASI PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang berada dilingkungan pesantren dan SMA Negeri 3 Malang salah satu sekolah favorit di Kota Malang yang berada di luar lingkungan pesantren. Dua sekolah formal yang jauh berbeda dari segi lingkungannya dan sistem manajemennya ini menarik peneliti untuk

---

<sup>110</sup>M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almansur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta, 2012), hlm. 26

<sup>111</sup> Imron Arifin, *Penelitian Kualitatif dalam ilmu-ilmu sosial dan keagamaan*, (Malang Kalimasahada Press, 1996), hlm.57

memahami dan mempelajari perkembangan bagaimana strategi yang dilakukan dalam membangun *brand image* di sekolah tersebut.

Pertimbangan yang menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang. Pertama, SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo berada di dalam lingkungan Pesantren dan mampu menarik minat masyarakat untuk mengenyam pendidikan sana. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo ini juga mampu bersaing dengan sekolah-sekolah formal yang berkualitas terbukti dari mengikuti perlombaan-perlombaan dari tingkat kabupaten, Nasional dan internasional dan mendapatkan juara. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo juga memiliki kualitas output yang berkualitas dan outcome diterima di perguruan tinggi di berbagai negara.

Kedua, di SMA Negeri 3 Malang telah mendapat predikat sekolah favorit di mata masyarakat. Lokasi sekolah yang sangat strategis di dalam satu kompleks yang dikenal dengan sebutan SMA Tugu bersama-sama dengan SMA Negeri 1 Malang dan SMA Negeri 4 Malang, tetapi SMA Negeri 3 Malang telah mampu bersaing dalam membangun *brand image* sekolahnya. SMA Negeri 3 Malang juga menyediakan berbagai program layanan pendidikan unggul, seperti Program kelas Akselerasi, *Success for Cambridge*, *International Competitions and Assessments for school (ICAS)*<sup>112</sup> dan melahirkan kualitas output dan outcome yang baik dan dapat bersaing di tingkat nasional dan internasional.

---

<sup>112</sup>[http://id.wikipedia.org/wiki/sma\\_negeri\\_3\\_malang](http://id.wikipedia.org/wiki/sma_negeri_3_malang), diakses pada tanggal 26/03/2015 pukul 08:23 wib

### C. DATA DAN SUMBER DATA PENELITIAN

Data merupakan hal yang esensial untuk mengungkap suatu permasalahan, dan data diperlukan untuk menjawab masalah penelitian atau mengisi hipotesis yang dirumuskan. Data kualitatif adalah apa yang dikatakan oleh orang-orang yang berkaitan dengan seperangkat pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Apa yang orang-orang katakan itu, menurut Patton merupakan sumber utama data kualitatif,<sup>113</sup> apakah yang mereka katakan diperoleh secara verbal melalui suatu wawancara atau dalam bentuk tertulis melalui analisa dokumen atau respon survey.

Dalam penelitian ini, sumber data ada dua, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder, berikut adalah paparan terkait kedua sumber data tersebut:

#### 1. Data Primer.

Data yang diperoleh dari sumbernya langsung, diamati dan dicatat secara langsung, seperti: wawancara dan observasi.<sup>114</sup> Adapun yang merupakan sumber data utama atau informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang berkecimpung langsung di sekolah. SMA Negeri 3 Malang yang meliputi kepala sekolah, waka kesiswaan, waka kurikulum, waka humas dan asisten humas, bagian penelitian, pengembangan sekolah dan kepuasan pelanggan, ketua komite sekolah, guru, koordinator tata usaha, siswa dan alumni. Sedangkan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo,

---

<sup>113</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hal. 17

<sup>114</sup>Sumardi Soeryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), hlm. 84

yang meliputi kepala sekolah, waka humas, waka kesiswaan, guru, koordinator tata usaha, siswa, warga sekitar sekolah.

## 2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari data yang sudah ada dan mempunyai hubungan masalah yang diteliti yang meliputi literatur-literatur yang ada.<sup>115</sup>, terdiri dari dokumen-dokumen, buku-buku, foto-foto yang kaitannya dengan kebutuhan penelitian. Sebagaimana dijelaskan Caernet sebagaimana yang ditulis Darmiyati, data penelitian dapat berupa dokumen, foto, dan sebagainya.<sup>116</sup> Dalam hal ini data yang didapatkan peneliti dari data-data dokumentasi yang ada di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang yang berhubungan dengan sejarah sekolah, dokumen jumlah siswa lima tahun terakhir, dokumen prestasi dan data lainnya yang mendukung.

## D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Sesuai dengan jenis penelitian diatas yaitu jenis penelitian kualitatif maka cara pengumpulan data dilakukan dengan tiga teknik yaitu: (1) observasi; (2); wawancara dan (3) dokumentasi. Instrumen utama pengumpulan data dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan alat bantu alat perekam, kamera, pedoman wawancara dan alat-alat lain yang diperlukan. Untuk lebih jelasnya teknik pengumpulan data yang dipakai adalah sebagai berikut:

---

<sup>115</sup>Sumardi Soeryabrata, *Metode Penelitian.....*, hlm.85

<sup>116</sup>Darmiyati Zuchdi, *Seri Metodologi Penelitian, Panduan Penelitian Analisis Konten*, (Yogyakarta: Lembaga Penelitian IKIP Yogyakarta, 2003), hal. 8

## 1. Metode Observasi

Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematik gejala-gejala yang diselidiki. Observasi juga dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang dilakukan secara sengaja.<sup>117</sup> Berdasarkan keterlibatan pengamatan dalam kegiatan orang yang diamati, maka observasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu observasi non partisipan dan observasi partisipan.

Adapun jenis observasi yang digunakan peneliti adalah observasi non partisipan yakni hadir dilokasi penelitian secara langsung tetapi tidak ikut berperan pada kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan. Peneliti mengamati kegiatan-kegiatan siswa di sekolah dan acara pertemuan alumni, kemudian berkeliling sekolah mengamati keadaan sekolah.

## 2. Metode Wawancara

Setelah menggunakan metode observasi peneliti selanjutnya menggunakan metode wawancara. Metode wawancara adalah “percakapan dengan maksud tertentu dan percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancara”.<sup>118</sup>

Esterbeg dalam Sugiono menjelaskan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>119</sup>

---

<sup>117</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian* (Jakarta: Galia Indonesia, 2002), hlm. 87.

<sup>118</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 146.

<sup>119</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan; Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung, Al-Fabeta, 2009), hal. 317



Selanjutnya Sugiono membagi beberapa jenis wawancara menjadi: wawancara terstruktur, semistruktur dan wawancara tak berstruktur.

Adapun jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan dengan tujuan agar peneliti tidak keluar dari tema yang diteliti. Tetapi, dalam penelitian ini peneliti dalam masa wawancara, pedoman wawancara tersebut berkembang saat di lapangan.

### 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis.<sup>120</sup>Adapun pengertian metode dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang.<sup>121</sup>

Penggunaan metode ini peneliti maksudkan mencari data mengenai dokumen-dokumen, baik dokumen yang berupa gambar atau foto, benda-benda, tulisan dan sebagainya. Adapun data yang telah diperoleh dari metode dokumentasi antara lain: struktur organisasi, daftar jumlah siswa lima tahun terakhir data pendidik dan kependidikan, data prestasi, denah sekolah, sertifikat akreditasi, sertifikat ISO, foto-foto pendukung dan data-data pendukung lainnya di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang.

---

<sup>120</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, hlm.158.

<sup>121</sup>Narbuko, *Metodologi Penelitian.....*, hlm. 329.

## E. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, kehadiran peneliti pada penelitian kualitatif merupakan suatu keharusan. Karena penelitian ini lebih mengutamakan temuan observasi terhadap fenomena yang ada maupun wawancara yang dilakukan peneliti sendiri sebagai instrument penelitian (key instrument) pada latar alami penelitian secara langsung. Untuk itu, kemampuan pengamatan peneliti untuk memahami fokus penelitian secara mendalam sangat dibutuhkan dalam rangka menentukan data yang optimal dan kredibel, itulah sebabnya kehadiran peneliti untuk mengamati fenomena-fenomena secara intensif ketika berada di *setting* penelitian merupakan suatu keharusan.

Kehadiran peneliti di lokasi penelitian yakni untuk meningkatkan intensitas peneliti berinteraksi dengan sumber data guna mendapatkan informasi yang lebih *valid* dan absah tentang fokus penelitian.<sup>122</sup> Untuk itu, peneliti diharapkan dapat membangun hubungan yang akrab, lebih wajar dan tumbuh kepercayaan untuk maksud yang salah dan merugikan orang lain atau lembaga yang diteliti.

Dalam hal ini peneliti berperan serta dalam kehidupan sehari-hari dan setiap situasi. Tujuannya adalah agar dapat berhubungan langsung dengan informan, dapat memahami secara alami kenyataan yang terdapat di lokasi penelitian. Agar tidak memberikan kesan diawasi oleh peneliti, maka peneliti berusaha melakukan interaksi dengan informan penelitian secara wajar dan

---

<sup>122</sup>Muhadjir, Neng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1990), hal. 46

menyikapi segala perubahan yang terjadi dilapangan dengan cara menyesuaikan diri dengan situasi yang terjadi di lapangan.

Sehingga keberadaan peneliti bertindak sebagai instrumen karena peneliti terjun langsung di lokasi untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam mengadakan observasi atau wawancara dan mengumpulkan arsip-arsip yang ada di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dan SMA Negeri 3 Malang.

#### F. TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak awal peneliti terjun lokasi penelitian, yakni sejak peneliti mulai melakukan pertanyaan-pertanyaan dan catatan-catatan lapangan. Seperti halnya bahwa analisis data kualitatif yang dihimpun dari wawancara mendalam dan catatan lapangan berasal dari pertanyaan-pertanyaan yang dihasilkan pada proses yang paling awal dalam penelitian; selama pembuatan konseptual; fase pertanyaan memfokus pada penelitian. Singkat kata, analisis data itu dilakukan dalam dua tahapan, yaitu selama proses pengumpulan data dan akhir pengumpulan data. Menurut R.C. Bogdan & S.K. Biklen dalam bukunya M. Djunaidi Ghany Analisis data sesungguhnya adalah merupakan suatu :

*“By data analysis we mean the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materiils that you accumulate to enable you to come up with findings. Data interpretation refers to developing ideas about your findings and relating yhem to the literature and to broader concerns and concepts. Analysis involves working with the data, organizing them, breaking them into manageable units, coding them, synthesizing them, and searching for patterns.”*<sup>123</sup>

---

<sup>123</sup>M. Djunaidi Ghany & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), hlm. 247

Maka analisis data untuk penelitian kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-memilahnya menjadi satu unit yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa-apa yang penting dan apa-apa yang dipelajari, dan memutuskan apa-apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>124</sup>

Proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data.

Reduksi data merupakan analisis yang menajamkan, menggolongkan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik atau diverifikasi.

Data yang diperoleh dari lapangan langsung ditulis dengan rinci dan sistematis setiap selesai mengumpulkan data. Laporan-laporan itu perlu direduksi, yaitu dengan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian agar mudah untuk menyimpulkannya. Reduksi data dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan serta membantu dalam memberikan kode kepada aspek-aspek tertentu.<sup>125</sup> Dalam penelitian ini peneliti melakukan pemilihan dari data-data yang diperoleh di lapangan yang sesuai dengan fokus dan membuang data-data yang tidak diperlukan agar mempermudah peneliti dalam mengambil kesimpulan akhir.

---

<sup>124</sup>M. Djunaidi Ghany & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif.....*, hlm. 247

<sup>125</sup>Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*, Tarsito, Bandung, 1988, hlm.

## 2. *Display* data atau penyajian data.

Yaitu mengumpulkan data atau informasi secara tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang sudah ada disusun dengan menggunakan teks yang bersifat naratif, selain itu bisa juga berupa matriks, grafik, *networks* dan *chart*. Dengan alasan supaya peneliti dapat menguasai data dan tidak tenggelam dalam tumpukan data, serta untuk memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya.<sup>126</sup> Penyajian data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari data-data yang telah diperoleh, kemudian disusun secara sistematis, dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana namun selektif.

## 3. Menarik kesimpulan atau verifikasi.

Yaitu merupakan rangkaian analisis data puncak. Meskipun begitu, kesimpulan juga membutuhkan verifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi dimaksudkan untuk menghasilkan kesimpulan yang valid. Oleh karena itu, ada baiknya sebuah kesimpulan ditinjau ulang dengan cara memverifikasi kembali catatan-catatan selama penelitian dan mencari pola, tema, model, hubungan dan persamaan untuk diambil sebuah kesimpulan.<sup>127</sup> Sejak pengumpulan data peneliti berusaha mencari makna atau arti dari simbol-simbol, penjelasan-penjelasan dan alur sebab akibat. Dan kegiatan

---

<sup>126</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2011, hlm. 95.

<sup>127</sup>Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*, Tarsito, Bandung.1990, hlm. 130.

ini dibuat simpulan-simpulan yang sifatnya masih terbuka, umum kemudian menuju ke spesifik dan rinci.

### **G. PENGECEKAN KEABSAHAN DATA**

Peneliti memilih melakukan pemeriksaan keabsahan data agar hasil penelitian dapat dipercaya, maka pengujian untuk menghindari penelitian yang akan dilakukan. Pemeriksaan keabsahan data dengan tahapan-tahapan:

Instrumen penelitian penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri, sehingga sangat dimungkinkan dalam pelaksanaan di lapangan terjadi kecondongan purbasangka (*bias*). Untuk menghindari hal tersebut, maka data diperoleh perlu di uji kredibilitasnya (derajat kepercayaannya).<sup>128</sup>

Lincoln dan Guba menyatakan bahwa untuk memperoleh data yang valid dapat ditempuh teknik pengecekan data melalui: 1. Kredibilitas; 2. Transferabilitas; 3. Dependabilitas; 4. Konfirmabilitas.<sup>129</sup>

Pengecekan data yang bersifat kualitatif dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah cara pengecekan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu di luar data sebagai pembanding terhadap data, misalnya konsultasi dengan kepala sekolah, wakil kepala sekolah, karyawan dan siswa. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik, yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh

---

<sup>128</sup>Lincoln, Y. S. And E. G. Guba, *Naturalistic Inquiry*, (Beverly Hills: Sage Publications, 1985), hlm. 289

<sup>129</sup>Lincoln, Y. S. And E. G. Guba, *Naturalistic Inquiry*....., hlm. 331

melalui alat yang berbeda dalam metode kualitatif.<sup>130</sup> Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi non partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.<sup>131</sup>

Triangulasi teknik/metode berarti untuk mendapatkan data dari informan yang sama dengan teknik/metode yang berbeda. Seperti peneliti mendapat informasi dari kepala sekolah, maka untuk mengetahui keabsahan peneliti melakukan observasi dan melihat dokumentasi.

Sedangkan, triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.<sup>132</sup> Seperti peneliti memperoleh data hasil wawancara dari kepala sekolah, maka untuk mengetahui keabsahannya peneliti melakukan triangulasi sumber dengan mewawancarai para wakil kepala sekolah.

Dalam hal triangulasi, Susan Stainback dalam bukunya Sugiyono menyatakan bahwa tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.<sup>133</sup>

Dalam hal ini peneliti berdiskusi dengan kepala sekolah, karyawan sekolah, dan teman sejawat, serta peneliti berkonsultasi dengan dosen pembimbing yakni H. Slamet, MM, Ph.D dan Dr. H. Mulyono, M.A

---

<sup>130</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi.....*, hlm 330.

<sup>131</sup>Sugiyono, *Metode.....*, hlm 241.

<sup>132</sup> Sugiyono, *Metode.....*, hlm 241.

<sup>133</sup> Sugiyono, *Metode.....*, hlm 241.

## BAB IV

### PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

Bab IV ini dimaksudkan untuk memaparkan data hasil penelitian yang didapat oleh peneliti, paparan ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian yang meliputi: Sejarah objek penelitian, visi, misi, tujuan, struktur sekolah, keadaan sarana dan prasarana sekolah, keadaan guru dan karyawan, keadaan siswa, paparan data penelitian, ringkasan temuan penelitian dan analisis lintas situs penelitian strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Adapun secara detail dijelaskan sebagaimana berikut:

#### A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

##### 1. Deskripsi Umum SMA Negeri 3 Malang

###### a. Sejarah SMA Negeri 3 Malang

SMA Negeri 3 Malang, yang beralamatkan di jalan Sultan Agung Nomor 7 Kota Malang, lahir pada tanggal 8 Agustus 1952 berdasarkan Surat Keputusan Menteri PP dan K Nomor 3418/B tertanggal 8 Agustus 1953. Pada saat itu bernama SMA B II Negeri Malang.

Sejarah perkembangan SMA Negeri 3 Malang secara kronologis dimulai setelah pengakuan kedaulatan Republik Indonesia pada tanggal 27 Desember 1949. Saat itu di kota Malang berdiri dua SMA yaitu SMA Republik Indonesia dan SMA Federal (VHO). Para pejuang TRIP, TP, TGP



dan lain-lain yang sudah kembali ke sekolah, ditumpang dalam satu SMA peralihan yang digabungkan ke SMA Federal.

Pada tanggal 8 Agustus 1952, Jurusan B (Pasti Alam) SMA II dan SMA Peralihan menjadi satu berdasarkan SP Menteri PP dan K Nomor 3418/B dan diberi nama SMA B II Negeri. Nama ini digunakan karena terdapat dua SMA yang telah mengalami perubahan nama, yaitu SMA A/C menjadi SMA I C dan SMA Federal menjadi SMA B I Negeri. Dua SMA B tersebut kemudian menjadi SMA I B dan SMA II B. Nama tersebut dirasa kurang tepat karena nama SMA I B seolah-olah kualitasnya lebih tinggi dari SMA yang lain. Akhirnya diadakan perubahan nama ketiga SMA yang ada di Malang berdasarkan usianya, yaitu: (1) SMA A/C menjadi SMA I A/C, (2) SMA I B Menjadi SMA II B, dan (3) SMA II B menjadi SMA III B. Timbulnya SMA gaya baru pada tahun 1963 yang mengharuskan semua SMA mempunyai jurusan yang sama, yaitu budaya, sosial, ilmu pasti, dan ilmu pengetahuan alam, membuat nama tambahan A, B, dan C pada urutan nama keempat SMA di Malang. Dan nama SMA III B berubah menjadi SMA Negeri 3 Malang. Nama SMA Negeri 3 Malang mengalami perubahan lagi menjadi SMU Negeri 3 Malang berdasarkan SK Mendikbud Republik Indonesia Nomor 035/0/1997, kemudian kembali lagi menjadi SMA Negeri 3 Malang.

SMA Negeri 3 Malang sudah mengalami beberapa kali pergantian Kepala Sekolah yang secara kronologis sebagai berikut:

1. Bpk. R. Koeswaondo : 1952 s.d 1962

2. Bpk. Soeroto : 1962 s.d 1968
3. Bpk. H. Soedarminto : 1968 s.d 1978
4. Bpk. Bambang Poerwono : 1979 s.d 1986
5. Bpk. H. Haroen Soemawinata : 1986 s.d 1989
6. Bpk. H. Abdullah Uki : 1989 s.d 1993
7. Bpk. H. Djohan Arifin : 1993 s.d 1998
8. Bpk. Drs. H. Moh. Saleh : 1998 s.d 2005
9. Bpk. Drs. H. Tri Suharno : 2005 s.d 2009
10. Ibu Ninik Kristiani, M.Pd : 2009 s.d 2009
11. Ibu Dra. Hj. Rr. Dwi Retno Ujian Ningsih, M.Pd : 2009 s.d 2011
12. Bpk. Drs. H. Moh. Sulthon, M.Pd : 2011 s.d 2014
13. Hj. Asri Widiapsari, M.Pd : 2014 s.d sekarang

Sejak tahun 2005, merupakan salah satu *Center of Cambridge International Examination (COCIE)*, yang ada di Indonesia. Sebagai *COCIE*, SMA Negeri 3 Malang berhak sebagai pelaksana ujian *International Cambridge (Cambridge International Examination, CIE)* yang diikuti oleh beberapa sekolah RSBI. Dengan perkembangan yang terjadi saat ini, mulai tahun 2014 SMA Negeri 3 Malang melaksanakan ujian sertifikat ICAS. ICAS bertujuan untuk mengapresiasi prestasi peserta didik yang berhasil mengikuti *International Competitions and Assessments for Schools (ICAS)* pada setiap *subject* yang telah diikuti (*English, Mathematics, Science, Writing, and Computer skills*), nilai ujian tersebut dapat dipakai untuk pertimbangan penambahan Nilai Akhir (NA) hasil

perhitungan dari nilai tugas, ulangan harian, ulangan akhir semester masing-masing mata pelajaran tersebut di atas pada semester genap sehingga nilai rapor peserta didik pada semester tersebut diharapkan dapat menjadi lebih baik. Penambahan pada Nilai Akhir didasarkan pada portopolio yang di dapat peserta didik tersebut.<sup>1</sup>

## b. Visi, Misi dan Tujuan SMA Negeri 3 Malang

### 1) Visi

Menjadikan sekolah unggul yang memiliki civitas akademika yang beriman, bertaqwa, berakhlakul karimah, berprestasi, berperan aktif di era global, dan peduli pada lingkungan.<sup>2</sup>

### 2) Misi

- a) Menumbuhkan penghayatan dan pengalaman terhadap ajaran agama dan budaya bangsa yang diaplikasikan dalam kehidupan nyata.
- b) Menumbuhkan semangat keunggulan kepada semua warga sekolah.
- c) Menumbuhkan pembelajaran sepanjang hidup bagi warga sekolah.
- d) Melaksanakan proses pembelajaran secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan *multy resources* yang berbasis TIK.
- e) Menumbuhkan pribadi yang mandiri dan bertanggung jawab terhadap tugas.
- f) Menumbuhkan semangat kepedulian lingkungan sosial, fisik dan kultural.

---

<sup>1</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

<sup>2</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

- g) Mengembangkan potensi dan kreativitas warga sekolah yang unggul dan mampu bersaing, baik di tingkat regional, nasional maupun internasional.
- h) Mengembangkan keterampilan berkomunikasi, baik dalam bidang akademis maupun nonakademis dengan menggunakan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia dan mengaktualisasikan dalam proses pembelajaran.
- i) Menumbuhkan kebiasaan/budaya membaca, menulis dan menghasilkan karya.
- j) Menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam proses pembelajaran dan pengelolaan sekolah.
- k) Menyediakan sarana prasarana yang berstandar internasional.
- l) Menerapkan manajemen partisipatif secara profesional dan mengarah kepada manajemen mutu yang telah distandarkan dengan ISO 9001:2000, 9001:2008, IWA 2 dengan melibatkan seluruh warga sekolah dan lembaga terkait.<sup>3</sup>

### 3) Tujuan

- a) Tercapainya implementasi KTSP dan sistem penilaian berbasis kompetensi (SPBK).
- b) Tercapainya implementasi KTSP yang diadaptasi dengan kurikulum internasional (*Cambridge*) untuk Mapel MIPA, IPS dan Bahasa Inggris.

---

<sup>3</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

- c) Tercapainya peningkatan model pembelajaran *outdoor*.
- d) Tercapainya peningkatan perolehan rata-rata Nilai Ujian Nasional.
- e) Tercapainya peningkatan jumlah lulusan yang diterima di perguruan tinggi negeri.
- f) Tercapainya peningkatan jumlah lulusan yang diterima di perguruan tinggi luar negeri.
- g) Terlaksananya pembelajaran yang aktif, inovatif, kreatif, efektif, menyenangkan dan bermakna.
- h) Tercapainya peningkatan layanan Program Akselerasi.
- i) Tercapainya peningkatan kemampuan komunikasi berbahasa asing (Bahasa Inggris).
- j) Tercapainya peningkatan keterampilan menggunakan media Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK).
- k) Tercapainya peningkatan keterampilan menggunakan peralatan laboratorium.
- l) Tercapainya peningkatan kemampuan guru menyusun silabus dan alat penilaian.
- m) Tercapainya peningkatan kedisiplinan dan ketertiban siswa dalam mewujudkan program kesiapansiagaan.
- n) Tercapainya internalisasi budaya tatakrama kepada warga sekolah khususnya siswa.

- o) Tercapainya pengembangan kreativitas dan kualitas siswa dalam bidang penelitian ilmiah remaja, olimpiade mapel MIPA dan IPS, seni, olahraga, sosial dan agama.
- p) Terwujudnya lulusan yang ber-IMTAQ, menguasai IPTEK, mampu bersaing di era global.
- q) Terbentuknya pengembangan potensi kepemimpinan siswa.
- r) Tercapainya peningkatan kuantitas dan kualitas fasilitas/sarana di lingkungan sekolah berstandar internasional.
- s) Terwujudnya manajemen sekolah yang partisipatif, transparan dan akuntabel serta mengarah pada manajemen mutu yang telah distandarkan dalam ISO 9001:2000,9001:2008
- t) Tercapainya peningkatan kerjasama dengan orang tua, masyarakat sekitar dan institusi lain.
- u) Tercapainya peningkatan kegiatan 7 K (keamanan, ketertiban, kedisiplinan, kekeluargaan, kerindangan, keindahan, dan kesehatan).
- v) Terwujudnya budaya belajar, membaca dan menulis.
- w) Terwujudnya budaya jujur, ikhlas, sapa, senyum, dan santun.
- x) Tercapainya budaya disiplin, demokratis dan beretos kerja tinggi.
- y) Terwujudnya peningkatan keseimbangan SQ, IQ, EQ dan Sosial Question.
- z) Terwujudnya kesejahteraan lahir batin bagi warga sekolah.
- aa) Terwujudnya hubungan yang harmonis antarwarga sekolah yang berjiwa BHAWIKARSU.

- bb) Terwujudnya pelayanan yang cepat, tepat dan memuaskan masyarakat.
- cc) Terwujudnya kerja sama yang saling menguntungkan dengan instansi lain.
- dd) Tercapainya layanan kesehatan sekolah yang memadai.
- ee) Terjalannya *sister school*, baik di dalam negeri maupun di luar Negeri.
- ff) Terjalannya *student exchange*, baik sekolah di dalam negeri maupun di luar negeri.<sup>4</sup>

Visi, Misi dan tujuan yang *dibreakdown* oleh SMA Negeri 3 Malang merupakan tujuan jangka panjang dari sekolah yang ingin dibawa menuju sekolah unggul. Kemudian dengan pengembangan visi, misi dan tujuan tersebut maka menjadi program-program menuju sekolah unggul. Dengan tercapainya program-program unggulan sehingga lahirlah *image* positif dari masyarakat.

### c. Nilai-Nilai

- 1) Prestasi
- 2) Kejujuran
- 3) Tanggungjawab
- 4) Agama
- 5) Kerja sama
- 6) Kreativitas

---

<sup>4</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

- 7) Rasa senang
- 8) Persahabatan
- 9) Kebijakan
- 10) Kehidupan yang seimbang<sup>5</sup>

Nilai-nilai SMA Negeri 3 Malang ditanamkan pada siswa sejak awal masuk melalui masa orientasi siswa. Dengan penanaman nilai-nilai di atas yang dilakukan di SMA Negeri 3 Malang memberikan pendorong dalam hidup siswa terbawa kepada kehidupan sehari-hari terhadap guru, teman dan masyarakat luar. Sehingga nilai-nilai yang dikembangkan SMA Negeri 3 Malang menjadi salah satu yang membangun *brand image* sekolah.

#### d. Motto dan Simbol

Pada awalnya motto asli SMA Negeri 3 Malang berbunyi: “bertaqwa-belajar-bekerja-berjuang”, dan merupakan hasil karya peserta didik-siswi SMA Negeri 3 Malang pada bulan Juli 1967. Kemudian motto tersebut diubah oleh bapak Rahardjo (pengajar Bahasa Indonesia) ke dalam bahasa Sansekerta menjadi: “Bhatya-widagdha-karya-sudhira”. Resmi ditetapkan pada HUT ke-17 SMA Negeri 3 Malang, yang jika diuraikan adalah:

Bhaktya	: berbakti, bertaqwa
Widagdha	: berilmu pengetahuan, belajar, berguna
Karya	: bekerja
Sudhira	: berani, berjuang, berteguh hati.

---

<sup>5</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015



Pengubahan ke dalam bahasa Sansekerta bertujuan agar motto memiliki nilai puitis dan estetis serta emosional artistic. Motto tersebut kemudian populer dengan singkatan Bhawikarsu.

SMA Negeri 3 Malang mempunyai simbol yang diciptakan oleh Bpk. Tyoso S. Kartosentono, guru seni, dibuat pada 1 Juli 1967, dan resmi dipakai sejak 8 Agustus 1967 setelah disetujui oleh Kepala Sekolah, Dewan Guru, Karyawan dan KPSMA 3 Malang.

- 1) Rantai melambang persatuan, persaudaraan, serta rasa kekeluargaan seluruh warga SMA Negeri 3 Malang.
- 2) Tugu sebagai latar belakang, melambangkan lokasi SMA Negeri 3 Malang berdekatan dengan Tugu Nasional Malang.
- 3) Bentuk dasar simbol/logo berupa abstraksi kuncup bunga, melambangkan wadah segala aktivitas dan kreativitas warga SMA Negeri 3 Malang.
- 4) Warna kuning muda, merah muda, dan biru muda merupakan abstraksi lambang kemurnian jiwa remaja peserta didik-siswi SMA Negeri 3 Malang.
- 5) Warna putih = kesucian, warna biru = kejernihan, warna merah = keberanian/kedinamisan, dan warna hitam = ketabahan, warna kuning = kemuliaan, dan warna hijau = kesuburan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

#### e. Struktur Sekolah

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka atau susunan yang menunjukkan hubungan antar komponen yang satu dengan yang lain, hingga jelas tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam suatu kebulatan yang teratur. Adapun bagan struktur organisasi SMA Negeri 3 Malang sebagaimana dalam lampiran 1.

#### f. Keadaan Sarana dan Prasarana Sekolah

Untuk mengetahui kondisi sarana dan prasarana sekolah, peneliti akan mendeskripsikannya secara umum sebagai berikut:

Untuk ruang kelas yang ada di SMA Negeri 3 Malang berjumlah 26. Pada area depan sekolah terdapat ruang Satpam, ruang Tatib, parkir guru dan siswa. Untuk ruang utama terdapat ruang kepala sekolah dan ruang TU. Disebelah selatan sekolah terdapat ruang waka kurikulum, IT, waka penjamin Mutu, ruang guru, dan diujung paling timur terdapat koperasi jujur siswa dan ruang OSIS. Disebelah utara sekolah terdapat Lab kimia, Lab Fisika, dan kantin, di bagian dalam sekolah terdapat Lab. Bilologi, ruang waka Kesiswaan, ruang UKS, lapangan olahraga, mushola sebagai sarana untuk ibadah dan pembelajaran mata pelajaran pendidikan agama Islam, ada ruang BP dekat lapangan, di lantai 2 terdapat ruang serba guna, ruang perpustakaan, lab komputer internet, lab komputer, ruang koreografi, ruang seni dan mushola. Sehingga membangun *brand image* sekolah memerlukan adanya penunjang untuk menarik minat masyarakat salah satunya yaitu fasilitas sarana dan prasarana.

#### **g. Keadaan Guru dan Karyawan**

Guru sebagai tenaga pendidik harus memiliki kompetensi dan kualifikasi pengetahuan yang memadai, SMA Negeri 3 Malang dalam menyiapkan tenaga pendidik seorang guru memiliki kualifikasi yang memadai, baik dari standar kompetensi mengajar maupun dari segi pendidikan. sehingga salah satu yang dapat meningkatkan *brand image* SMA Negeri 3 Malang adalah dapat dilihat dari kualitas pendidikan guru dan mengajar sesuai kompetensi.

Kepala sekolah memberikan tugas dan menempatkan posisi para stafnya sesuai dengan keahliannya masing-masing. Hal ini dilakukan oleh kepala sekolah untuk memberikan kemudahan kepada para stafnya untuk bekerja sehingga para guru dan karyawan merasa nyaman dan menikmati pekerjaannya. Data pendidik dan tenaga kependidikan SMA Negeri 3 Malang sebagaimana lampiran 2.

#### **h. Keadaan Siswa SMA Negeri 3 Malang**

Siswa adalah seseorang yang dijadikan obyek sekaligus sebagai subyek dalam pendidikan, dalam hal ini siswa yang sangat berperan dalam pembelajaran. Minat, bakat, motivasi, dan juga dukungan dari siswa itu yang menjadikan lembaga pendidikan berhasil tidaknya. Maka dilihat dari perkembangan siswa dari 5 tahun terakhir ini mengalami peningkatan. Antusias masyarakat yang mendaftar masuk di SMA Negeri 3 Malang sangat luar biasa sehingga jumlah siswa yang mendaftar dengan daya tampung di SMA negeri 3 Malang sangat berbanding jauh sekali. Hal ini

dapat dilihat dari formulir pendaftaran siswa baru yang keluar hampir mendekati angka seribu. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Basuki Agus P.P sebagai berikut:

Terbukti kalau misalnya mau berbicara survey kepuasan pelanggan dan minat masuk kesini itu saya tidak punya data pasti hanya dari tahun ketahun itu jumlah orang yang ingin menyekolahkan anaknya kesini terbukti dari penerimaan siswa baru yang mengambil formulir dan mengembalikan itu pasti selisihnya banyak. Apa? Yang menginginkan itu dua kali lipat dari daya tampung yang ada. Contoh, daya tampungnya kan paling sekitar 280 tapi ketika saya menangani formulir yang keluar itu bisa mendekati angka 1000 dan itu nilainya bukan nilai-nilai kecil tetapi nilai-nilai di atas rata-rata 8,5.<sup>7</sup>

Dari banyaknya pendaftar siswa baru di SMA Negeri 3 Malang ini menandakan bahwa *image* sekolah di masyarakat sangat baik dan membangun kepercayaan masyarakat untuk memasukkan putra-putrinya mengenyam pendidikan di SMA Negeri 3 Malang. Data yang mendukung adalah data perkembangan siswa 5 tahun terakhir sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Data Perkembangan Siswa SMA Negeri 3 Malang**

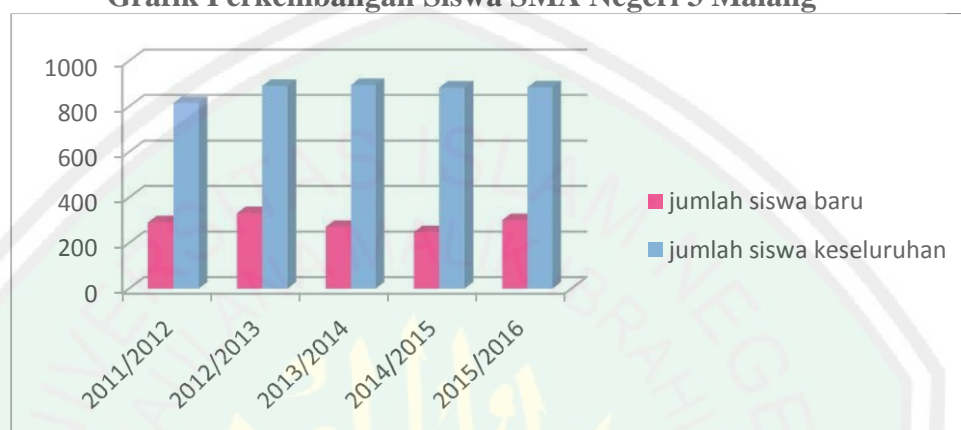
<b>Tahun</b>	<b>Jumlah siswa baru</b>	<b>Jumlah siswa keseluruhan</b>
2011/2012	291	815
2012/2013	331	890
2013/2014	271	894
2014/2015	248	883
2015/2016	301	884

Sumber : Dokumen SMA Negeri 3 Malang

<sup>7</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus priyana P, M.Pd pada 07 september 2015 pukul 10.38 WIB di ruang WaKa 3

Untuk dapat mempermudah melihat perkembangan siswa SMA Negeri 3 Malang maka peneliti membuat grafik sebagai berikut:

**Grafik 4.1**  
**Grafik Perkembangan Siswa SMA Negeri 3 Malang**



Dari data tabel dan grafik di atas dapat dilihat bahwa dalam lima tahun terakhir jumlah siswa terjadi kenaikan jumlah siswa yang begitu tinggi di tahun 2012/2013 – 2013/2014. Kemudian di tahun 2014/2015 terdapat penurunan 11 siswa akan tetapi hal ini masih dalam tahap kewajaran dan peneliti melihat bahwa SMA Negeri 3 Malang masih begitu diminati oleh masyarakat.

## 2. Deskripsi Umum SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

### a. Sejarah SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

SMA Nurul Jadid adalah salah satu lembaga SLTA yang berada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Nurul Jadid. Sejarah berdirinya SMA Nurul Jadid berawal dari keprihatinan dan kepedulian KH. Zaini Mun'im pendiri Pondok Pesantren Nurul Jadid yang melihat banyaknya putra-putri orang muslim yang sekolah diluar pesantren terjebak dalam

pergaulan bebas dan kenakalan remaja yang tidak mencerminkan perilaku Islami.

Tepatnya melalui SK Yayasan Nurul Jadid dengan nomor: NDJ/II/B/X-1970 tertanggal 15 Oktober 1970, SMA Nurul Jadid berdiri. Maka secara resmi jadilah setiap tanggal 15 Oktober merupakan Dies Natalis SMA Nurul Jadid.

Saat berdiri pertama kali, sekolah ini bernama Sekolah Menengah Atas Islam Pesantren Nurul Jadid (SMAIP) yang membuka dan menerima pendaftaran siswa baru 1 Januari 1971 dengan Kepala Sekolah Drs. Abdul Jalal (Alm. Mantan Dosen Universitas Surabaya UNESA) dan mantan Dosen senior IAI Nurul Jadid. Pada tahun 1974 siswa kelas III SMA Nurul Jadid sebanyak 11 orang mengikuti ujian negara pertama dengan bergabung ke SMA Dharma Siswa Kraksaan dan dinyatakan lulus 10 orang. Satu tahun kemudian, SMA Nurul Jadid telah diperoleh untuk melaksanakan ujian sendiri.

Dengan melalui proses pengelolaan yang baik dan terencana, satu tahun kemudian, tanggal 29 Mei 1976 mendapatkan tanda bukti sekolah terdaftar dari Kanwil P dan K Provinsi Jawa Timur berdasarkan Surat Keputusan Menteri P dan K nomor: 79/0/1975 tertanggal 17 April 1975 dan Surat keputusan Menteri tanggal 14 Mei 1975 nomor: 094/0/1975 dengan status terdaftar: 092/PA/PMU/7310/13.76.

Nomor Statistik Sekolah (NSS) SMA Nurul Jadid diperoleh pada tahun 1980 dengan nomor: 304.052.022.002, dan status Terdaftar kemudian

diperbaharui oleh Kanwil Depdikbud Propinsi Jawa Timur tanggal 29 Desember 1980 dengan nomor: 158/U/104.2/13.80.

Semakin mapannya manajemen dan proses pendidikan (KBM) serta telah mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk mendidik putra-putrinya, SMA Nurul Jadid memperoleh Nomor Data Sekolah (NDS): E 15224001. Pada tahun ini pula, tanggal 16 Pebruari 1985 SMA Nurul Jadid memperoleh jenjang status DIAKUI dengan nomor : 077/C/Kep/I.85. berdasarkan keputusan Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah Depdikbud tertanggal 17 Januari 1985.

Setelah melalui proses panjang, dengan sistem swadaya masyarakat, akhirnya SMA Nurul Jadid pada tahun 1990 memperoleh jenjang Status DISAMAKAN dengan nomor: 009/C/Kep/1990 tertanggal 20 Januari 1990.

Lima tahun kemudian SMA Nurul Jadid kembali dilakukan uji kelayakan untuk memperoleh status akreditasi dengan nomor: 024/C/Kep/I/1995 tanggal 22 Mei 1995 yang tetap memperoleh status: DISAMAKAN.

Dengan melalui penambahan berbagai fasilitas laboratorium (Bahasa, IPA, dan Komputer) dan perbaikan kinerja semua komponen sekolah, SMA Nurul Jadid kembali dilakukan uji kelayakan dengan hasil sangat memuaskan dan tetap menyanggah status DISAMAKAN dengan nomor: 2722/104/PP/2001 tertanggal 9 Pebruari 2001.

Melalui pengelolaan yang berkesinambungan dan proses akreditasi, maka sejak tanggal 17 Desember 2007 SMA Nurul Jadid memperoleh

peringkat Terakreditasi A. Kini SMA Nurul jadid menjadi salah satu lembaga pendidikan tingkat menengah atas yang diperhitungkan di Kabupaten Probolinggo, yang ditunjang dengan fasilitas pendidikan yang lengkap dan tenaga yang profesional.<sup>8</sup>

## b. Visi dan Misi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

### 1) Visi

Menghasilkan Kader Bangsa Islami yang Beriman, Bertaqwa, Berakhlak Mulia, Berkemampuan Akademik, dan Berketerampilan Sesuai dengan Potensinya.<sup>9</sup>

### 2) Misi

- a) Melaksanakan pendidikan keagamaan terpadu.
- b) Membudayakan kedisiplinan sesuai nilai-nilai pesantren.
- c) Melaksanakan kegiatan pembelajaran bilingual dan berbasis IT.
- d) Mengembangkan *skill* siswa sesuai dengan potensi yang dimiliki.
- e) Mengembangkan program pendidikan bahasa asing (Arab, Inggris, dan Mandarin).
- f) Melengkapi sarana dan prasarana Pendidikan.<sup>10</sup>

## c. Struktur Sekolah

### PIMPINAN

- |                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Kepala Sekolah                 | : Faizin, S.Ag., M.Pd               |
| 2. Wakasek Ur. Akademik           | : Didik P. Wicaksono, S.Sos., M.Pd. |
| 3. Wakasek Ur. Kesiswaan          | : Hapandi, S.Pd.I.                  |
| 4. Wakasek Ur. Sarana Prasarana   | : Dul Kamar, S.Ag.                  |
| 5. Wakasek Ur. Humasy dan Infokom | : K. Miftahul Arifin                |

<sup>8</sup> <http://smanj.sch.id>, di akses pada diakses pada tanggal 10 maret 2015

<sup>9</sup> <http://smanj.sch.id>, di akses pada diakses pada tanggal 10 maret 2015

<sup>10</sup> <http://smanj.sch.id>, di akses pada diakses pada tanggal 10 maret 2015



6. Koord. Program Matematika & Sains : Ata'illah, S.Pd
7. Koord. Program Ilmu Bahasa : M. Syaunqi, Lc
8. Koord. Program Ilmu Sosial : Aan Dwi Karyanto, S.Pd.
9. Koord. Program Keagamaan : H. Amsun Nasrullah, S.Pd.I
10. Koord. Penegak Kedisiplinan Siswa : Mustofa, S.Pd.I
  - Anggota : Moh. Amurulloh, S.Pd.I
  - Anggota : Enik Rahmawati, S.Pd.I
  - Anggota : Intan Ceria Mulyaningsih, S.Kom
  - Anggota : Fina Nurul Aini, S.Si
11. Koord. BK : Agus Sulton Imami, S.Pd.i
  - Konselor BK : Drs. M. Ilyas Konselor BK
  - Konselor BK : Miftahul Huda, S.Pd.
  - Konselor BK : Zakiyatus Sholihah, S.Pd.I
12. Pembina Osis Putra : Rojabi Azzharghony, S.Sos.I
13. Pembina Osis Putri : Lisa Sakinah, S.Si
14. Kepala Lab. Fisika : Mochammad Kadarusman, S.Pd.
15. Kepala Lab. Kimia : Drs. Imam Hari Santoso, M.M.Pd.
16. Kepala Lab. Biologi : Didik Rahwiniyanto, S.Si.
17. Kepala Lab. Bahasa : Ubaidillah, S.Pd.
18. Kepala Lab. Komputer dan TI : Adi Sabaro, S.Pd.i
19. Kepala Perpustakaan : Qomaruddin, S.Pd
20. Koord. Poket : H. Muallim Ali

#### STAF TATA USAHA

1. Kepala Tata Usaha : Miftahul Huda, S.Pd.
2. Bendahara : Sulhan Adi Pranoto, S.Pd.I.
3. Adm. Keuangan : Makruf, S. Pd.I.
4. Adm. Keuangan : Imam Komarudin
5. Adm. Umum : Muh. Zainuddin Sunarto, S.H.I.
6. Adm. Kurikulum : Moh. Faisol, S.Pd.I.
7. Adm. Kurikulum : Syamsul Arifin, S.Kom. A
8. Adm. Kesiswaan : Lusiman, S. Pd.I.
9. Adm. Kesiswaan : Abdurrahman
10. Adm. Kesiswaan : Muh. Hidayatullah
11. Adm. BK : Ach. Romdhon Efendi, S.Kom
12. Adm. Sarana Prasarana : Sholihin
13. Laboran Fisika : Burhanuddin, S.Kom.
14. Laboran Kimia : Amirudin
15. Laboran Biologi : Misbahul Huda
16. Laboran Komputer Putra : Ivan Wahyudi, S.Pd.I.
17. Laboran Komputer Putri : Indana Zulfa
18. ICT dan Pemeliharaan IT : Syamsul Arifin, S.Kom. B
19. Staff Perpustakaan : Izzatuz Zainiyah, S.Pd.I
20. Staff Perpustakaan : Abdul Mun'im
21. Staff Perpustakaan : Hanafiyah

22. Anggota Piket	: Siti Nur Hakiki
23. Anggota Piket	: Wasilatul sholiha, S.Kom.
24. Anggota Piket	: Akhmad Holil, S.Pd.I
25. Kooed. Keamanan	: Kalam
26. Anggota	: Marhadi
27. Koord. Kebersihan dan Pertamanan	: Moh. Faisol
28. Anggota	: Ahmadi

#### d. Keadaan Sarana Prasarana sekolah

Ditinjau dari sarana dan prasarananya, sekolah yang berkualitas identik dengan sekolah yang memenuhi kebutuhan sarana dan prasarananya secara memadai. Karena harus ada keseimbangan antara kebutuhan dan ketersediaan sarana dan prasarana. Sehingga sarana dan prasarana sekolah adalah salah satu penunjang dalam membangun *brand image* di masyarakat yaitu dengan melihat sarana prasarana yang lengkap dan memenuhi kebutuhan siswa. Maka sekolah dituntut untuk melengkapi sarana prasarana yang kurang guna mencapai tujuan pendidik yang telah ditetapkan. Adapun keadaan sarana dan prasarana sekolah sebagaimana dalam lampiran 3.

#### e. Keadaan Guru dan Karyawan

Kualitas guru dan karyawan yang ada disekolah merupakan faktor yang dilihat oleh masyarakat dalam memilih sekolah. Guru merupakan orang yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan proses belajar mengajar di kelas, guru berkewajiban menyajikan dan menjelaskan materi pelajaran, membimbing dan mengarahkan siswa kearah pencapaian tujuan pengajaran yang telah dicanangkan. Dalam hal ini dibutuhkan kemampuan dan profesionalisme guru dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

Sehingga dengan melihat keadaan guru dan karyawan yang berkualitas dan memiliki jenjang pendidikan yang tinggi maka menjadi salah satu penunjang terbangunnya *brand image* sekolah di masyarakat. Adapun data tenaga pendidik dan kependidikan di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebagaimana dalam lampiran 4.

#### f. Keadaan Siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Dalam proses belajar mengajar, siswa menduduki peranan yang sangat penting. Karena siswa yang menjadi tolak ukur berhasil tidaknya proses belajar mengajar. Oleh karena itu keberadaan dan peran aktif siswa mutlak diperlukan dalam proses belajar mengajar.

Adapun data perkembangan peserta didik lima tahun terakhir sebagaimana tabel berikut:

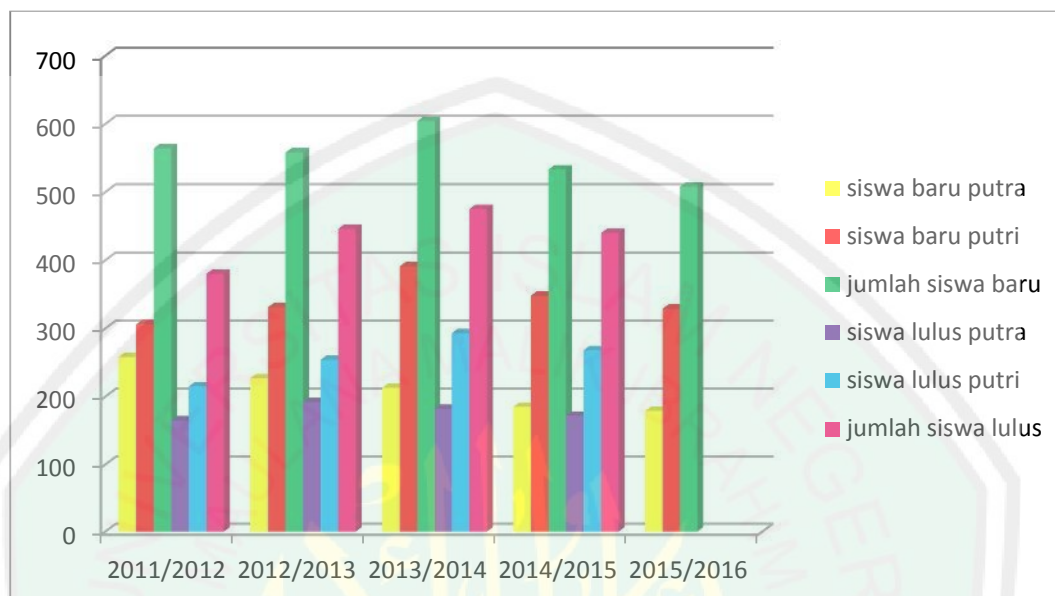
**Tabel 4.2**  
**Data Perkembangan Peserta Didik**  
**SMA Nurul Jadid Paiton Proboinggo**

No	Tahun	Siswa baru			Siswa lulus		
		Putra	Putri	Jumlah	Putra	Putri	Jumlah
1	2011-2012	258	306	564	165	215	380
2	2012-2013	227	331	558	192	254	446
3	2013-2014	213	391	604	182	293	475
4	2014-2015	185	348	533	172	268	440
5	2015-2016	179	329	508	-	-	-

Sumber: Dokumentasi SMA Nurul Jadid dari tahun 2011-2016

Untuk mempermudah melihat data perkembangan perkembangan peserta didik, maka peneliti membuat grafik sebagaimana berikut:

**Grafik 4.2**  
**Grafik perkembangan peserta didik SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**



Keadaan siswa yang terjadi kenaikan dan penurunan yang masih dalam tingkat kewajaran dalam setiap tahunnya menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap sekolah tetap baik. Hal ini menandakan bahwa *brand image* yang ada di SMA Nurul Jadid telah terbangun di mata masyarakat.

## B. Paparan Data Penelitian

### 1. Faktor Pembentuk *Brand Image* Lembaga Pendidikan

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi dan wawancara diketahui bahwa faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan yaitu: (1) Akreditasi kelembagaan, (2) Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000, (3) Tingkah laku siswa, (4) Prestasi siswa, (5) Kualitas lulusan, (6) Kegiatan unggulan sekolah, (7) Hubungan Alumni. Adapun penjelasan faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan sebagaimana berikut:

## a. SMA Negeri 3 Malang

### 1) Akreditasi Kelembagaan

Sekolah yang berkualitas tentunya harus memenuhi Standar Nasional Pendidikan. Standar Nasional Pendidikan menjadi pendorong dan dapat menciptakan suasana kondusif bagi pertumbuhan pendidikan dan memberikan arahan untuk evaluasi diri sekolah yang berkelanjutan, serta menyediakan perangsang untuk terus berusaha mencapai mutu yang diharapkan. Sehingga peneliti melihat bahwa salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan adalah akreditasi kelembagaan yang mana penggunaan instrumen akreditasi yang komprehensif dikembangkan berdasarkan standar yang mengacu pada SNP.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala SMA Negeri 3 Malang sebagaimana berikut:

Alhamdulillah di SMAN 3 selalu dapat akreditasi peringkat A dengan nilai masuk rata-rata 9.510 di tahun 2009 dan nilai masuk rata-rata 9.186 di tahun 2014, peringkat ini terus kami pertahankan. Karena kami ingin menjadikan SMAN 3 ini menjadi sekolah yang unggul yaitu unggul dari berbagai bidang sesuai dengan visi sekolah kita.<sup>11</sup>

Dari paparan di atas peneliti dapat simpulkan bahwa akreditasi yang diraih SMA Negeri 3 Malang selalu mendapat peringkat A. Hal ini membuktikan bahwa SMA Negeri 3 Malang telah mendapat pengakuan dan penilaian yang sangat baik terhadap kelayakan dan kinerja. Kemudian dengan akreditasi A yang dimiliki oleh SMA Negeri 3 Malang menjadi salah satu pertimbangan bagi orang tua siswa untuk memasukkan putra-

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd., pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang kepala sekolah

putrinya di SMA Negeri 3 Malang. Dengan begitu maka terbentuk *image* positif di kalangan masyarakat luas. Dalam hal ini sesuai dengan hasil dokumentasi berupa sertifikat akreditasi A yang diperoleh oleh SMA Negeri 3 Malang dengan nomor statistik sekolah 301056101003 yang berlaku sampai dengan tahun ajaran 2015/2016 sebagaimana dalam lampiran 5.<sup>12</sup>

## 2) Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000

Dalam upaya untuk memenuhi standar mutu pengelolaan pendidikan, mulai tahun ajaran 2007/2008 SMA Negeri 3 Malang telah menerima sertifikat standar manajemen mutu ISO 9001:2000 sebagai langkah awal untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan dan meraih pengakuan internasional.<sup>13</sup> Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto sertifikat ISO sebagaimana dalam lampiran 6.<sup>14</sup>

Karena salah satu keuntungan penerapan Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000 adalah dapat membangun citra atau *image* positif lembaga pendidikan, sehingga siswa dan orang tua akan lebih merasa nyaman dan terjamin tentang penerapan manajemen lembaga pendidikan. Sehingga peneliti mengamati bahwa ternyata sertifikat SMM ISO 9001:2000 menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* di SMA Negeri 3 Malang.

Akan tetapi untuk saat ini sejak masa berakhirnya sertifikat pada tanggal 13 Oktober 2014, SMA Negeri 3 Malang sudah tidak bekerjasama lagi dengan *Bureau Veritas* yang mengeluarkan sertifikat ISO tersebut

---

<sup>12</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

<sup>13</sup> <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 maret 2015

<sup>14</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

dikarenakan faktor biaya yang begitu besar. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Kami saat ini sudah tidak bekerjasama lagi dengan ISO dikarekan biayanya begitu besar. Jadi, pajangan di depan sekolah sudah kami lepas.<sup>15</sup>

Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan bapak Basuki selaku Waka bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, sebagaimana berikut:

Saat ini memang kami sudah tidak memakai ISO lagi dikarena beberapa pertimbangan yaitu ISO dulunya tuntutan untuk pengembangan RSBI dan untuk saat ini RSBI sudah tidak ada lagi. Kemudian adalah berkenaan dengan masalah biaya, karena kalau dihitung-hitung biayanya bisa mencapai 70 juta. Sehingga dari berbagai pertimbangan tersebut maka kita tidak menggunakan ISO lagi.<sup>16</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka peneliti simpulkan bahwa sertifikat ISO 9001:2000 yang diterima dari tahun ajaran 2007/2008 sampai tahun ajaran 2014/2015 sudah tidak diperpanjang lagi bukan dikarenakan faktor mutu sekolah yang menurun akan tetapi dikarenakan faktor biaya yang begitu tinggi yang mencapai puluhan juta rupiah. Sehingga SMA Negeri 3 Malang saat ini hanya menggunakan akreditasi dari pemerintah dan menerapkan langkah untuk mencapai ISO tanpa menggunakan sertifikat ISO tersebut.

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan kepala TU, Bapak Imawan, pada 18 Desember 2015 pukul 08.22 WIB di Ruang TU

<sup>16</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 10.44 WIB

### 3) Tingkah Laku Siswa

Berdasarkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti di lapangan, bahwa tingkah laku siswa menjadi salah satu faktor yang membentuk *brand image* lembaga pendidikan. Tingkah laku siswa di SMA Negeri 3 Malang sangat baik dan sopan terhadap sesama teman dan guru. Melihat dari lingkungan SMA Negeri 3 Malang berada di lingkup sekolah tugu, yakni dalam satu lingkungan dengan SMA Negeri 1 dan SMA Negeri 4 Malang. Akan tetapi tidak pernah terjadi perselisihan yang menyebabkan tauran antar sekolah. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Kalau masalah perselisihan antar sekolah pasti ada. Tapi perselisihan itu hanya sekedar di ruang lingkup SOSMED saja mbak. Dan itupun tidak berlangsung lama, jadi kalau terjadi perselisihan seperti itu ada salah satu teman kami yang menengahi dan dibicarakan baik-baik. Jadi tidak sampai terjadi seperti tauran.<sup>17</sup>

Hal ini di benarkan oleh Yona kelas XII sebagai berikut:

Kami tidak pernah sama sekali terjadi pertengkaran sesama pelajar di sekolah tugu ini. Karena memang sejak awal kami masuk di sini sudah di tanamkan nilai-nilai sekolah seperti persahabatan, kejujuran, kerjasama dan banyak lagi mbak. Dan kami juga ditanamkan ajaran agama mengenai akhlak yang baik. Jadi hubungan kami dengan sesama sekolah tugu sangat baik. Hanya mungkin perselisihan kecil saja.<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa siswa SMA Negeri 3 Malang memiliki tingkah laku yang baik dan tidak pernah terjadi pertengkaran antara sekolah yang ada di lingkungan sekolah tugu, karena penanaman akhlak yang baik di sekolah dan nilai-nilai sekolah. peneliti juga melihat berdasarkan hasil observasi sikap siswa terhadap guru

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan siswa kelas X D, Salsa, pada 18 desember 2015 pukul 11.22 WIB di depan halaman sekolah

<sup>18</sup> Wawancara dengan siswa kelas XII, Yona, pada 18 desember 2015 pukul 11.34 WIB di depan halaman sekolah



sangat baik dan sopan terbukti dari ketika siswa berpapasan dengan dengan guru selalu bersalaman dan mencium tangan guru.<sup>19</sup> Hal ini juga didukung oleh hasil dokumentasi yang berupa foto siswa yang bersalaman dengan guru ketika berpapasan sebagaimana dalam lampiran 7.1.<sup>20</sup> Dalam hal ini tingkah laku siswa menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image*, sehingga orang tua akan sangat antusias dan merasa tenang anaknya bersekolah di SMA Negeri 3 Malang.

#### 4) Prestasi Siswa

Prestasi dalam bidang akademik dalam menonjolkan aspek prestasi siswa di kelas dengan mengikuti olimpiade-olimpiade. Sesuai dengan hasil wawancara kepala sekolah, yaitu:

Tentunya selanjutnya prestasi baik akademik dan non akademik. Akademik ada mercusuar yang memang sekolah harus kembangkan itu. Jadi ajang bergengsi di akademik itu adalah olimpiade dan alhamdulillah kita sampai tingkat internasional. Dari capaian itulah baru muncul *brand image* dari masyarakat, jadi kita tidak membuat *brand* sekolah ini seperti ini. Tapi dari yang bersifat unggul itu muncullah *brand image* kalau di SMA Negeri 3 itu tempatnya olimpiade. Sehingga banyak sekali sekolah-sekolah diluar ingin studi banding kesekolah kita.<sup>21</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa sekolah tidak menciptakan *brand image* di masyarakat seperti yang diharapkan. Tetapi sekolah melakukan keunggulan prestasi dalam bidang akademik yaitu dengan mengikuti olimpiade-olimpiade yang menghasilkan prestasi hingga tingkat internasional. Dengan begitu maka muncullah *brand image*

---

<sup>19</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>20</sup> Dokumentasi Peneliti

<sup>21</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang kepala sekolah

di masyarakat bahwa SMA Negeri 3 Malang adalah tempatnya olimpiade. Hal ini sesuai dengan hasil observasi peneliti dengan melihat berbagai macam piagam penghargaan, medali dan piala-piala yang di pajang di tembok sekolah.<sup>22</sup> Didukung pula dari hasil dokumentasi yang peneliti dapatkan berupa data prestasi siswa dalam lampiran 8 dan foto-foto piagam, medali dan piala sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.2.<sup>23</sup>

Prestasi dalam bidang non akademik menonjolkan pada aspek prestasi ekstrakurikuler seperti DBL dan lain-lain. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Secara non akademik anak-anak untuk olahraga seperti DBL sudah sampai tingkat internasional. Tetapi untuk olahraga itu masih perlu kita kembangkan lagi. Harapan kita kedepan akademik dan non akademik berimbang.<sup>24</sup>

Hasil wawancara di atas didukung oleh hasil dokumentasi foto sertifikat internasional DBL dan foto-foto piagam penghargaan ekstrakurikuler lainnya yang terdapat dalam lampiran 7.3.<sup>25</sup> Peneliti dapat simpulkan bahwa SMA Negeri 3 Malang melakukan penyeimbangan dalam bidang akademik dan non akademik. Sehingga prestasi-prestasi yang diraih siswa dari bidang akademik dan non akademik dapat berimbang. Melihat prestasi-prestasi yang diraih oleh siswa dalam bidang akademik dan non akademik menimbulkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan

---

<sup>22</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>23</sup> Dokumentasi peneliti

<sup>24</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>25</sup> Dokumentasi peneliti

anaknyanya di SMA Negeri 3 Malang. Sehingga dengan begitu prestasi menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan.

### 5) Kualitas Lulusan

Melihat dari kualitas lulusan di SMA Negeri 3 Malang. Dari hasil wawancara kepala SMA Negeri 3 Malang menyatakan sebagai berikut:

*Brand image* sekolah tidak hanya dilihat tentunya dari keunggulan semata namun orang juga akan melihat lulusannya, lulusannya itu mayoritas diterima di PTN yang bergengsi. Nah hal ini yang membuat orang-orang menganggap kalau sekolah di SMAN3 itu pasti diterima di PT yang mempunyai *brand*.<sup>26</sup>

Dari paparan di atas bahwa *brand image* tidak hanya dilihat dari keunggulan yang dibangun sekolah, akan tetapi kualitas lulusan di SMA Negeri 3 Malang menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* sekolah. kemudian dapat dilihat dari rata-rata lulusan dari SMA Negeri 3 Malang diterima di perguruan tinggi favorit di dalam negeri maupun di luar negeri sekalipun.

Hal ini di dukung hasil wawancara dengan Edi Effi Boediono, sebagai berikut:

Yang diterima di SMPTN baik jalur undangan maupun jalur-jalur yang lain itu disini anak-anak hampir 99% itu masuk di perguruan tinggi favorit. Tidak hanya negeri saja ya tapi juga favorit. Makanya anak-anak itu banyak di ITB, UI, Brawijaya sendiri tentunya, serta UNER, ITS dan sebagainya itu beberapa perguruan tinggi yang kita ketahui adalah perguruan tinggi yang baik secara kuantitas dan kualitas.<sup>27</sup>

Dari hasil wawancara di atas sesuai dari hasil observasi peneliti melihat kepala sekolah ke Bandung dalam rangka memberikan pelayanan legalisir

<sup>26</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 di ruang kepala sekolah

<sup>27</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd pada 08 september 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

dan cap tiga jari ijazah kepada 58 siswa di ITB.<sup>28</sup> Didukung pula dari hasil dokumentasi yaitu data alumni yang kuliah di perguruan tinggi sebagaimana dalam lampiran 9.<sup>29</sup> Kemudian hal ini yang menjadi salah satu yang dapat membangun *brand image* sehingga menjadi daya tarik orang tua siswa dengan melihat kualitas lulusan siswa di SMA Negeri 3 Malang dapat diterima di perguruan tinggi bergengsi.

Hal ini diakui oleh Salsa siswi kelas X MIPA D di SMA Negeri 3 Malang sebagai berikut:

Pertama itu sebenarnya rencana dari kecil itu inginnya bukan di SMAN 3 tapi di SMA lain, terus waktu itu kenapa mau masuk sini setelah liat saudara yang juga alumni sini kok enak terus sukses-sukses gitu, akhirnya masuk sini. Terus waktu sudah masuk sini sesuai dengan harapan, ya sudah kalau tau SMAN 3 kaya gini seharusnya dari dulu aku berfikir masuk SMAN 3.<sup>30</sup>

Kualitas lulusan yang diterima di perguruan tinggi negeri yang bergengsi dan sukses dalam hal pekerjaan menjadi faktor utama yang dapat menarik minat para siswa untuk sekolah di SMA Negeri 3 Malang. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan alumni Teuku Rizal Pahlevi mengatakan bahwa:

Alumni di SMAN 3 ini rata-rata memiliki jabatan penting di berbagai profesi seperti dalam bidang kedokteran, TNI, Pemkot, dan lain sebagainya. Dan hal ini membuat bangga juga para siswa melihat bahwa alumni sekolah mereka memiliki kursi-kursi juga.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>29</sup> Dokumentasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>30</sup> Wawancara dengan salsa siswi kelas X MIPA D, pada 08 september 2015 pukul 11.30 WIB di taman depan SMA Negeri 3 Malang.

<sup>31</sup> Wawancara alumni, bapak Teuku Rizal Pahlevi, pada tanggal 29 september 2015 pukul 15.04 WIB di rumah bapak Teuku Rizal Pahlevi.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi di atas peneliti dapat simpulkan bahwa kualitas lulusan yang dihasilkan dari alumni SMA Negeri 3 Malang memiliki kualitas yang sangat baik. Terbukti dengan adanya lulusan-lulusan yang diterima di perguruan tinggi favorit baik di dalam negeri maupun di luar negeri, tidak hanya itu tetapi alumni SMA Negeri 3 Malang juga banyak memiliki jabatan penting di perusahaan dan pemerintahan. Sehingga dengan memperlihatkan kualitas lulusan di SMA Negeri 3 Malang menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* dalam meningkatkan daya saing.

#### **6) Kegiatan Unggulan Sekolah**

Terdapat 3 kegiatan unggulan yang ada di SMA Negeri 3 Malang yaitu: *pertama*, Bedhol Bhawikarsu adalah salah satu program kesiswaan yakni kegiatan bakti sosial yang dilakukan selama 3 hari di desa terpencil yang diikuti oleh seluruh warga sekolah. *kedua*, PSCS adalah kepanjangan dari Pagelaran Seni Citra Smanti merupakan salah satu acara besar yang selalu dinantikan oleh seluruh warga sekolah yang di dalamnya terdapat sebuah pagelaran seni yang mengeksplere bakat-bakat siswa SMA Negeri 3 Malang. *Ketiga*, *Student Exchange* adalah kegiatan pertukaran pelajar yang mana kegiatan ini sebagai upaya SMA Negeri 3 Malang dalam menjalankan visi sebagai sekolah bertaraf internasional yang bekerjasama dengan River Valley high school, Singapura, Nakhonsawan high school, Thailand dan Attarkiah Islamiah Institute, Thailand. Adapun penjelasan sebagaimana berikut:

### a) Bedhol Bhawikarsu

Bedhol Bhawikarsu merupakan kegiatan tahunan SMA Negeri 3 Malang yang diselenggarakan pada tengah semester gasal semenjak tahun 2002. Ide ini berasal dari bapak Abdul Teddy, S.Pd. (seorang guru yang merupakan pembina osis waktu itu) bersama dengan pengurus OSIS 2002/2003 yang baru saja dilantik.

Program Bedhol Bhawikarsu bertujuan untuk mendekatkan seluruh elemen SMA Negeri 3 Malang kepada masyarakat di pedesaan selama tiga hari dua malam. Kegiatan ini diisi dengan bakti sosial berupa pemberian bantuan, penyuluhan, pendidikan serta pemeriksaan kesehatan secara gratis. Kegiatan ini didukung oleh swadaya serta bantuan dari ikatan Alumni SMA Negeri 3 Malang (IKASMARIAGITMA).<sup>32</sup> Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Kita disini ada program bedhol bhawikarsu ya mbak. Bedol bhawikarsu ini kegiatan bakti sosial dan pengobatan gratis di desa-desa yang butuh bantuan. Dan kegiatan ini dilaksanakan selama 3 hari di desa dan semua warga sekolah menginap di rumah-rumah warga”.<sup>33</sup>

Senada dengan apa yang diungkapkan oleh Edi Effi Boediono, sebagaimana berikut:

Bedhol itu kegiatan sosial sebenarnya. Kegiatan ini sangat terkenal sekali sehingga banyak sekolah-sekolah yang meniru kegiatan itu. Jadi kegiatan sosial yang namanya bedhol bagi seluruh kegiatan sosial baik siswa, guru, karyawan hanya tinggal satpam, itu kita menuju kedesa menginap 3 hari disana di rumah penduduk tersebar dari 150 sampe 200 rumah dan untuk tahun ini rencananya dinongko jajar. Yang penting itu ada tiga hal yaitu kegiatan sosial tentunya, akademik, kemudian yang

---

<sup>32</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/SMA\\_Negeri\\_3\\_Malang](https://id.wikipedia.org/wiki/SMA_Negeri_3_Malang), diakses pada 23 Agustus 2015 pukul 15.22 WIB

<sup>33</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 di ruang kepala sekolah

satu lagi rekreatif. Sosialnya dalam bentuk baksos dan sebagainya pengobatan gratis, sembako, penyuluhan dan sebagainya yang sangat berguna bagi masyarakatnya. Kemudian tidak sekedar bedol tapi ada kegiatan akademiknya juga. Misalnya penelitian disana. Yang bisa diteliti itu apa. Itu untuk laporan di lintas kunjungan. Kemudian di rekreatifnya disini juga ada dalam bentuk jelajah desa. Jalan-jalan keliling desa tapi menuju tempat rekreasi yang di desa nah ini ada, jadi ini harus memenuhi tiga hal itu.<sup>34</sup>

Kegiatan Bedhol Bhawikarsu di SMA Negeri 3 Malang tidak hanya melakukan kegiatan bakti sosial saja tapi ada 3 hal yang di dapat didalam kegiatan ini yakni, (1) Kegiatan sosial yang meliputi bakti sosial, pengobatan gratis, penyuluhan dan sebagainya yang berguna bagi masyarakat. (2) Akademik meliputi penelitian di desa yang dikunjungi, dan (3) Rekreatif meliputi jelajah desa yang menuju tempat rekreasi yang ada di desa tersebut.

Begitu juga seperti ungkapan dari alumni Teuku Rizal Pahlevi bahwa:

Di SMAN 3 itu ada kegiatan bedhol Bhawikarsu itu setiap tahun di daerah-daerah kecil dan itu kegiatan bakti sosialnya yaitu pengobatan gratis pada masyarakat juga bagi-bagi sembako itu kami bantu hingga sekolah tiap tahun. Kita alumni merasa bahwa punya kewajiban jadi sekolah tidak mengobrak-ngobrak kita. Sekolah memberi tahu bahwa ada kegiatan bedhol bhawikarsu otomatis alumni mempersiapkan diri untuk kegiatan sosialnya. Dan kami terjun langsung cuma memang kita bisanya acara kan 3 hari ya dan seharusnya itu kita ikut terlibat mulai dari pengobatan gratis, pembagian sembako, memperbaiki desa, dan kalo ada sekolah atau kelurahan yang memang parah itu dibantu.<sup>35</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa sekolah tersebut menerapkan program Bedhol Bhawikarsu hal ini dibuktikan dengan adanya kegiatan yang setiap tahun dilakukan. SMA

<sup>34</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd pada 08 september 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

<sup>35</sup> Wawancara alumni, bapak Teuku Rizal Pahlevi, pada tanggal 29 september 2015 pukul 15.04 WIB di rumah bapak Teuku Rizal Pahlevi.

Negeri 3 Malang bahkan mendapatkan tawaran kerjasama bakti sosial dengan SMA Negeri 7 Jakarta disebabkan dengan adanya program ini.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Edi Effi Boediono bahwa:

Untuk tahun ini sampai terdengar ke Jakarta akhirnya Jakarta ada alumni dari SMAN 7 Jakarta mau ikut bergabung di bedhol kita, mereka kegiatan baksosnya juga mau diarahkan gabung tahun ini. Sama-sama mengumpulkan mereka ikut ke program kita kegiatannya bisa tersalur dan kita juga enak kenapa? yang semula anggaran untuk baksosnya itu bisa tercaver dari mereka ya sama-sama menguntungkan. Karena mereka untuk pengobatan gratis itu 1000 pasien dan 1000 sembako gratis. Luar biasa klo gak disambut sayang. Anggarannya sudah ratusan juta. Makanya ini kerjasama mutualisme. Nah ini nanti mereka akan menularkan kesekolahnya sana. Ini loh SMAN 3 ada seperti ini. Bedhol sekarang sudah bedhol ke 15.<sup>36</sup>

Hal ini di perkuat oleh ungkapan Teuku Rizal Pahlevi sebagaimana berikut:

Bahkan tahun ini ada kegiatan bedhol bhawikarsu yang bekerjasama dengan SMAN 7 Jakarta untuk melakukan bakti sosial juga, bahkan ini SMAN 7 Jakarta juga cukup bagus.<sup>37</sup>

Hal ini sesuai dengan hasil dokumentasi berupa foto-foto kegiatan bedol bhawikarsu sebagaimana dalam lampiran 7.4.<sup>38</sup> Kegiatan Bedhol Bhawikarsu di SMA Negeri 3 Malang ini menarik minat masyarakat dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap SMA Negeri 3 Malang dengan menjalin kerjasama yang baik antar sekolah. Sehingga dengan melihat program kegiatan Bedhol Bhawikarsu berjalan dengan baik maka masyarakat dapat menilai sendiri mengenai kualitas sekolah di SMA Negeri

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd pada 08 september 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

<sup>37</sup> Wawancara alumni, bapak Teuku Rizal Pahlevi, pada tanggal 29 september 2015 pukul 15.04 WIB di rumah bapak Teuku Rizal Pahlevi.

<sup>38</sup> Dokumentasi di SMA Negeri 3 Malang



3 Malang dan secara otomatis muncullah *Brand image* di pandangan masyarakat.

**b) PSCS (Pagelaran Seni Citra Smanti)**

Program yang mendukung unggul dalam bidang non akademik dapat melahirkan *brand image* di khalayak luar adalah kegiatan PSCS.

Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Tentunya di non akademik ini ada acara besar yang mendukung *brand image* ini yaitu PSCS yang nanti akhir Oktober insyaallah. Kalo PSCS itu lebih kepada kegiatan seni ya untuk seninya jadi mengimplementasikan kegiatan-kegiatan non akademik anak-anak dari eskul-eskul itu baik musik, tari ditampilkan di PSCS itu. Meskipun juga ada bintang tamu dari luar. Tapi juga yang banyak dari musik band, tari, orkestra, perkusi juga akan ditampilkan termasuk paduan suaranya SMAN 3 dan itu juga sangat luar biasa. Tidak sekedar paduan suara tapi mereka sudah punya prestasi sekolah jada ditujukan kesana, selain ada bintang tamu untuk memeriahkan saja utamanya supaya lebih baik lagi.<sup>39</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa dalam membangun *brand image* agar memperlihatkan bahwa siswa SMA Negeri 3 Malang dapat bersaing dengan sekolah luar. SMA Negeri 3 Malang memiliki kegiatan yang namanya PSCS yaitu kegiatan ini bukan hanya kegiatan seni tetapi terdapat pesan-pesan moral yang disampaikan oleh para pejuang Bhawikarsu yang merupakan sebuah bentuk implementasi dari bakat-bakat siswa melalui ekstrakurikuler seperti musik, tari, orkestra, perkusi, panduan suara, drama, dan lain-lain.

Kegiatan PSCS ini adalah kegiatan rutin dari Osis SMA Negeri 3 Malang setiap tahun yang dilaksanakan di gedung DOME UMM yang tidak

---

<sup>39</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd pada 08 september 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

hanya dilihat oleh siswa SMA Negeri 3 Malang tetapi kegiatan ini diperuntukkan untuk umum dengan menjual tiket masuk. Sehingga dengan begitu kegiatan bakat seni siswa SMA Negeri 3 Malang dapat dilihat oleh masyarakat luas dan menumbuhkan *brand image* di khalayak luar. Pemaparan di atas dukung oleh hasil dokumentasi yang berupa foto-foto kegiatan PSCS sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.5.<sup>40</sup> Keberhasilan acara PSCS ini dapat diukur dari terjual habis tiket masuk seminggu sebelum acara PSCS dimulai.<sup>41</sup>

### c) *Student Exchange Program*

Kegiatan pertukaran pelajar ini diselenggarakan sebagai bagian dari upaya SMA Negeri 3 Malang dalam menjalankan visi yaitu berperan aktif di era global. Kegiatan ini mulai diadakan pada tahun 2008. Sebagai rintisan, SMA Negeri 3 Malang telah bekerjasama dengan *River Valley High School*, Singapura. Kemudian, SMA Negeri 3 Malang kini telah menambah mitra kerja samanya dengan *Nakhonsawan High School*, Thailand dan *Attarkiah Islamiah Institute*, Thailand.<sup>42</sup> Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Kemudian kita juga masih tetap menjalin kerjasama *student axchange*. Kalo dulu di Singapura, Nakhonsawan di Thailand dan Attarkiah di Thailand selatan. Tetapi saat ini lebih kepada Nakhonsawan. Alasannya karena secara budaya hampir sama dengan disini dan secara tata cara sopan santun budaya itu hampir sama sehingga penyesuaiannya tidak terlalu lama.<sup>43</sup>

<sup>40</sup> Dokumentasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>41</sup> [www. Sman3-malang.sch.id/news/2023.html](http://www.sman3-malang.sch.id/news/2023.html), di akses pada tanggal 21 desember 2015 pukul 10.45 WIB

<sup>42</sup> <http://www.sman3-malang.sch.id/>, di akses pada tanggal 21 Desember 2015 pukul 10.45 WIB

<sup>43</sup> Wawancara dengan Waka Humas, Bapak Edi Effi Boediono, pada 08 September 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

Kerjasama yang di rintis awalnya dengan 3 sekolah di River Valley High School Singapura, Nakhonsawan High School Thailand dan Attarkiah Thailand selatan. Saat ini hanya lebih kepada Nakhonsawan, dikarenakan alasan kebudayaannya hampir sama sehingga tidak terlalu lama untuk beradaptasi. Berbeda dengan di Singapura yang sudah sangat sekuler sehingga terjadi berbenturan budayanya. Sedangkan di Attarkiah bagus akan tetapi kelemahannya disini adalah terlalu terbelakang pendidikannya dan notabene biasa-biasa saja.

Kegiatan *student exchange* ini menjadi salah satu kegiatan unggulan di SMA Negeri 3 Malang. Dari berita-berita mengenai kegiatan *student exchange* yang sering di muat di media cetak dan di Web sekolah maka masyarakat dapat melihat dan menilai sendiri mengenai SMA Negeri 3 Malang. Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto koran yang memuat berita mengenai *student exchange* sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.6.<sup>44</sup> Peneliti melihat dengan kegiatan ini dapat meningkatkan *image* positif di masyarakat.

#### 7) Hubungan Alumni

Sebelum tahun 2002 telah berdiri ikatan alumni Bhawikarsu (IKABHASU) yang merupakan cikal bakal organisasi alumni SMA Negeri 3 Malang. Dalam perkembangannya, IKABHASU dilebur ke dalam IKASMARIAGITMA. Sebab bagi para alumni sebelum tahun 1967, semboyan Bhawikarsu belum dikenal.

---

<sup>44</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

Pada 10 Agustus 2002, di Kota Malang diadakan Reuni Akbar alumni SMA Negeri 3 Malang, yang bertepatan dengan peringatan ulang tahun ke-50 SMA Negeri 3 Malang. Para alumni peserta reuni akbar secara spontan dan antusias menyambut positif dan menyetujui pembentukan ikatan alumni SMA Negeri 3 Malang yang kemudian dikenal dengan akronim “IKASMARIAGITMA”.<sup>45</sup>

Ikatan alumni begitu peduli terhadap perkembangan sekolah. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Jadi kita ada ikatan alumni sampe nasional, Ada di dewan pimpinan pusat jakarta ada juga di batam dan masih banyak lagi hampir seluruh indonesia bahkan di luar negeri pun ada. Itu ada alur kerjanya dan suport dana sangat luar biasa. Yang tidak kalah pentingnya itu kegiatan-kegiatan sekolah yang melibatkan alumni.<sup>46</sup>

Ungkapan di atas memberikan gambaran bahwa peran alumni berpengaruh besar terhadap perkembangan sekolah. Alumni tidak hanya memberikan dukungan semata, namun di samping itu memberikan sumbangan berupa sumbangsih pemikiran dan dana untuk sekolah. Sekolah juga memberikan tempat atau kesempatan bagi para alumni untuk ikut andil dalam kegiatan apapun yang bersifat partisipasi.

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Basuki, dimana ikatan alumni di SMA Negeri 3 Malang yang begitu mensupport kegiatan sekolah. Ikatan alumni ini memiliki dewan pembimbing pusat yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia dan di luar negeri. Sehingga kemudian hal ini menjadi

---

<sup>45</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/SMA\\_Negeri\\_3\\_Malang](https://id.wikipedia.org/wiki/SMA_Negeri_3_Malang), di akses pada 23 Desember 2015 pukul 09.23 WIB

<sup>46</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 di ruang kepala sekolah

salah satu faktor pembentuk *brand image* sekolah. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Alumni juga mempunyai kontribusi bagaimana menjadikan sekolah unggul menurut versi mereka. Alumni ini ada kumpulan alumni yang namanya IKASMARIAGITMA, punya dewan pembimbing pusatnya. Ada 6 perwakilan tersebar DPPnya itu ada di Jakarta, Batam, Semarang, Bandung, Surabaya dan Malang. ada satu perwakilan luar negeri yang berpusat di Singapura.<sup>47</sup>

Paparan di atas juga di dukung oleh Edi Boediono, sebagaimana hasil wawancara berikut:

Sebenarnya salah satu *brand image* juga di SMAN 3 itu ada ikatan alumninya yang begitu kuat, begitu bagus, kepeduliannya tinggi kepada sekolah dan almamaternya, mereka juga menempati posisi strategis dalam berbagai lini. Sehingga mereka mampu menjadi jembatan atau akses yang kuat untuk menghantarkan alumni di bawahnya ke posisi yang diinginkan.<sup>48</sup>

Kepedulian alumni yang begitu tinggi terhadap sekolah sangat membantu dalam aspek dana dan kegiatan-kegiatan yang mendukung keberhasilan SMA Negeri 3 Malang. Hal ini diakui oleh Teuku Rizal Pahlevi selaku mantan ketua ikatan alumni di SMA Negeri 3 Malang sebagaimana berikut:

Kalau alumni kita sejak tahun 2002 sudah memiliki prestasi. Jadi memang disini terasa sekali kesolitan antara sekolah dan alumni. Banyak sekolah yang mempertanyakan kok SMAN 3 kok bisa seperti itu ikatan alumninya. Jadi alumni disini memang kepeduliannya terasa.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus priyana P, M.Pd pada 07 september 2015 pukul 10.38 WIB di ruang WaKa 3

<sup>48</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd pada 08 september 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

<sup>49</sup> Wawancara alumni, bapak Teuku Rizal Pahlevi, pada tanggal 29 september 2015 pukul 15.04 WIB di rumah bapak Teuku Rizal Pahlevi.

Selain kepedulian yang begitu terasa oleh ikatan alumni di SMA Negeri 3 Malang, setiap tahun ada kegiatan-kegiatan yang dapat menambah wawasan siswa. Hal ini sebagaimana hasil wawancara berikut:

Setiap tahun kita melakukan kegiatan alumni mengajar dan ini bisa dari semua lapisan profesi. Beberapa waktu yang lalu ada jenderal mengajar alumni yang memiliki peran di masyarakat, kita minta untuk mengisi dan memberi pelajaran pada anak-anak.<sup>50</sup>

Dari paparan di atas peneliti dapat simpulkan bahwa banyak sekali peran serta alumni yang diikutkan dalam proses pendidikan. *Pertama*, para alumni memberikan suport berupa dana kepada pihak sekolah, hal ini didukung oleh hasil observasi peneliti yang melihat bentuk nyata dari hasil alumni mensuport dana berupa mobil yang terparkir di depan halaman sekolah.<sup>51</sup> Didukung pula dari hasil dokumentasi yang berupa foto mobil yang terparkir di halaman sekolah sebagaimana dalam lampiran 7.7.<sup>52</sup> *Kedua*, tidak hanya berperan sebagai alumni semata namun juga bisa memberikan sumbangsih pemikiran mereka tentang bagaimana pendidikan yang sesungguhnya dengan adanya program alumni mengajar. Kegiatan alumni mengajar sesuai dengan hasil dokumentasi yang berupa foto kegiatan pada saat alumni-alumni yang memiliki profesi penting seperti jenderal dan dokter memberikan pengajaran dan arahan kepada siswa SMA Negeri 3 Malang dan juga foto reoni alumni yang diadakan di Aula bersama sesuai dalam lampiran 7.8.<sup>53</sup>

---

<sup>50</sup> Wawancara alumni, bapak Teuku Rizal Pahlevi, pada tanggal 29 september 2015 pukul 15.04 WIB di rumah bapak Teuku Rizal Pahlevi.

<sup>51</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>52</sup> Dokumentasi Peneliti

<sup>53</sup> Dokumentasi di SMA Negeri 3 Malang

Dari hasil wawancara dan observasi di atas peneliti menyimpulkan bahwa terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh ikatan alumni SMA Negeri 3 Malang dalam membangun brand image sekolah diantaranya: 1) memberikan sumbangsih pemikiran berupa pendapat-pendapat untuk memajukan sekolah, 2) memberikansumbangan dana untuk biaya pembangunan dan sarana prasarana sekolah, 3) alumni setiap tahun memberikan pembelajaran kepada siswa melalui kegiatan alumni mengajar. hal inilah yang menjadi salah satu kegiatan dari ikatan alumni yang dapat membangun brand image di SMA Negeri 3 Malang.

#### **b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

##### **1) Akreditasi Kelembagaan**

Latar belakang adanya kebijakan akreditasi sekolah di Indonesia adalah bahwa setiap warga negara berhak memperoleh pendidikan yang bermutu. Untuk dapat bermutu menyelenggarakan pendidikan yang bermutu, maka setiap program pendidikan harus memenuhi atau melampaui standar yang dilakukan melalui kegiatan akreditasi terhadap kelayakan setiap program pendidikan.

Melalui pengelolaan yang berkesinambungan dan proses akreditasi, maka sejak tanggal 17 Desember 2007 SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo memperoleh peringkat terakreditasi A. Hal ini yang menjadi daya tarik orang tua siswa dalam memasukkan putra-putrinya mengenyam pendidikan di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.<sup>54</sup> Dalam hal ini

---

<sup>54</sup> <http://smanj.sch.id>, di akses pada diakses pada tanggal 10 maret 2015

didukung oleh hasil dokumentasi yang berupa foto sertifikat akreditasi A sebagaimana dalam lampiran 10.<sup>55</sup> Sehingga dengan sekolah yang terakreditasi A maka secara otomatis *image* masyarakat sangat baik terhadap sekolah.

## 2) Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000

Dari hasil observasi dan wawancara dalam hal ini peneliti melihat bahwa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo masih belum memiliki sertifikat ISO seperti di SMA Negeri 3 Malang. Hal ini dijelaskan oleh bapak Faizin selaku kepala SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebagai berikut:

Kami saat ini masih belum memiliki ISO, tapi ada keinginan untuk mendapatkan ISO tersebut melalui program jangka panjang.<sup>56</sup>

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kepala SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo ada keinginan untuk mendapatkan Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000 untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan sekolah, tetapi melalui tahap program sekolah jangka panjang.

## 3) Tingkah Laku Siswa

Salah satu faktor pembentuk *brand image* adalah tingkah laku siswa, maka dari hasil dari observasi dan wawancara peneliti bahwa tingkah laku siswa baik di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Penanaman akhlak yang di sekolah maupun di pondok pesantren kepada siswa telah menjadikan tingkah laku siswa terhadap sesama teman, guru, dan

---

<sup>55</sup> Dokumentasi Peneliti

<sup>56</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah



masyarakat sekitar sangat baik dan sopan. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Kami disini selalu menanamkan nilai-nilai pesantren di sekolah karena kita adalah sekolah yang berada di bawah naungan pondok pesantren. jadi siswa disini dalam pergaulan sehari-hari alhamdulillah baik. Tidak pernah terjadi hal-hal yang menyimpang. Pertengkarannya kecil mereka hanya sekedar dalam persaingan lomba antar program atau antar lembaga pendidikan di lingkungan pesantren. Hanya selisih pendapat dan persaingan yang sehat. Selebihnya dalam keseharian tidak pernah terjadi tauran dan hal-hal menyimpang lainnya.<sup>57</sup>

Hal ini di dukung oleh pernyataan bapak Bagio selaku pemilik toko foto copy di dekat lingkungan SMA Nurul Jadid, bahwa:

Kalau saya perhatikan sikap dan tingkah laku siswa SMA Nurul Jadid ini baik ya. Tidak pernah saya melihat dan mendengar adanya pertengkarannya yang mengakibatkan tauran. Bahkan akhlak mereka terhadap warga sekitar sini baik.<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti dapat disimpulkan bahwa tingkah laku siswa di SMA Nurul Jadid tidak pernah terjadi hal-hal yang menyimpang seperti pertengkarannya yang mengakibatkan tauran antar lembaga pendidikan hanya saja pertengkarannya kecil sesama siswa SMA Nurul Jadid. Hal ini dikarenakan penanaman nilai-nilai pesantren terhadap seluruh siswa. Sehingga di sekolah maupun di asrama sikap tawadu' mereka sangat terlihat. Dalam Hal ini sesuai dengan hasil observasi peneliti yang melihat siswa yang berpapasan dengan guru selalu bersalaman dan menunduk saat berbicara dengan orang yang lebih tua.<sup>59</sup> Sehingga dengan tingkah laku yang baik dan sopan santun siswa terhadap sesama teman, guru

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan waka kesiswaan, Bapak Qomar, pada 3 November 2015 pukul 11.27 WIB di ruang BK.

<sup>58</sup> Wawancara dengan warga sekitar SMA Nurul Jadid, Bapak Bagio, pada 3 November 2015 pukul 12.05 WIB di depan toko foto copy.

<sup>59</sup> Observasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

dan masyarakat. Maka timbullah *image* positif di kalangan masyarakat mengenai tingkah laku siswa di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

#### 4) Prestasi Siswa

Prestasi yang diraih oleh SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sangat baik dan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Prestasi melalui perlombaan-perlombaan yang berhubungan dengan akademik dan non akademik ini menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* sekolah.

Dalam bidang akademik prestasi siswa lebih ditonjolkan sesuai dengan visi dan misi sekolah pada keunggulan tiga bahasa yaitu bahasa Inggris, Arab dan Mandarin dan juga prestasi dalam mengikuti olimpiade-olimpiade. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah sebagai berikut:

Alhamdulillah kita telah banyak mendapatkan prestasi. Salah satunya adalah prestasi dalam bidang bahasa mandarin yang sampai tingkat internasional. Dan juga prestasi dari olimpiade-olimpiade yang diikuti oleh siswa.<sup>60</sup>

Prestasi yang diraih oleh SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo membuktikan bahwa sekolah swasta yang berada di dalam naungan pesantren mampu bersaing baik ditingkat nasional maupun internasional. Diperkuat berdasarkan hasil dokumentasi berupa data prestasi siswa SMA Nurul Jadid dalam lampiran 11 dan foto piala dan piagam penghargaan yang diraih, sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.9.<sup>61</sup> Sehingga daya tarik masyarakat terhadap SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo semakin tinggi.

---

<sup>60</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>61</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi selain prestasi di bidang bahasa dan olimpiade dibidang akademik ada pula prestasi siswa dalam bidang non akademik. Sesuai dengan visi dan misi sekolah yaitu berketerampilan sesuai dengan kemampuan siswa maka sekolah memberikan wadah kepada siswa untuk berkreasi sesuai dengan bidang kemampuan mereka. Saat ini yang menjadi kebanggan sekolah adalah kemampuan siswa dalam bidang robotika. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Ekstra robotika ini adalah dari keinginan siswa sendiri dalam membentuk tim robotika. Mereka datang ke saya dan meminta izin untuk membentuk tim dan saya sangat mensupport sekali keinginan mereka ini. Hingga saat ini banyak karya-karya mereka telah di publikasikan dan menjadi suatu prestasi dan kebanggaan bagi sekolah.<sup>62</sup>

Kreasi robotika siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo ini dipamerkan pada saat hari ulang tahun pondok pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo sehingga banyak masyarakat luar yang melihat. Selain itu juga kreatifitas siswa dalam bidang robotika ini diekspos di media masa. Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi yang berupa foto karya robotika yang dipamerkan dan foto koran yang memuat tentang karya robotika siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebagaimana dalam lampiran 7.10.<sup>63</sup> Sehingga dengan berbagai prestasi-pestaasi yang diraih oleh SMA Nurul Jadid menurut peneliti menjadi salah faktor yang dapat membentuk *brand image* sekolah.

---

<sup>62</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>63</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

## 5) Kualitas Lulusan

Kualitas lulusan sekolah menjadi salah satu yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam menyekolahkan anaknya. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo memiliki kualitas lulusan yang baik dan dapat bersaing. Terbukti dari output yang diterima di perguruan tinggi bergengsi baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Sebagaimana hasil wawancara dengan Waka Humas bahwa:

Lulusan kami alhamdulillah tersebar di berbagai perguruan tinggi bergengsi baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Untuk diluar negeri lulusan kami tersebar di Cina dan Taiwan. Ada juga siswa kami 1 orang siswa yang kita kirim untuk pertukaran pelajar di amerika. dan ini menjadi peluang-peluang kita dalam kerjasama dengan sekolah luar. Dan ini tampaknya juga menjadikan *image* kita meningkat di pandangan masyarakat.<sup>64</sup>

Berdasarkan wawancara di atas sesuai dengan hasil dokumentasi berupa data siswa yang telah kuliah di perguruan tinggi di dalam maupun luar negeri dan foto-foto pelepasan siswa studi lanjut ke Cina dan foto alumni di Cina sesuai dalam lampiran 7.11.<sup>65</sup> Hal senada juga di paparkan oleh salah satu siswa bahwa:

Awalnya saya biasa-biasa saja saat masuk di SMANJ ini. Tapi saat melihat kakak kelas banyak yang diterima di perguruan tinggi di luar negeri seperti Cina dan Taiwan. Saya ikut merasa bangga melihat lulusan SMANJ ini yang mampu diterima di Universitas yang favorit dan juga di universitas luar negeri.<sup>66</sup>

Melihat lulusan yang mampu diterima di perguruan tinggi baik dalam negeri maupun luar negeri menghilangkan *image* masyarakat tentang

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan Waka Humas, Bapak Syauqi, Lc, pada 3 November 2015 pukul 10.44 WIB di ruang Bk

<sup>65</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>66</sup> Wawancara dengan siswa kelas XI IPA 3, Siti Nadifah, Pada 3 November 2015 pukul 12.22 WIB di depan kelas XI IPA 3

sekolah swasta yang berada didalam naungan pondok pesantren adalah sekolah yang lebih kepada pendidikan agama dan kitab kuning saja, tetapi ternyata mampu bersaing dengan sekolah-sekolah negeri umum lainnya dan berwawasan global. Sehingga peneliti melihat bahwa kualitas lulusan juga menjadi salah satu faktor terbentuknya *brand image* sekolah.

#### 6) Kegiatan Unggulan Sekolah

Kegiatan unggulan sekolah yang ada di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo yaitu sebagaimana dijelaskan oleh kepala SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo, yaitu:

Kegiatan atau program unggulan sekolah kami yaitu pertama, program unggulan Bahasa yang diasramakan khusus, kedua, program unggulan MIPA yang diasramakan khusus, ketiga, pembinaan al-Qur'an dan Furudhul Ainiyah dan keempat, pembinaan jurnalistik.<sup>67</sup>

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa terdapat empat kegiatan atau program unggulan sekolah yaitu:

##### a) Program unggulan Bahasa, berasrama khusus

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan bahwa program unggulan Bahasa ini diasramakan khusus memfokuskan pada tiga bahasa yaitu bahasa Inggris, Arab dan Mandarin. Tetapi yang lebih ditonjolkan dari ke tiga bahasa tersebut adalah bahasa Mandarin. Sebagaimana wawancara berikut:

Saya ingin mencari *image* lain yang tidak dimiliki sekolah lain yaitu menanamkan sekolah ini sebagai basisnya pendidikan mandarin dan luar negeri atau pendidikan bahasa asing dan sekarang kita manfaatkan dengan posisi anak-anak di pondok. Jadi kelebihan kita

---

<sup>67</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 03 November 2015 pukul 09.45 WIB di ruang kepala sekolah

mengembangkan bahasa asing karena anak-anak berada di dalam asrama dan setiap hari berkomunikasi dan bertemu didalam asrama. Hal ini yang saya rasa tidak banyak dimiliki oleh sekolah lain.<sup>68</sup>

Dari pemaparan di atas bahwa kepala sekolah menanamkan pendidikan mandarin kepada siswa-siswa program bahasadan memanfaatkan posisi siswa yang berada di dalam pondok dengan mengasramakan siswa program bahasa dan mengembangkan pendidikan bahasa mandarin tidak hanya di sekolah, tetapi juga dikembangkan lebih mendalam di asrama dengan diwajibkan kepada siswa untuk berkomunikasi menggunakan bahasa mandarin. Peneliti melihat bahwa siswa program Bahasa dalam kesehariannya diwajibkan menggunakan bahasa Mandarin dalam berkomunikasi baik di asrama maupun di sekolah.<sup>69</sup> Keunikan yang dimiliki SMA Nurul Jadid dalam pendalaman tiga bahasa dan khususnya bahasa mandarin dapat menjadi daya tarik terhadap masyarakat dengan melihat siswa yang begitu lancar berkomunikasi bahasa mandarin.

b) Program unggulan MIPA, berasrama khusus

Tidak hanya program ilmu bahasa yang diasramakan tetapi program unggulan MIPA di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo juga diasramakan khusus. Sebagaimana wawancara dengan Rike selaku salah satu pembina di asrama program unggulan MIPA bahwa:

Program unggulan MIPA di SMANJ ini di asramakan khusus di dalam pondok barat Nurul Jadid dengan tiga kamar untuk kelas X, XI dan XII. Kegiatannya sangat padat dari pagi hingga malam hari

<sup>68</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 03 November 2015 pukul 09.45 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>69</sup> Observasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

dan terjadwal. Dalam setiap kegiatan di asrama tujuannya untuk memperdalam mata pelajaran di sekolah. kemudian bagi semua siswa program unggulan MIPA diwajibkan untuk berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris dalam kesehariannya.<sup>70</sup>

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa program unggulan MIPA SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo selain di sekolah, para siswa mendapatkan bimbingan materi lebih mendalam di asrama dan kesehariannya. Kemudian baik di sekolah maupun di asrama para siswa diwajibkan menggunakan bahasa Inggris dalam berkomunikasi baik terhadap sesama teman maupun guru. Sehingga dengan diasramakannya program unggulan MIPA ini para siswa dapat meningkatkan prestasi mereka dan dapat bersaing dengan siswa-siswa sekolah favorit. Pengamatan peneliti di lapangan melihat bahwa para siswa program unggulan MIPA memiliki kegiatan yang begitu padat dari kegiatan sholat tahajud, sholat subuh, sholat dhuha berjama'ah, berangkat ke sekolah, lalu pulang dari sekolah istirahat beberapa jam lalu kursus sore dilanjutkan dengan kursus malam, terakhir kegiatan belajar bersama di asrama pada malam hari pukul 21.00-22.00 WIB. Peneliti juga melihat bahwa dalam kesehariannya para siswa menggunakan bahasa Inggris untuk berkomunikasi.<sup>71</sup> Dengan berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti maka peneliti melihat dampak dari mengembangkan program unggulan MIPA yang diasramakan dapat menimbulkan *image*

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan salah satu pembina asrama program unggulan MIPA, Driana Rike, pada 03 Januari 2016 pukul 15.33 WIB

<sup>71</sup> Observasi di asrama SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

positif dan kepercayaan yang begitu besar dari para *stakeholders* terhadap SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

c) Pembinaan al-Qur'an dan Furudhul Ainiyah

Kepala SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo membangun keunggulan sekolah selanjutnya dengan keunggulan dalam bidang keagamaan. Kepala SMA Nurul Jadid menjelaskan bahwa:

Dari moto local wisdom yang ada di SMANJ ini memang bagaimana kita menjaga nilai-nilai kesantunan dan keislaman. Jadi kita buat kegiatan yang mendukung untuk menjaga nilai-nilai tersebut. Seperti setiap hari kita wajib adakan pembinaan Al-Qur'an.<sup>72</sup>

Kemudian kepala SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo menggarap materi keagamaan yang sesuai dengan standar kemampuan, Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Karena sekolah ini berada di pesantren maka kita titik tekankan kepada kegiatan keagamaan. Kita melihat bahwa orang yang masuk ke sekolah ini tidak semata-mata menginginkan sekolah tetapi juga mengejar pendidikan keagamaan, karena itu kita garap materi keagamaan yang memiliki standar kemampuan. Jadi paling tidak kita menangkap dari keinginan masyarakat. Kita melakukan program dengan menguatkan program keagamaan dengan standar yang kita buat. Jadi kita buat buku standar bahwa siswa selama 3 tahun harus mampu, sehingga keluar dari sekolah mereka harus mampu sesuai standar.<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa kepala sekolah melihat SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo ini berada dalam naungan pondok pesantren dan melihat keinginan masyarakat yang ingin mendapat pendidikan keagamaan yang baik, maka kepala

<sup>72</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 03 November 2015 pukul 09.45 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>73</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah



sekolah membangun kegiatan unggulan sekolah melalui bidang keagamaan dengan mengadakan pembinaan Al-Qur'an dan Furudhul Ainiyah memiliki standar kemampuan yang ditetapkan pesantren. Dari hasil wawancara di atas sesuai dengan hasil dokumentasi berupa buku standar keagamaan yang disebut buku panduan Furudhul Ainiyah Pondok Pesantren Nurul Jadid yang bekerjasama dengan pondok pesantren dan lembaga-lembaga formal yang ada di lingkungan pesantren sebagaimana terdapat dalam lampiran 12.<sup>74</sup> Dengan adanya buku standar keagamaan yang dibuat oleh pesantren untuk sekolah menjadi salah satu faktor utama menentukan kenaikan kelas siswa dan kelulusan siswa di sekolah. Sehingga dengan begitu masyarakat dapat melihat bahwa *brand image* sebagai sekolah agama telah berjalan dengan baik.

#### d) Pembinaan Jurnalistik

Kegiatan unggulan sekolah selanjutnya yaitu pembinaan Jurnalistik. Pembinaan jurnalistik yang diadakan di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo guna mengembangkan bakat siswa dalam keterampilan menulis. Sebagaimana wawancara dengan kepala sekolah bahwa:

Di SMANJ ini kami juga mengadakan pembinaan jurnalistik kepada para siswa yang memiliki bakat dalam menulis. Melalui organisasi MISI ini siswa yang ingin mengasah kemampuannya dapat bergabung. Dan alhamdulillah kemaren juga kami menjuarai lomba koran pelajar dengan desain dan lay out terbaik.<sup>75</sup>

Berdasarkan pengamatan peneliti bahwa kepala sekolah menyediakan wadah untuk siswa mengesplor bakat menulis siswa

---

<sup>74</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>75</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

melalui organisasi MISI (Majalah Informasi Siswa Intelektual) yaitu majalah sekolah yang diterbitkan oleh siswa dan dipasarkan tidak hanya dilingkungan sekolah tetapi juga diluar sekolah. Peneliti juga melihat di tembok samping pintu gerbang sekolah terdapat karya tulis siswa dipajang berupa majalah yang memuat berita-berita saat ini. Tidak hanya itu saja siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo juga menjuarai lomba koran pelajar 2014 dengan kategori desain terbaik yang di adakan oleh Jawa Pos RADAR BROMO.<sup>76</sup>

Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto piagam penghargaan dari Jawa Pos Radar Bromo sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.12.<sup>77</sup> Sehingga dengan adanya kegiatan unggulan sekolah yang berupa pembinaan jurnalistik terhadap siswa yang memiliki bakat menulis dan di perlihatkan melalui majalah yang dipasarkan kepada masyarakat dapat menimbulkan *brand image* SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo semakin baik.

#### **7) Hubungan Alumni**

Hubungan alumni di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo tersebar di berbagai daerah di Indonesia maupun luar negeri. Alumni yang tersebar di berbagai daerah memiliki sebuah ikatan yang mana di dalamnya tergabung dari berbagai macam lembaga di Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton probolinggo. Ikatan alumni ini dibentuk oleh mahasiswa yang dari berbagai kampus. Sehingga hal ini yang membuat masyarakat banyak melihat dan

---

<sup>76</sup> Observasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>77</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

mengenal Pondok Pesantren Nurul Jadid khususnya SMA Nurul Jadid

Paiton Probolinggo. hal ini sebagaimana hasil wawancara berikut:

Alumni kita sudah banyak tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Dan khusus alumni yang menjadi mahasiswa di berbagai kampus luar mereka membentuk sebuah ikatan alumni yang didalamnya bukan hanya alumni SMANJ tetapi gabungan dari berbagai lembaga pendidikan yang ada di pondok Nurul Jadid. Seperti di Malang ada ikatan alumni Nurul Jadid yang namanya IMAN, di Surabaya namanya KAMANURJA, di Jogja namanya Panji, Jember namanya NJ IC, Jakarta ada namanya Fajar Zaini dan masih banyak lagi di daerah-daerah lain.<sup>78</sup>

Alumni-alumni yang tersebar di berbagai daerah dan berbagai macam nama ikatan alumni tersebut tidak hanya sebuah perkumpulan alumni saja tapi di dalamnya terdapat berbagai macam kegiatan yang lebih kepada pendalaman intelektual seperti diskusi dan solidaritas terhadap alumni-alumni baru.

Akan tetapi hubungan alumni dengan sekolah masih belum sepenuhnya optimal, masih difasilitasi oleh pertemuan alumni sendiri.<sup>79</sup> Namun alumni di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo masih berperan sebagai pemberi motivasi terhadap siswa. Sebagaimana wawancara berikut:

Disini kita ada kegiatan orientasi dan jenjang karir. yang mana alumni-alumni yang kuliah di universitas luar negeri seperti di Australia, Itali, Cina dan juga alumni yang sudah menjadi orang besar diminta untuk memberikan motivasi dan arahan-arahan kepada para siswa. Kegiatan ini dilakukan untuk menumbuhkan rasa percaya diri kepada siswa-siswa yang merasa minder untuk melanjutkan studi lanjutnya.<sup>80</sup>

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan guru, Zakiyatuz Sholihah, S.Pd.I, Pada 29 Desember 2015 pukul 15.32 WIB

<sup>79</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>80</sup> Wawancara dengan guru, ibu Zakiyatus Sholihah, pada 29 Desember 2015 pukul 15.32 WIB

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa peran alumni sangat dibutuhkan untuk memberikan motivasi kepada siswa-siswi yang ingin melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Dengan motivasi yang diberikan para alumni diharapkan agar dapat menumbuhkan rasa percaya diri siswa yang awalnya merasa minder dan bingung untuk menentukan studi lanjutnya. Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto kegiatan dengan alumni yang kuliah di Australia yang sedang memberikan pengarahan dan motivasi terhadap siswa sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.13.<sup>81</sup>

Dari paparan di atas dapat ditemukan hasil temuan faktor-faktor pembentuk *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah, sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.3  
faktor-faktor pembentuk *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah

Faktor-faktor pembentuk <i>brand image</i>	
SMA Negeri 3 Malang	SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo
1. Akreditasi sekolah	1. Akreditasi sekolah
2. Standar manajemen Mutu ISO 9001:2000	2. Tingkah laku siswa
3. Tingkah laku siswa	3. Prestasi siswa
4. Prestasi siswa	4. Kualitas lulusan
5. Kualitas lulusan	5. Kegiatan unggulan sekolah
6. Kegiatan unggulan sekolah	6. Hubungan Alumni
7. Hubungan Alumni	

## 2. Langkah-langkah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing.

Dalam membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing suatu lembaga pendidikan diperlukan langkah-langkah yang dilakukan kepala

<sup>81</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

sekolah. Oleh karena itu peneliti mengungkap berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa kepala sekolah melakukan beberapa langkah-langkah terhadap beberapa faktor pembentuk *brand image* yang terdapat di dua situs penelitian. Sehingga dapat membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Berikut adalah pemaparan secara terperinci sebagaimana berikut:

#### **a. SMA Negeri 3 Malang**

##### **1) Akreditasi Kelembagaan**

Langkah-langkah yang digunakan SMA Negeri 3 Malang dalam mencapai akreditasi dengan nilai A, dijelaskan oleh bapak Basuki sebagai berikut:

Kami mengawali dari koordinasi. Jadi kordinasi untuk pekerjaan yang nanti diawali dari analisis. Setelah analisis maka akan diketahui perencanaannya yang akan dilaksanakan detailnya seperti ini, dilaksanakan waktunya ini, biaya sekian, peluang, tantangan dan hambatannya dianalisis kemudian dilaksanakan. Setelah dilaksanakan itu ada tahap yang dinamakan pelaporan dan pertanggung jawaban. Semua bagian seperti itu sesuai 8 Standar Nasional Pendidikan.<sup>82</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa langkah-langkah pencapaian akreditasi dengan nilai A diawali melalui analisis SWOT yang sesuai dengan 8 Standar Nasional Pendidikan. Hal ini juga ditambahkan oleh kepala SMA Negeri 3 Malang bahwa:

Kita membuat diskusi bersama dengan mendata semua unsur lalu membicarakan perkembangan saat ini, yang akan datang dan kondisi *real* kita. Kemudian kita buat analisis SWOT untuk melihat sekolah ini

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

baiknya seperti apa. Lalu mengingat di negara kita ada 8 standar yang kemudian kita buat evaluasi diri yaitu di standar tersebut kita sudah sampai dimana posisinya. Dari hasil tersebut posisi kita memang sudah berada diatas. Semisal contoh di standar proses ingin inovasi apa lalu di sambungkan dengan visi yang ada. Jadi dari evaluasi tersebut kita membuat rencana pengembangan sekolah kedepan.<sup>83</sup>

Dari pemaparan di atas peneliti dapat simpulkan bahwa untuk mencapai akreditasi A setelah diskusi bersama dan melakukan analisis SWOT maka dilakukan evaluasi diri dari 8 Standar Nasional Pendidikan untuk melihat pencapaian posisi sekolah. Kemudian dengan evaluasi diri yang dilakukan sekolah maka dapat dilakukan dengan membuat rencana pengembangan sekolah yang akan datang.

Selanjutnya setelah SMA Negeri 3 Malang mencapai akreditasi A maka perlu adanya strategi untuk mempertahankan akreditasi dan mutu sekolah yang telah dicapai. Sebagaimana hasil wawancara dengan Kepala sekolah bahwa:

Untuk mempertahankannya itu ada beberapa strategi. Yang pertama, yang utama kita kelola dulu gurunya. Jadi pengelolaan secara total mengenai kualitas guru, artinya siapapun guru yang mengajar di SMAN 3 itu diwajibkan untuk ikut namanya SOP (Standar Oprasional Prosedur). Misalnya bagaimana untuk jenjang pendidikannya? Bagaimana penguasaan IT nya? Kemudian bagaimana kemampuan risetnya? Hal ini yang kami bangun. Karena bagaimanapun juga kami tidak lepas dari riset ini. Yang kedua, mengupgrade karyawan, tenaga pendidik kependidikan, karena ini merupakan layanan selain guru.<sup>84</sup>

Dari paparan di atas dapat dijelaskan bahwa untuk mempertahankan akreditasi A dan mutu sekolah yang baik sangat diperlukan agar tidak terjadi penurunan terhadap kualitas sekolah. Untuk mempertahankan akreditasi A

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan Kepala Sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2016 pukul 10.33 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>84</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang Kepala sekolah.

tersebut di perlukan beberapa strategi. *Pertama*, pengelolaan secara total mengenai kualitas guru sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur). *Kedua*, mengupgrade karyawan, tenaga pendidik dan kependidikan.

Dalam proses melakukan langkah-langkah tersebut tidak semuanya berjalan dengan baik, akan tetapi terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaannya. Sebagaimana penjelasan bapak Basuki bahwa:

Masalah organisasi yang lebih banyak itu adalah pemahaman terhadap tupoksi (tugas pokok dan fungsi). Tantangan yang paling berat menurut saya bagaimana mendudukan tugas pokok dan fungsi dari masing-masing personil yang ada di SMAN 3. Jadi dia tau tapi tidak mau mengerjakan, ada yang tau tapi pura-pura tidak tau dan ada yang tau tapi tidak mau dengan berbagai macam alasan. Sehingga menghidupkan permasalahan tupoksi sesuai dengan standar layanan yang ditetapkan badan standar nasional pendidikan itu yang berat.<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat kendala dalam melaksanakan langkah-langkah mencapai akreditasi A yaitu kurangnya kesadaran dari beberapa guru mengenai permasalahan tugas pokok dan fungsi yang sesuai standar layanan yang telah ditetapkan oleh badan standar nasional pendidikan. Sehingga dalam menjalankan langkah-langkah tersebut tidak semua melaksanakan tugasnya dengan baik.

Sehingga untuk menanggulangi kendala mengenai kurangnya kesadaran guru dalam menjalankan tugas maka sekolah melakukan dua langkah yaitu dengan memberikan *reward* kepada guru yang berprestasi dan disiplin kemudian memberikan *punishment* kepada guru yang tidak rajin dan tidak disiplin. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

---

<sup>85</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

Untuk mengatasi guru-guru yang kurang disiplin maka di SMAN3 ini terdapat pemberian *reward* dan *punishment* kepada guru-guru. Jadi pemberian *reward* kepada guru yang disiplin dan berprestasi ini tidak berupa hadiah atau uang akan tetapi diberikan berupa piagam penghargaan dan pemberian *punishment* kepada guru yang tidak disiplin berupa teguran melalui tulisan kemudian jika mengulangi lagi maka di panggil kepala sekolah dan kemudian di bicarakan di dalam rapat.<sup>86</sup>

Dengan adanya *reward* dan *punishment* terhadap guru diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran guru-guru dalam menjalankan tugasnya. *Reward* tersebut tidak berupa hadiah berbentuk uang tetapi berbentuk piagam penghargaan terhadap guru yang disiplin dan berprestasi. Kemudian *punishment* disini yang pertama adalah berupa teguran terhadap guru tersebut dan apabila berlanjut maka akan menghadap kepala sekolah dan selanjutnya akan didiskusikan dalam rapat dewan guru. Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa laporan detail harian absen guru selama seminggu yang diberikan kepada seluruh guru yang didalamnya akan terlihat apakah absennya terpenuhi atau tidak sebagaimana terdapat dalam lampiran 13.<sup>87</sup>

## 2) Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000

Mencapai sertifikat ISO 9001:2000 adalah langkah awal untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan dan meraih pengakuan internasional. Untuk mencapai sertifikat tersebut menggunakan beberapa langkah-langkah. Dalam hal ini peneliti melaksanakan wawancara dengan bapak Basuki sebagai berikut:

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

<sup>87</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang



Kalau saya melihatnya dari teori manajemen. Total quality manajemen itu ada empat langkah yaitu: *plan*, *do*, *chek*, dan *action*. Jadi ada perencanaan, ada pelaksanaan, ada evaluasi, dan ada perbaikan setelah evaluasi itu. Ini yang mencoba untuk selalu dilakukan semua bagian yang jumlahnya 42 bagian. Jadi kalau misalnya bagaimana caranya ya menerapkan empat itu tadi yaitu dengan berkesinambungan, jadi jangan harap program yang tahun kemaren bagus sepanjang nanti dianalisis tidak bagus mungkin akan dihapus tahun ini.<sup>88</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa

langkah-langkah sekolah dalam mencapai sertifikat ISO 9001:2000 yaitu dengan menggunakan *plan*, *do*, *chek*, dan *action*. Yang mana *plan* adalah tahap perencanaan, *do* adalah tahap pelaksanaan, *chek* adalah evaluasi dan *action* adalah perbaikan setelah evaluasi. Dalam beberapa tahap ini dilakukan secara berkesinambungan dan apabila sepanjang analisis terdapat ketidaksesuaian, maka akan ada program yang dihapus begitupula sebaliknya. Dari pencapaian tersebut dapat dilihat dari hasil dokumentasi yang berupa foto sertifikat ISO 9001:2000 dan IWA 2:2007 yang telah di dapatkan oleh SMA Negeri 3 Malang sebagaimana terdapat dalam lampiran 6.<sup>89</sup>

Kemudian saat ini SMA Negeri 3 Malang tidak lagi menggunakan setifikat ISO 9001:2000 di karenakan berbagai pertimbangan seperti faktor biaya yang begitu tinggi. Akan tetapi dengan tidak menggunakan ISO 9001:2000 maka SMA Negeri 3 Malang tetap menerapkan langkah-langkah *plan*, *do*, *check*, *action* untuk mencapai mutu sekolah yang baik.

Sebagaimana hasil wawancara berikut:

---

<sup>88</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

<sup>89</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

Kami saat ini sudah tidak menggunakan ISO lagi. Sehingga kita tidak mendapat sertifikat ISO 9001:2000, tetapi kami masih menerapkan *plan, do, check, action* dalam pengembangan mutu sekolah.<sup>90</sup>

SMA Negeri 3 Malang tetap mengadopsi langkah-langkah *plan, do, check, action* yang diterapkan dalam proses pencapaian ISO walaupun sudah tidak menggunakan sertifikat ISO lagi. Dengan mengadopsi langkah-langkah PDCA tersebut SMA Negeri 3 Malang tetap dapat mengembangkan mutu sekolah dengan baik dan diaplikasikan melalui proses akreditasi.

### 3) Tingkah laku siswa

Dalam membangun *brand image* sekolah salah satu faktor pembentuknya adalah tingkah laku siswa yang baik. Kemudian dengan tingkah laku siswa yang baik di SMA Negeri 3 Malang akan timbul *image* positif dikalangan masyarakat. Maka untuk membentuk tingkah laku siswa yang baik diperlukan beberapa strategi sekolah sehingga memiliki akhlak yang baik. Kepala SMA Negeri 3 Malang menjelaskan bahwa:

Untuk membentuk tingkah laku siswa yang baik dan sopan santun terhadap guru dan sesama teman. Disini jika melihat dari visi sekolah kita mencoba membangun unggul dalam bidang akhlakul karimah, beriman dan bertaqwa. Sehingga muncullah kita program BHAWIKARSU RELIGI dan ada bukunya. Jadi walaupun sekolah ini kategori sekolah unggulan tetap tiap pagi hari ada ngaji bersama dan ada targetnya anak-anak harapannya hafal juz 30. Dan juga ada kegiatan-kegiatan yang mendukung misalnya studi kajian islam.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

<sup>91</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang Kepala sekolah

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa SMA Negeri 3 Malang dalam membangun keunggulan dalam bidang akhlakul karimah terdapat beberapa kegiatan yaitu:

*pertama*, kegiatan BHAWIKARSU religi dan ada buku pedomannya yang dipegang oleh seluruh siswa dan guru. Hal ini sesuai dengan hasil obsevasi peneliti yang melihat sendiri kegiatan pembacaan juz Amma yang dipimpin dari sentral dan diikuti oleh siswa-siswa di dalam kelas masing-masing.<sup>92</sup> Dan didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto buku Bhawikarsu Religi yaitu didalamnya terdapat tuntunan bagi siswa mengenai ajaran-ajaran mengenai sholat, dzikir, do'a-do'a, asma'ul husna, dan Juz Amma yang diharapkan para siswa dapat memahami dan memiliki bekal ilmu keagamaan. Kemudian hasil dokumentasi berupa foto siswa yang sedang memimpin pembacaan juz amma dari sentral sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.14.<sup>93</sup>

*Kedua*, di SMA Negeri 3 Malang memiliki suatu susunan organisasi di bawah naungan OSIS SMA Negeri 3 Malang yang dinamakan SKI (Studi Kajian Islam) yang mana di dalamnya terdapat beberapa program keagamaan dan memiliki tanggung jawab masing-masing oleh anggota organisasi. Dari organisasi ini siswa-siswa dapat belajar lebih dalam mengenai banyak hal salah satunya *leadership*, saling mengingatkan sesama teman untuk saling bahu membahu dalam kebaikan.

---

<sup>92</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>93</sup> Dokumentasi Peneliti

Dalam organisasi SKI ini terdapat beberapa bagian anggota yang dinamakan departemen. (1) Departemen kewirausahaan memiliki tugas untuk membuat sebuah badan usaha yang tidak lepas dari keislaman seperti mejual makanan dengan modal seminimal mungkin yang kemudian dikelola para anggota sehingga mendapatkan surplus dari hasil usaha tersebut. (2) Departemen sarpras memiliki tugas untuk melengkapi perlengkapan yang ada di musholla, laboraterium agama dan kelengkapan lainnya. (3) Departemen dakwah memiliki tugas melakukan pengarahannya dan kegiatan dakwah lainnya. (4) Departemen humas memiliki tugas mempublikasikan dan mendokumentasikan semua kegiatan SKI lewat media sosial ataupun mading. (5) Departemen keputrian memiliki sebuah kegiatan yang menyangkut keputrian seperti kegiatan seminar Islami yang diperuntukkan untuk siswa putri. (6) departemen seni memiliki lima kelompok seni yaitu Hadrah, Nasyid, seni membaca Al-Qur'an, Kaligrafi, Akustik.<sup>94</sup>

Dari berbagai kegiatan SKI (Studi Kajian Islam) dapat dilihat dari hasil observasi peneliti yang melihat di setiap dinding kamar mandi terdapat tulisan do'a masuk dan keluar kamar mandi, dikantin terdapat tulisan do'a mau makan dan setelah makan, di musholla terdapat tulisan masuk dan keluar masjid, tempat wudhu terdapat tulisan do'a berwudhu dan setelah wudhu, di depan kelas terdapat tulisan do'a mau belajar dan setelah belajar.<sup>95</sup> Kemudian hasil dokumentasi yang berupa foto-foto kegiatan keagamaan yang telah berjalan sebagaimana terlampir dalam lampiran

---

<sup>94</sup> Wawancara dengan ketua umum SKI, Ezar, pada 7 November 2015 pukul 10.05 WIB di depan ruang OSIS

<sup>95</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang pada 7 November 2015

7.15<sup>96</sup> Sehingga dengan kegiatan saling mengingatkan dalam bentuk tulisan dan kegiatan-kegiatan lainnya yang dilakukan oleh organisasi SKI ini dapat membentuk sikap siswa dan menumbuhkan akhlak siswa menjadi lebih baik. Sehingga dalam menjalani kehidupan sehari-hari para siswa memiliki tatakrama yang baik terhadap orang tua, guru, dan sesama teman.

Pernyataan kepala SMA Negeri 3 Malang di atas didukung oleh penjelasan Edi Effi Boediono selaku Wakil kepala sekolah bidang Humas, yaitu:

Kita ada bhawikarsu religi jadi kita tiap pagi itu membaca juz amma, anak-anak itu dibiasakan tiap pagi membaca bacaan juz amma dengan artinya dari sentral. Tiap pagi jadi ada waktu untuk membacakan surat-surat pendek dan artinya. Jadi kegiatan keagamaan untuk anak-anak selalu diutamakan itu untuk dari visi tadi, beriman, bertakwa, berakhlakkul karimah. Maka disini wujudnya akhlakkul karimah kalau mbak lihat disini anak-anak meskipun dia pandai, juga secara ekonomi juga mapan tapi tetap tatakrama dengan bapak ibu guru bagus. Ketemu beberapa kalipun ya salim bekal-kali seperti itu.<sup>97</sup>

Wujud dari pananaman visi yang berupa unggul dari segi keagamaan adalah sikap sopan santun siswa terhadap guru, tenggang rasa terhadap teman-temannya, menjalankan kewajiban-kewajiban seorang muslim.<sup>98</sup> Hal ini didukung oleh hasil observasi peneliti yang melihat sikap sopan santun terhadap guru terlihat dari cara siswa setiap berpapasan dengan guru selalu mencium tangan<sup>99</sup> dan diperkuat oleh hasil dokumentasi yang berupa foto

---

<sup>96</sup> Dokumentasi Peneliti

<sup>97</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd pada 08 september 2015 pukul 10.13 di depan ruang kepala sekolah

<sup>98</sup> Wawancara dengan guru agama, bapak Nasikin, Pada 07 November 2015 pukul 09.45 WIB di Ruang Tunggu

<sup>99</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

siswa yang mencium tangan guru ketika berpapasan sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.1.<sup>100</sup>

Di samping itu pernyataan di atas senada dengan hasil wawancara bapak Basuki Agus P.P Selaku Wakil Kepala sekolah bagian penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, sebagaimana berikut:

Kalau di fokuskan sesuai visi, misi memang iya. Manusia unggul, unggulnya dimana? Unggul pertama harus ini, unggulnya di spiritual. Memang mencoba untuk dibangun dengan keunggulan spritualnya. Mengapa? Karena memang tidak semua kecerdasan yang dinamakan kecerdasan akademik dan non akademik itu mampu mengantarkan mereka menjadi lebih baik. Terbukti kalau dia pintar tetapi tidak amanah tidak mempunyai konsep keagamaan yang bagus bermasalah ini nantinya.<sup>101</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti dapat simpulkan bahwa penanaman keunggulan dalam bidang akhlakul karimah yang sesuai dalam visi sekolah bertujuan untuk menumbuhkan sikap siswa yang amanah, akhlak yang baik terhadap orang tua, guru, dan sesama teman.

Berdasarkan pemaparan secara keseluruhan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi mengenai penanam tingkah laku siswa yang memiliki akhlak baik sesuai dalam visi sekolah yaitu unggul dalam bidang akhlakul karimah yaitu Kepala sekolah melakukan beberapa kegiatan-kegiatan yang dapat mendukung keunggulan dalam bidang keagamaan yaitu: *pertama*, mengarang program BHAWIKARSI religi yang kemudian dibuat buku BHAWIKARSU religi sebagai buku panduan bagi siswa dan

---

<sup>100</sup> Dokumentasi Peneliti

<sup>101</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus priyana P, M.Pd pada 07 september 2015 pukul 10.38 WIB di ruang WaKa 3

guru. *Kedua*, siswa membentuk sebuah organisasi islam di bawah naungan OSIS SMA Negeri 3 Malang yang dinamakan SKI (Studi Kajian Islam) yang di dalamnya terdapat kegiatan-kegiatan keagamaan bagi siswa, yang mana didalam kegiatan SKI ini siswa dapat belajar banyak hal mengenai kegiatan yang berbau Islam. kemudian secara otomatis akan tertanam dengan sendirinya akhlak siswa. Sehingga dari semua program keagamaan yang telah berjalan maka muncullah *image* dari masyarakat.

Akan tetapi dalam penanaman unggul di bidang akhlakul karimah tidak membuat siswa jauh dari perselisihan antara siswa SMA Negeri 3 Malang dengan siswa sekolah lain. Sehingga untuk mencegah terjadi perselisihan yang mengakibatkan tauran antar siswa maka SMA Negeri 3 Malang mengadopsi strategi MLM. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Dengan akhlak siswa yang baik oleh siswa di SMAN3 ini, tidak dipungkiri pasti ada terjadi perselisihan antar siswa sini dengan sekolah lain. akan tetapi tidak sampai terjadi tauran, hanya saja hampir terjadi perkelahian beberapa orang siswa. Melihat perselisihan tersebut kemudian kita mencoba menggunakan strategi MLM. Jadi kita menggunakan siswa yang dituakan atau yang dapat mengayomi teman-temannya di dalam kelas kemudian kita panggil untuk memberikan arahan atau menengahi teman-temannya apabila terjadi seperti perselisihan tersebut. Akhirnya yang semula hampir terjadi perkelahian bisa di kondisikan oleh temannya.<sup>102</sup>

Strategi MLM yang dilakukan sekolah dimaksud adalah dengan memanfaatkan siswa yang disegani di dalam kelas atau siswa yang selalu didengarkan oleh teman-temannya kemudian diminta untuk memberikan arahan dan menengahi apabila terjadi perselisihan. Karena dengan

---

<sup>102</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

menggunakan siswa yang dituakan di dalam kelas tersebut lebih dapat didengarkan dan diterima oleh sesama temannya. Hal ini ditambahkan oleh kepala sekolah bahwa:

Tingkah laku siswa disini alhamdulillah sopan-sopan baik terhadap guru dan sesama siswa. Tetapi tidak dipungkiri adanya perselisihan siswa SMAN3 dengan sekolah lain yang hampir mengakibatkan perkelahian. Kemudian sebelum terjadinya perkelahian ditengahi terlebih dahulu oleh temannya yang disegani sehingga tidak sampai terjadi perkelahian.<sup>103</sup>

Dari penuturan di atas dapat dijelaskan bahwa dalam membentuk tingkah laku siswa yang tidak menyimpang dan tidak terjadinya perkelahian antar siswa SMA Negeri 3 Malang dengan sekolah lain yakni dengan menggandeng siswa yang dianggap didengarkan oleh teman-temannya untuk menengahi perselisihan yang terjadi agar tidak terjadi pertengkaran seperti tauran.

#### 4) Prestasi Siswa

Prestasi adalah salah satu faktor pembentuk *brand image*. Dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti melihat bahwa perlu adanya strategi sekolah dalam membangun prestasi siswa baik dari segi akademik maupun non akademik. Sehingga strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam membangun prestasi siswa adalah sebagaimana hasil wawancara berikut:

Strategi yang pertama itu kita ada kegiatan yang namanya SIP (SMANTI Informasi Pendidikan) yaitu mengadakan kegiatan lomba-lomba yang pesertanya dari SMP dan harapan kami agar yang unggul-unggul akan masuk kesini dengan bahasa lain adalah pembibitan secara

---

<sup>103</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang kepala sekolah



halus. Yang kedua adalah melakukan pembinaan setelah mereka masuk di SMAN3. Dan yang ketiga adalah memberikan nilai tambah kepada siswa-siswa berprestasi semisal ada siswa yang berprestasi di olimpiade ekonomi tingkat nasional maka nilainya yang di mata pelajaran ekonomi akan ditambahkan beberapa persen dari nilai asli.<sup>104</sup>

Tiga tahap strategi yang dilakukan sekolah dalam membangun prestasi siswa di SMA Negeri 3 Malang yaitu *pertama*, melakukan pembibitan secara halus dengan mengadakan kegiatan SIP (SMANTI Informasi Pendidikan) dengan mengadakan perlombaan yang diikuti sertai oleh siswa-siswa dari SMP. Sehingga diharapkan agar siswa-siswa yang unggul tertarik untuk masuk di SMA Negeri 3 Malang. *Kedua*, melakukan pembinaan terhadap siswa-siswa yang telah masuk di SMA Negeri 3 Malang. Kemudian yang *ketiga*, bagi siswa-siswa yang berprestasi dalam olimpiade mendapatkan nilai tambah sesuai mata pelajaran yang ditekuni. Dengan pemberian nilai tambah tersebut memberikan semangat belajar siswa lebih giat lagi. Sehingga dari tiga tahap strategi yang dilakukan menghasilkan prestasi-prestasi siswa yang dapat dibanggakan. Maka dapat dilihat dari banyaknya piagam, medali, piala yang peneliti lihat terpajang di tembok-tembok sekolah.<sup>105</sup> Kemudian diperkuat oleh hasil dokumentasi yang berupa data prestasi siswa dalam lampiran 8 dan foto-foto piala, piagam dan medali yang telah diraih oleh SMA Negeri 3 Malang sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.2.<sup>106</sup>

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>105</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>106</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

Selanjutnya untuk meningkatkan prestasi siswa dalam mengikuti olimpiade-olimpiade di SMA Negeri 3 Malang, bapak Edi mengatakan bahwa:

Kalau kita disini berproses dari bawah mulai dari persiapan di tingkat sekolah, tingkat kota, Jawa Timur. Kita banyak *support* dari alumni-alumni OSN yang sudah berhasil terutama ditingkat internasional untuk membina adik-adiknya. Jadi di SMAN 3 kegiatan-kegiatannya selalu berjalan dengan baik secara berkesinambungan. Karena adanya kesinambungan dari kakak kelas yang sudah pernah menjuarai yang selalu membina adek-adeknya sehingga disitulah proses keberhasilannya.<sup>107</sup>

Hasil wawancara di atas mengungkapkan bahwa dalam proses pembinaan siswa yang mengikuti olimpiade-olimpiade ini menggunakan alumni-alumni OSN atau kakak kelas yang pernah menjuarai OSN tersebut untuk membina adik-adik kelas dalam persiapan mengikuti olimpiade. Dengan proses yang berkesinambungan dari kakak kelas yang membimbing adik-adik kelas tersebut dirasa lebih mampu untuk membina dikarenakan siswa-siswa akan merasa lebih nyaman dan lebih dapat dicerna apabila dibimbing oleh kakak kelas yang hampir sebaya dari pada guru mata pelajaran sendiri.

##### 5) Kualitas lulusan

Kualitas lulusan merupakan salah satu pembentuk *brand image* lembaga pendidikan. Sehingga untuk mencapai kualitas lulusan yang baik diperlukan beberapa langkah-langkah yang dilakukan kepala sekolah. Sebagaimana hasil wawancara dengan kepala sekolah menyatakan bahwa:

---

<sup>107</sup> Wawancara dengan wakil Kepala sekolah bidang Humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd Pada 08 September 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

Dalam pembinaan siswa disini kita ada program yang namanya PA (pembimbing akademik) untuk pemantapan SKL (standar kelulusan) agar nilai UN anak-anak bagus. Jadi selama tiga tahun ada pengawalan melalui pembimbing akademik dengan 1 PA membimbing 20 siswa mulai dari kelas X sampai XII. Kita juga memiliki program baru dari humas yaitu konsep silaturahmi antara pembimbing akademik dengan orang tua siswa. Dari silaturahmi ini muncullah ide-ide cerdas seperti menjelang UTS dan UAS orang tua membuat semacam program karantina. Jadi siswa-siswa membentuk beberapa kelompok belajar dan orang tua memberikan fasilitas tempat, makanan dan memanggil tentor. Sehingga dengan ide-ide kreatif ini yang membuat sesama orang tua rukun dan anak-anaknya juga. Inilah yang nantinya akan membuat *brand* di masyarakat.<sup>108</sup>

Dari pemaparan di atas dapat peneliti simpulkan bahwa dalam proses pembinaan siswa yang ada di dalam SMA Negeri 3 Malang kepala sekolah mengadakan program pembimbing akademik untuk mengawal para siswa selama tiga tahun. Dalam 1 pembimbing terdapat 20 siswa yang harus dibimbing baik dari kelas X sampai kelas XII. Sebagaimana hasil observasi peneliti yang melihat setiap hari sabtu pagi pada jam pertama dan kedua digunakan untuk kegiatan PA. Kegiatan PA ini dilakukan di beberapa tempat yang dianggap nyaman untuk belajar seperti dipinggir lapangan dan di bawah pohon rindang dan ada juga yang tetap di dalam kelas.<sup>109</sup> Hasil observasi tersebut didukung oleh hasil dokumentasi yang berupa foto kegiatan PA yang dilakukan dipinggir lapangan dan di bawah pohon rindang sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.16.<sup>110</sup> Hal ini adalah salah satu strategi yang dilakukan sekolah dalam melakukan pembinaan terhadap siswa untuk menciptakan kualitas lulusan yang baik di SMA Negeri 3

---

<sup>108</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang Kepala sekolah.

<sup>109</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>110</sup> Dokumentasi Peneliti

Malang. sehingga dengan terciptanya kualitas lulusan yang baik maka akan banyak diterima di perguruan tinggi yang bergengsi baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Dan untuk mendukung siswa-siswa SMA Negeri 3 Malang agar dapat kuliah diluar negeri dan memberikan gambaran kepada siswa agar mengetahui universitas mana yang lebih bagus untuk menjadi pilihan studi lanjut siswa. Maka terdapat program baru yang dinamakan orientasi studi, kepala sekolah menjelaskan bahwa:

Sesuai dalam visi sekolah yang ketiga yaitu berperan aktif di era global. Maka untuk menciptakan lulusan SMAN3 Malang agar dapat kuliah di Eropa dan juga melihat kondisi sekolah dan potensi siswa maka dari hasil diskusi bersama orang tua siswa dan para alumni ada program baru yang dinamakan orientasi studi. Kegiatan ini agar dapat memberikan gambaran kepada anak-anak yang ingin kuliah di luar negeri. Dan ini adalah salah satu bentuk layanan sekolah terhadap siswa untuk mencapai kualitas lulusan yang baik.<sup>111</sup>

Kepala SMA Negeri 3 Malang melakukan strategi dalam menciptakan kualitas lulusan yang bermutu dan dapat membangun *brand image* dikalangan masyarakat, yakni dengan menanamkan *mindset* para siswa mengenai era global dengan membuat program baru. Program baru ini adalah hasil diskusi bersama dengan orang tua siswa dan alumni yaitu kegiatan orientasi studi. Sehingga dengan memberikan layanan terhadap siswa melalui kegiatan orientasi studi tersebut dapat mengantarkan para siswa melanjutkan studi lanjut ke luar negeri khususnya di Eropa. Hal ini

---

<sup>111</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang Kepala sekolah.

didukung dengan hasil dokumentasi yang berupa jadwal keberangkatan orientasi studi ke Eropa sebagaimana terlampir dalam lampiran 14.<sup>112</sup>

#### 6) Kegiatan unggulan Sekolah

Melihat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang ada bahwa kegiatan unggulan sekolah yang berupa BEDHOL BHAWIKARSU, PSCS dan *Student Exchange* menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan dan menjadi daya tarik tersendiri terhadap masyarakat. Melihat dari filosofi adanya tiga kegiatan unggulan tersebut bapak Basuki mengungkapkan bahwa:

Sebenarnya filosofi begini, ketiga kegiatan unggulan tersebut berawal dari analisis kebutuhan sekolah. Pertama bedhol itu berawal ketika kami melihat tidak cukup pintar dilingkungan sendiri tetapi bagaimana caranya siswa untuk dapat berbaur dengan warga dengan keadaan yang serba kekurangan tidur, mandi, makan seadanya. Kedua, kegiatan PSCS ini berawal dari keinginan anak-anak karena untuk mengimplementasi kegiatan seni. Ketiga, *student exchange* adalah amanah dari RSBI kemarin, karena sekolah tidak bisa berjalan sendiri tanpa memiliki mitra yang lebih baik dan mitra yang dibawah kita.<sup>113</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa filosofi adanya tiga kegiatan unggulan di SMA Negeri 3 Malang yaitu: *Pertama*, kegiatan BEDHOL BHAWIKARSU berawal dari hasil analisis kebutuhan bahwa siswa tidak hanya mendalami pendidikan formal di sekolah saja akan tetapi para siswa dapat belajar di lingkungan masyarakat luar. *Kedua*, kegiatan PSCS ini berawal dari keinginan para siswa untuk berkembang tidak hanya di bidang akademik namun mereka dapat pula berkembang di

<sup>112</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

<sup>113</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

bidang non akademik dengan membuat sebuah kegiatan besar yang merupakan puncak dari kegiatan siswa SMA Negeri 3 Malang yang awalnya hanya kegiatan seni biasa yang diadakan di sekolah. *Ketiga*, kegiatan *student exchange* yang berawal dari program RSBI untuk menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah yang bagus dan sekolah yang berada di bawah SMA Negeri 3 Malang dengan maksud agar SMA Negeri 3 dapat mengadaptasi dari sekolah yang lebih bagus dan dapat menarik atau memberikan pelajaran terhadap sekolah yang di bawah SMA Negeri 3 Malang.

Sehingga terdapat strategi atau langkah-langkah sekolah dalam menjalankan kegiatan unggulan di SMA Negeri 3 Malang. *Pertama*, langkah-langkah dalam kegiatan Bedhol dijelaskan oleh bapak Edi sebagaimana berikut:

Pertama, Bedhol strategi kita yaitu dengan mengajak seluruh warga sekolah kecuali satpam dan alumni untuk terlibat dalam kegiatan ini. Lalu di dalam kegiatan bedhol ini selain bakti sosial tapi didalamnya kita selipi tentang kegiatan keagamaan seperti sholat berjama'ah dan istighosah bersama. Kegiatan akademik seperti melakukan penelitian disana untuk laporan kunjung. Kemudian rekreatif dalam bentuk jelajah desa.<sup>114</sup>

Langkah yang dilakukan dalam kegiatan Bedhol tersebut dengan mengikut sertakan seluruh warga sekolah baik guru, karyawan dan siswa kelas X sampai XII tidak lupa pula dengan mengikut sertakan alumni. Dengan harapan agar semua warga sekolah dapat menumbuhkan jiwa sosial meraka sebagaimana yang tersembunyi di balik kegiatan Bedhol tersebut.

---

<sup>114</sup> Wawancara dengan wakil Kepala sekolah bidang Humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd Pada 08 September 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

Kemudian langkah selanjutnya dalam kegiatan tersebut tidak hanya terdapat kegiatan sosial saja melainkan kepala SMA Negeri 3 Malang menyelipkan kegiatan akademik yang berupa penelitian, keagamaan seperti jama'ah bersama dan istighosah bersama, dan jelajah desa. Dengan diselipi kegiatan-kegiatan tersebut semakin manambah erat kebersamaan antara warga sekolah dan masyarakat sekitar. Hal ini yang membedakan dengan sekolah lain, sehingga masyarakat dapat melihat sendiri dan memiliki daya tarik tersendiri di mata masyarakat. Penjelasan tersebut sesuai dengan hasil dokumentasi yang berupa foto-foto kegiatan bedhol bhawikarsu sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.4.<sup>115</sup>

*Kedua*, bapak Basuki menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan mengenai kegiatan PSCS sebagaimana hasil wawancara berikut:

Dalam kegiatan PSCS ini awalnya hanya kegiatan sekolah biasa yang pesertanya dari siswa SMAN 3 sendiri. Kemudian anak-anak berkembang dan menginginkan kegiatan yang besar. Langkah kami yaitu dengan mengundang artis untuk lebih memeriahkan kegiatan ini. Lalu kita menyerahkan tanggung jawab sepenuhnya terhadap siswa untuk melobi semua kegiatan ini dari mencari sponsor, melakukan pameran, bazar yang harapannya agar mereka tidak hanya mendapatkan pendidikan formal tapi juga mampu mendalami pendidikan *interpreneur*. Kemudian tidak lupa kita mengikut sertakan alumni dalam acara besar ini.<sup>116</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan PSCS yaitu: (1) Dengan mengundang artis dalam memeriahkan acara PSCS, maka minat masyarakat luar akan bertambah dalam mengikuti acara PSCS. Sehingga masyarakat

---

<sup>115</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

<sup>116</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 06 Januari 2016 pukul 11.02 WIB di ruang Waka 3

dapat melihat bakat-bakat siswa yang ditampilkan dan dapat membangun *brand image* sekolah. (2) Dengan menyerahkan sepenuhnya kepada siswa untuk mengelola kegiatan PSCS maka siswa dapat terjun langsung dan belajar mengenai *interpreneur*. (3) Dengan mengundang alumni dan difasilitasi untuk ikut serta dalam kegiatan PSCS agar nantinya alumni SMA Negeri 3 Malang merasa ikut bertanggung jawab dan mensupport kegiatan sekolah. Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi yang berupa foto kegiatan PSCS yang mengundang artis Isyana sarasvati sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.5.<sup>117</sup>

*Ketiga*, langkah-langkah dalam kegiatan *Student Exchange* sebagaimana hasil wawancara berikut:

Dalam kegiatan *student exchange* langkah kami yaitu dengan menjalin kerjasama dengan sekolah diluar negeri di Singapura, Nakhonsawan di Thailand dan Attarkiah di Thailand selatan. Tidak hanya di luar negeri tetapi kita terus menjalin mitra dengan sekolah-sekolah di dalam negeri.<sup>118</sup>

Penjelasan di atas dapat peneliti simpulkan bahwa langkah-langkah yang dilakukan kepala sekolah dalam kegiatan *student exchange* adalah dengan menjalin kerjasama sebanyak-banyaknya dengan sekolah-sekolah yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri. Kemudian kepala sekolah mencoba melakukan kerjasama dengan sekolah Nakhonsawan di Thailand dan mempublikasikan kegiatan tersebut di media cetak seperti koran agar masyarakat dapat melihat kegiatan *student exchange* tersebut. Hal ini sesuai hasil observasi peneliti di sekolah yang melihat berbagai macam cendramata

<sup>117</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

<sup>118</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang Kepala sekolah.



dari Nakhonsawan yang dipajang di kantor sekolah.<sup>119</sup> hal ini didukung dengan hasil dokumentasi yang berupa foto koran dan kegiatan-kegiatan *student exchange* yang terlampir dalam lampiran 7.6.<sup>120</sup>

#### 7) Hubungan Alumni

Dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti melihat bahwa hubungan Alumni sangat berpengaruh terhadap perkembangan SMA Negeri 3 Malang. Sehingga hubungan alumni menjadi salah satu faktor terbentuknya *brand image* di SMA Negeri Malang. Maka untuk menjalin hubungan alumni yang baik diperlukan beberapa langkah sebagaimana yang diungkapkan oleh kepala SMA Negeri 3 Malang bahwa:

Langkahnya disini yaitu ketika ada event-event di SMAN 3 kita selalu mengundang alumni baik itu kegiatan bedhol dan PSCS kegiatan puncak siswa. Jadi kita memfasilitas dan memberi wadah terhadap alumni untuk memberikan pendapat menurut versi mereka terhadap sekolah. kemudian dari kegiatan alumni mengajar tersebut diberikan kesempatan untuk alumni memberikan motivasi dan arahan-arahan terhadap siswa SMAN 3 selain kegiatan ini menumbuhkan kenangan mereka disekolah dan mereka tergerak untuk membangun sekolah menjadi lebih baik.<sup>121</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa dalam menjalin hubungan yang baik dengan alumni maka kepala sekolah melakukan langkah-langkah dengan selalu mengikut sertakan alumni dalam kegiatan-kegiatan atau event-event yang di adakan di SMA Negeri 3 Malang. Alumni juga diikut sertakan dalam kegiatan diskusi bersama dalam rangka mengembangkan sekolah dan diberi kesempatan untuk memberikan

---

<sup>119</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>120</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang.

<sup>121</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 WIB di ruang Kepala sekolah.

pendapat-pendapat mereka. Dengan memberikan wadah terhadap alumni, maka alumni sangat mensupport apabila sekolah mengadakan setiap kegiatan apapun.

SMA Negeri 3 Malang juga memberikan kesempatan terhadap alumni untuk memberikan pengajaran dan motivasi terhadap siswa-siswa dalam kegiatan alumni mengajar. Dari kegiatan alumni mengajar ini sekolah mengundang alumni yang memiliki jabatan penting seperti Dokter, Panglima, dan Jendral secara sukarela tanpa diberi imbalan apapun. Hal ini sesuai dengan hasil dokumentasi berupa foto kegiatan alumni mengajar di SMA Negeri 3 Malang sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.17.<sup>122</sup>

Pernyataan dari kepala sekolah tersebut diperkuat oleh bapak Basuki sebagai berikut:

Bagaimana layanan terhadap alumni ini kami benahi betul setelah membenahi guru, pelayanan administrasi dan kami secara total begitu merangkul alumni terutama berbicara program-program yang sangat besar.<sup>123</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa SMA Negeri 3 Malang memberikan layanan terhadap alumni dan mengikut sertakan alumni dalam berdiskusi mengenai program-program sekolah. Hal ini sesuai hasil observasi peneliti yang melihat sekolah memberikan pelayanan terhadap alumni dengan kegiatan reoni angkatan 80 di gedung aula bersama dengan mengundang guru-guru para alumni yang sudah

---

<sup>122</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

<sup>123</sup> Wawancara dengan bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, bapak Drs. Basuki Agus Priyana P, M.Pd pada 07 september 2015 pukul 10.38 WIB di ruang Waka 3

pensiun di acara tersebut.<sup>124</sup> Kemudian didukung pula dari hasil dokumentasi berupa foto kegiatan reoni alumni di aula bersama sebagaimana terlampir dalam lampiran 7.8.<sup>125</sup>

## **b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

### **1) Akreditasi Kelembagaan**

Akreditasi kelembagaan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang memperoleh peringkat terakreditasi A sejak tanggal 17 Desember 2007 hingga saat ini memiliki langkah-langkah yang dilakukan oleh kepala sekolah. Maka langkah-langkah yang dilakukan kepala sekolah sebagaimana hasil wawancara berikut:

Langkah yang dilakukan disini yaitu dengan mengajak pengurus melaksanakan komponen yang dibutuhkan dalam akreditasi dan dikembangkan dalam tugas sehari-hari.<sup>126</sup>

Dari paparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa langkah kepala sekolah dalam mencapai akreditasi A, maka kepala sekolah mencoba untuk mengajak pengurus dengan membentuk tim pelaksana dalam melaksanakan beberapa komponen yang dibutuhkan untuk mencapai akreditasi sesuai dengan 8 Standar Nasional Pendidikan. Lalu dikembangkan dalam tugas seluruh karyawan dan guru sehari-hari. Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa jadwal persiapan akreditasi dan Surat keputusan

---

<sup>124</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>125</sup> Dokumentasi Peneliti

<sup>126</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

tentang tim pelaksana akreditasi di SMA Nurul Jadid tahun 2015 sebagaimana terlampir dalam lampiran 15.<sup>127</sup>

## 2) Tingkah Laku Siswa

Tingkah laku siswa atau akhlak siswa yang menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan dibutuhkan beberapa langkah-langkah dalam membentuk tingkah laku siswa. Dalam hal ini kepala sekolah menjelaskan bahwa akhlak menjadi kriteria utama dalam mengukur keberhasilan peserta didik dan secara umum akhlak peserta didik di SMA Nurul Jadid sangat baik.<sup>128</sup>

Pertengkaran atau perselisihan antar siswa sering kali terjadi dikarenakan persoalan bersaing dalam perlombaan antar program dan kepala sekolah menganggap hal tersebut adalah suatu kewajaran yang terjadi terhadap siswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah menyatakan:

Saya sengaja ciptakan rasa bersaing antar program. Walaupun dampaknya sampai tengkar dan sebagainya. Jadi sebenarnya saya berharap persaingan untuk saling berprestasi.<sup>129</sup>

Kesengajaan yang dilakukan kepala sekolah dalam menciptakan antar siswa agar bersaing berdampak sampai pertengkaran antar sesama siswa. Sehingga dalam menanggulangi pertengkaran tersebut kepala sekolah menyatakan bahwa:

---

<sup>127</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>128</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>129</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

Kami memanggil dua pihak yang bertengkar selanjutnya pihak BK melakukan pembinaan berkelanjutan.<sup>130</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa tingkah laku siswa SMA Nurul Jadid secara umum sangat baik akan tetapi masih sering terjadi perselisihan antar siswa dalam bersaing antar program. Kemudian dari perselisihan tersebut kepala sekolah mencoba memanggil kedua belah pihak yang bersangkutan dan dilakukan pembinaan berkelanjutan oleh BK.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam membentuk tingkah laku siswa yang baik. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Faizin bahwa:

Langkah-langkah kami yang pertama yaitu menanamkan nilai-nilai kepesantrenan sesuai dalam misi sekolah dan penanaman akhlak terhadap siswa. Kedua, mengoptimalkan kerjasama 3 pihak yaitu konselor BK, bagian kedisiplinan dan pengurus pondok pesantren.<sup>131</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah kepala sekolah dalam membentuk tingkah laku siswa atau akhlak yang sangat baik yaitu: *pertama*, kepala sekolah menanamkan nilai-nilai pesantren terhadap seluruh siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *Kedua*, kepala sekolah mengoptimalkan kerjasama antara tiga pihak, yaitu konselor BK, Bagian kedisiplinan dan pengurus pondok pesantren dalam membina akhlak siswa.

---

<sup>130</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>131</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 3 November 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

### 3) Prestasi Siswa

Prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non akademik adalah suatu bukti keberhasilan seseorang siswa dalam melakukan kegiatan belajarnya sesuai bobot yang dicapai. Oleh karena itu, diperlukan strategi atau langkah-langkah dalam meningkatkan prestasi siswa, yaitu sebagaimana wawancara dengan bapak Faizin bahwa:

Langkah mencapai prestasi siswa:

- a) Peningkatan kualitas dan kualifikasi guru
- b) Melengkapi sarana pendukung pembelajaran
- c) Mendelegasikan siswa pada event-event lomba<sup>132</sup>

Berdasarkan pemaparan dari kepala sekolah di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa langkah-langkah yang digunakan dalam meningkatkan prestasi siswa yaitu:

- a) Peningkatan kualitas dan kualifikasi guru, karena prestasi siswa tidak luput dari bimbingan seorang guru. Sehingga dengan adanya prestasi yang disandang siswa dapat menunjukkan bahwa kualitas dan kualifikasi guru sangat baik.
- b) Melengkapi sarana pendukung pembelajaran, karena dalam proses pembelajaran akan berjalan dengan baik apabila fasilitas pendukung dalam proses pembelajaran tersebut lengkap. Berdasarkan hasil observasi peneliti, fasilitas atau sarana di SMA Nurul Jadid sudah lengkap dengan adanya laboraterium komputer, biologi, fisika, kimia, dan bahasa. Kemudian disetiap kelas disediakan LCD untuk mempermudah proses

---

<sup>132</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 03 Desember 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

belajar mengajar di dalam kelas.<sup>133</sup> Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto semua laboraterium yang ada di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.18.<sup>134</sup>

c) Mendelegasikan siswa pada event-event lomba, kepala sekolah melakukan pendelagasian siswa pada event perlombaan untuk meningkatkan bakat siswa dalam bidang yang ditekuni dan menumbuhkan rasa percaya diri siswa sehingga dapat bersaing dengan sekolah Negeri favorit. Berdasarkan hasil observasi peneliti melihat banyaknya piala dan piagam penghargaan yang diraih oleh SMA Nurul Jadid dalam berbagai event perlombaan baik dalam bidang akademik maupun non akademik.<sup>135</sup> Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa data prestasi siswa terdapat dalam lampiran 11 dan foto piala dan piagam penghargaan yang diraih sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.9.<sup>136</sup>

Akan tetapi langkah-langkah yang dilakukan oleh kepala sekolah tidak luput beberapa kendala dalam mencapai prestasi siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Kepala sekolah menuturkan bahwa:

Kendala dalam mencapai prestasi siswa yaitu:

- a) kurangnya waktu pembinaan
- b) dan karena kebijakan pondok pesantren, sekolah tidak dapat menyeleksi penerima murid baru.<sup>137</sup>

<sup>133</sup> Observasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>134</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>135</sup> Observasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>136</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>137</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

Penuturan kepala sekolah di atas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi oleh kepala sekolah dalam mencapai prestasi siswa yaitu:

- a) Kurangnya waktu pembinaan, disini sekolah dalam membina siswa berbenturan dengan kegiatan siswa di pondok pesantren sehingga waktu pembinaan terhadap siswa hanya pada jam sekolah. Sehingga pendalaman materi yang dilakukan pada saat pembinaan sangat singkat.
- b) Kebijakan pondok pesantren yang melarang sekolah untuk menyeleksi siswa yang masuk di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo menjadi kendala juga bagi kepala sekolah dalam mencapai prestasi yang baik. Kepala sekolah menjelaskan bahwa alasan pesantren melarang adanya seleksi masuk bagi siswa baru di karenakan kiyai pondok pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo tidak ingin membatasi siswa yang ingin menuntut ilmu di pondok pesantren maupun di sekolah.<sup>138</sup>

Oleh karena itu untuk menanggulangi kendala tersebut maka kepala sekolah melakukan strategi pemasaran yaitu dengan menerima semua siswa baru lalu diseleksi siswa-siswa yang berprestasi sesuai dengan kompetensi siswa untuk masuk di program unggulan baik program unggulan Bahasa, unggulan MIPA dan unggulan IPS. Kemudian yang dimunculkan atau ditampilkan dipermukaan adalah siswa-siswa berprestasi yang telah dibina dan dibiayai. Sehingga kepala sekolah menggunakan peluang untuk bisa menyalip prestasi dengan menyeleksi siswa yang berprestasi di program unggulan Bahasa, unggulan MIPA dan

---

<sup>138</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah



unggulan IPS untuk menjadi mercusuar SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.<sup>139</sup> Dengan begitu maka akan timbul *brand image* di kalangan masyarakat terhadap SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

#### 4) Kualitas lulusan

Kualitas lulusan di setiap lembaga pendidikan menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam melihat sekolah itu bagus atau tidak. Kemudian dalam meningkatkan kualitas lulusan siswa yang baik maka diperlukan beberapa langkah yang dilakukan oleh kepala sekolah. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan kepala sekola bahwa:

Langkah awal yang kita lakukan adalah mejalin hubungan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait.<sup>140</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Syauqi sebagai berikut:

Yang pastinya kita menjalin hubungan kebeberapa universitas karena kita mengharapkan anak didik kita yang keluar dari sini tidak bingung untuk memilih universitas. Dengan menjalin kerjasama kebeberapa universitas baik dalam ataupun luar negeri, swasta ataupun yang negeri.<sup>141</sup>

Pemaparan di atas dapat peneliti simpulkan bahwa langkah-langkah yang dilakukan kepala sekolah dalam meningkatkan kualitas lulusan siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dengan menjalin hubungan kerjasama kebeberapa universitas dalam negeri maupun luar negeri baik itu perguruan tinggi negeri ataupun swasta. Sehingga kualitas lulusan siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo diterima di beberapa perguruan tinggi bergengsi

<sup>139</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>140</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>141</sup> Wawancara dengan Waka Humas, Bapak M. Syauqi, Lc, pada 3 November 2015 pukul 10.44 WIB di ruang BK

baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Hal ini didukung berdasarkan hasil dokumentasi berupa data siswa yang telah melanjutkan studi di perguruan tinggi didalam dan luar negeri dan dokumentasi berupa foto siswa yang telah kuliah di Cina dalam lampiran 7.11.<sup>142</sup>

### 5) Kegiatan unggulan Sekolah

SMA Nurul Jadid Memiliki empat keunggulan sekolah yang menjadi faktor pembentuk *brand image* sekolah yakni: (1) Program unggulan Ilmu Bahasa yang diasramakan khusus, (2) Program unggulan MIPA yang diasramakan khusus, (3) Pembinaan Al-Qur'an dan Furudhul Ainiyah, (4) Pembinaan Jurnalistik. Kemudian dari keempat kegiatan unggulan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo ini agar dapat membangun *brand image* sekolah dan dapat bersaing maka diperlukan beberapa langkah yang dilakukan kepala sekolah. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Faizin bahwa:

Langkah-langkah yang kami lakukan disini adalah pertama, memberikan ruang untuk berkreasi pada siswa seluas-luasnya melalui mading dan kegiatan-kegiatan ekstra. Kedua, menumbuhkan daya saing antar program. Ketiga, publikasi hasil program melalui media masa dan benner.<sup>143</sup>

Berdasarkan pemaparan kepala sekolah di atas dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah melakukan beberapa langkah dalam meningkatkan kegiatan unggulan agar dapat membangun *brand image* sekolah yaitu: *pertama*, kepala sekolah memberikan ruang untuk berkreasi seluas-luasnya kepada siswa melalui mading dan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler diluar

<sup>142</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>143</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

jam sekolah. Sehingga siswa dapat mengembangkan bakat-bakat siswa tidak hanya di bidang akademik tetapi dibidang non akademik. *Kedua*, menumbuhkan daya saing antar program. Kepala sekolah bermaksud untuk menimbulkan persaingan secara sehat dengan berlomba-lomba dalam meningkatkan prestasi antara ketiga program yang ada di sekolah seperti Program IPA, IPS dan Bahasa. *Ketiga*, publikasi hasil program melalui media masa dan benner. Kepala sekolah menyediakan papan-papan pengumuman untuk anak-anak menempelkan kreasi mereka, dengan maksud agar muncul *image* sekolah aktif. Karena sekolah tidak dapat dianggap berjalan apabila tampilan sekolah tidak dikenali banyak orang. Apabila dengan banyaknya kegiatan yang ada di sekolah tidak dipublikasikan maka banyak orang tidak tau. Sehingga kepala sekolah menggunakan media masa untuk menampilkan kegiatan unggulan sekolah dalam meningkatkan *image* SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.<sup>144</sup>

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, kepala sekolah memberikan sarana seperti mading kepada para siswa dalam mengembangkan bakat siswa dalam menulis dan memperlihatkan prestasi-prestasi siswa dalam majah dan koran sekolah yang dipajang di tembok sekolah depan gerbang masuk sekolah. Peneliti juga melihat potongan-potongan koran yang memuat berita mengenai SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo di pajang di dalam ruang kepala sekolah.<sup>145</sup> Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto papan-papan pengumuman yang

---

<sup>144</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>145</sup> Observasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

memuat koran sekolah yang dibuat oleh para siswa dalam lampiran 7.19 dan foto koran-koran yang memuat berita mengenai SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.20.<sup>146</sup>

## 6) Hubungan Alumni

Hubungan sekolah dengan alumni menjadi faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan. Oleh karena itu makan sekolah harus dapat mejalin hubungan baik dengan alumni agar tetap tetap terjaga. Maka diperlukan langkah-langkah dalam mempererat hubungan sekolah dan alumni agar dapat membangun *brand image* sekolah. Kepala sekolah menjelaskan dalam wawancara berikut:

Langkah-langkah mempererat hubungan dengan alumni

- a. Memfasilitasi pertemuan dengan alumni
- b. Membuat group alumni melalui media sosial
- c. Mengundang alumni-alumni menjadi pembicara di acara yang diadakan siswa dan memberikan motivasi pada para siswa<sup>147</sup>

Pemaparan kepala sekolah di atas menjelaskan bahwa: *Pertama*, sekolah memberikan fasilitas pertemuan dengan alumni agar hubungan silaturahmi antara sekolah dan alumni SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dapat terjalin dengan baik. *Kedua*, membuat group alumni melalui media sosial sehingga dengan fasilitas dari media sosial dapat memberikan informasi-informasi bagi alumni-alumni yang jauh dan dapat tetap berkomunikasi dan melihat perkembangan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo saat ini. *Ketiga*, kepala sekolah mengundang alumni-alumni SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang kuliah di luar Negeri dan yang

<sup>146</sup> Dokumentasi Peneliti

<sup>147</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 3 November 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

telah sukses dalam bidang pekerjaan untuk menjadi pembicara atau narasumber di acara kegiatan siswa dan alumni diminta untuk memberikan motivasi dan dorongan kepada siswa untuk tidak merasa minder dan kecil hati dalam memilih perguruan tinggi yang bergengsi. Hal ini didukung oleh hasil dokumentasi berupa foto alumni yang pernah kuliah di Australia menjadi pembicara dan memberikan motivasi kepada para siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebagaimana terdapat dalam lampiran 7.13.<sup>148</sup>

Dari paparan data hasil penelitian di atas ditemukan langkah-langkah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid, sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.4  
Langkah-langkah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing

Langkah-langkah membangun <i>brand image</i> dalam meningkatkan daya saing	
SMA Negeri 3 Malang	SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo
1. Akreditasi sekolah A <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses analisis SWOT sesuai 8 SNP</li> <li>- Evaluasi diri dari 8 SNP</li> <li>- Pengelolaan secara total mengenai kualitas guru sesuai SOP</li> <li>- Mengupgrade karyawan dan guru</li> </ul> 2. SMM ISO 9001:2000 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan <i>plan, do, check, action</i> secara berkesinambungan.</li> </ul> 3. Tingkah laku siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggarap program unggul keagamaan yaitu: program bhawikarsu religi, membentuk organisasi SKI.</li> <li>- Memanfaatkan siswa yang disegani untuk memberikan arahan kepada teman yang terjadi perselisihan.</li> </ul> 4. Prestasi siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan pembibitan secara halus melalui kegiatan SIP.</li> <li>- Melakukan pembinaan terhadap siswa.</li> <li>- Memberikan nilai tambah bagi siswa yang</li> </ul>	1. Akreditasi sekolah A <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan mengajak pengurus untuk melaksanakan komponen yang dibutuhkan sesuai 8 SNP dan dikembangkan dalam tugas sehari-hari.</li> </ul> 2. Tingkah laku siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menanamkan nilai-nilai pesantren kepada seluruh siswa.</li> <li>- Mengoptimalkan kerjasama antara 3 pihak, yaitu konselor BK, bagian kedisiplinan dan pengurus pondok pesantren dalam membina akhlak siswa.</li> </ul> 3. Prestasi siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Peningkatan kualitas dan kualifikasi guru.</li> <li>- Melengkapi sarana pendukung pembelajaran.</li> <li>- Mendelegasikan siswa pada event-event lomba.</li> </ul> 4. Kualitas lulusan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjalin hubungan kerjasama ke beberapa perguruan tinggi bergengsi di dalam negeri</li> </ul>

<sup>148</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<p>berprestasi.</p> <p>5. Kualitas lulusan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengadakan program PA (pembimbing akademik).</li> <li>- Mengadakan program orientasi studi ke Eropa.</li> </ul> <p>6. Kegiatan unggulan sekolah</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedhol bhawikarsu : mengikut sertakan seluruh warga sekolah dan alumni dalam kegiatan.</li> <li>- PSCS: mengundang artis dan menyerahkan sepenuhnya kepada siswa dalam mengelola kegiatan.</li> <li>- <i>Student exchange</i>: menjalin kerjasama sebanyak-banyaknya dengan lembaga pendidikan di dalam negeri dan luar negeri.</li> </ul> <p>7. Hubungan alumni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengikut sertakan alumni dalam kegiatan atau event-event yang di adakan SMAN 3.</li> <li>- Mengadakan kegiatan Alumni mengajar untuk memberikan pengajaran dan motivasi.</li> </ul>	<p>dan luar negeri.</p> <p>5. Kegiatan unggulan sekolah</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan ruang untuk berkreasi kepada siswa seluas-luasnya melalui mading dan kegiatan ekstrakurikuler.</li> <li>- Menumbuhkan daya saing antar program.</li> <li>- Publikasi hasil program melalui media masa dan bener.</li> </ul> <p>6. Hubungan alumni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memfasilitasi pertemuan dengan alumni.</li> <li>- Membuat group alumni melalui media sosial.</li> </ul>
--	--

### 3. Dampak Pembentukan *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing

#### a. SMA Negeri 3 Malang

Sebuah tindakan yang dilakukan manusia pasti akan menimbulkan efek tertentu baik untuk dirinya, orang sekitarnya maupun lingkungannya, efek yang ditimbulkan tersebut sering merupakan sebuah dampak yang lumrah terjadi. Kemudian dapat berupa dampak yang baik dan dampak yang buruk. Beberapa dampak yang ditimbulkan dari langkah-langkah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang yakni:

1) Kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik.

Melihat dari dampak dari pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing yakni menyangkut kualitas pelayanan terhadap siswa yang baik. berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah yaitu:

Karena kami ingin menjadi sekolah unggul maka kami berusaha terus untuk mengupgrade tenaga kependidikan guru sehingga siswa merasa puas dengan apa yang diterima dan diajarkan oleh guru mereka. Kami selalu memberikan pelayanan yang baik bagi siswa maupun tamu yang berkunjung kesekolah.<sup>149</sup>

Hal ini sesuai dengan hasil observasi peneliti yang melihat bahwa pelayanan yang diberikan terhadap siswa maupun masyarakat luar sangat baik dengan selalu berusaha mengupgrade tenaga kependidikan melalui workshop. Terbukti bahwa ketika peneliti datang kesekolah disambut ramah oleh kepala sekolah dan guru-guru yang ada di SMA Negeri 3 Malang.<sup>150</sup> Mimpi SMA Negeri 3 Malang menjadi sekolah unggul dibuktikan dengan melakukan pelayanan yang baik dan memuaskan terhadap para siswa, orang tua, dan *stakholder* lainnya.

## 2) Minat masuk masyarakat meningkat.

Pembentukan *brand image* memberikan dampak positif terhadap minat masyarakat dari tahun ketahun di SMA Negeri 3 Malang. sebagaimana hasil wawancara dengan Basuki Agus PP, yaitu:

Jadi ketika pelayanan itu menjadi prima layanan menjadi bagus. Itu berbanding lurus dengan minat mereka untuk masuk disini. Terbukti kalo misalnya mau berbicara survey kepuasan pelanggan dan minat masuk kesini. Itu saya tidak punya data pasti hanya dari tahun ketahun itu jumlah orang yang ingin menyekolahkan anaknya kesini terbukti dari penerimaan siswa baru yang ngambil formulir dan mengembalikan itu mesti selisihnya banyak. Apa? Yang menginginkan itu dua kali lipat dari daya tampung yang ada. Contoh daya tampungnya kan paling sekitar 280 tapi ketika saya menangani formulir yang keluar itu bisa mendekati angka 1000 dan itu nilainya

<sup>149</sup> Wawancara dengan kepala sekolah, Ibu Asri Widiapsari, M.Pd pada 22 Agustus 2015 pukul 10.33 di ruang kepala sekolah

<sup>150</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

bukan nilai-nilai kecil tetapi nilai-nilai diatas rata-rata 8,5. Terus bagaimana itu pak ? kan direngking.<sup>151</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa ada dampak nyata dari strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing yaitu menimbulkan minat masyarakat untuk masuk di SMA Negeri 3 Malang sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya anemo masyarakat yang membawa anaknya mendaftar kesekolah tersebut begitu banyak tetapi daya tampung sekolah terbatas. Hal ini dapat dilihat dari hasil dokumentasi data siswa dari 5 tahun terakhir yang mengalami peningkatan dalam lampiran 16.<sup>152</sup> Sehingga dengan terbangunnya *brand image* sekolah maka minat masyarakat untuk masuk ke SMA Negeri 3 Malang tinggi.

### 3) Siswa memiliki akhlak baik.

Dampak selanjutnya adalah akhlak siswa yang baik terhadap guru maupun siswa lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa dampak dari penerapan kegiatan keagamaan yang dilakukan secara rutin di sekolah. sebagaimana hasil wawancara berikut:

Tentunya dampak dapat kita lihat melalui sikap sopan santun siswa terhadap guru dan sesama siswa. Dapat kita lihat dari siswa yang selalu mencium tangan guru ketika berpapasan. Menunduk ketika jalan didepan orang yang tua dan juga sikap saling membantu sesama teman. Nah hal inilah menunjukkan bahwa akhlak siswa SMAN 3 Malang sangat baik.<sup>153</sup>

---

<sup>151</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus priyana P, M.Pd pada 07 september 2015 pukul 10.38 WIB di ruang WaKa

<sup>152</sup> Dokumentasi SMA Negeri 3 Malang

<sup>153</sup> Wawancara dengan guru Pendidikan Agama Islam, Bapak Nasikin, pada 7 November 2015 pukul 09.32 WIB di ruang tunggu.



Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa kepala SMA Negeri 3 Malang menginginkan unggul dalam bidang keagamaan dengan melakukan program-program yang mendukung dalam bidang keagamaan sehingga hasil dari penerapan tersebut adalah terbentuknya akhlak siswa yang baik, beriman dan bertaqwa. Hal ini sesuai dengan hasil observasi peneliti yang melihat sikap ramah siswa terhadap peneliti ketika berpapasan di sekolah dan membantu peneliti dalam memberikan informasi tentang sekolah. Kemudian peneliti juga melihat sikap sopan santun siswa terhadap guru begitu tinggi dengan melihat siswa yang selalu mencium tangan guru ketika berpapasan.<sup>154</sup> Hal ini di dukung dengan hasil dokumentasi berupa foto siswa yang mencium tangan guru ketika berpapasan di pintu gerbang sekolah sebagaimana terdapat di lampiran 7.1.<sup>155</sup>

4) Kepercayaan masyarakat yang begitu tinggi.

Dampak yang paling puncak yakni kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap sekolah. Berdasarkan ungkapan dari Bapak Basuki yakni:

Kalau saya melihatnya kepercayaan ya mbak. Puncaknya dari *brand image* menurut saya adalah kepercayaan.<sup>156</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa puncak dari dampak eksternal adalah kepercayaan masyarakat terhadap SMA Negeri 3 Malang. Kepercayaan yang timbul dari masyarakat adalah dari

<sup>154</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>155</sup> Dokumentasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>156</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang penelitian, pengembangan sekolah dan pengukuran kepuasan pelanggan, Bapak Drs. Basuki Agus priyana P, M.Pd pada 07 september 2015 pukul 10.38 WIB di ruang WaKa

terbangun *brand image* sekolah tersebut. Hal ini dikukung oleh hasil wawancara Edi Effi boediono yang menyatakan bahwa:

Orang itu memang berlomba-lomba untuk menyekolahkan anaknya di SMAN 3. Itu sudah mulai dulu. Ini bukan timbul dari awal tapi dari dulu *brand image* sudah terjadi sehingga masyarakat begitu percayanya pada SMAN3 dan untungnya di SMAN 3 ini sangat getul melaksanakan itu sehingga masyarakat tetap percaya.<sup>157</sup>

Kepercayaan masyarakat begitu tinggi terhadap sekolah, banyak sekolah-sekolah luar yang ingin studi banding di SMA Negeri 3 Malang. Bahkan tidak hanya sekolah di kota Malang tetapi dari luar kota Malang. Hal ini sesuai dari hasil observasi peneliti melihat adanya kenang-kenangan yang di pajang dari sekolah di dalam negeri maupun di luar negeri yang telah studi banding di sekolah ini. Peneliti juga melihat kunjungan dari universitas Negeri Semarang untuk studi banding di SMA Negeri 3 Malang.<sup>158</sup> Hal ini didukung dari hasil dokumentasi yang berupa foto kenang-kenangan dari sekolah yang studi banding di SMA Negeri 3 Malang dalam lampiran 7.21 dan foto kunjungan mahasiswa Universitas Negeri Semarang sebagaimana dalam lampiran 7.22.<sup>159</sup>

#### **b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

Berdasarkan analisis peneliti melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo yakni sebagaimana berikut:

---

<sup>157</sup> Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas, Bapak Drs. Edi Effi Boediono, M.Pd pada 08 september 2015 pukul 10.13 WIB di depan ruang kepala sekolah

<sup>158</sup> Observasi di SMA Negeri 3 Malang

<sup>159</sup> Dokumentasi di SMA Negeri 3 Malang

### 1) Tingkat pelayanan Baik.

Tingkat pelayanan menjadi lebih baik dikarenakan kepala sekolah ingin memberikan kesan baik terhadap siswa, guru dan masyarakat yang berkunjung di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebagaimana hasil wawancara dengan kepala sekolah yaitu:

Pertama ditingkat pelayanan administrasi itu kita garap betul, jadi kesannya seakan-akan berfoya-foya. Semua ruangan ber Ac, tetapi saya ingin memberikan image bahwa kita memberikan pelayanan yg terbaik pada masyarakat dan meniru orang lain yang kita merasa senang dilayani.<sup>160</sup>

Kemudian dengan langkah-langkah yang dilakukan sekolah dalam membangun *brand image* sekolah maka pelayanan yang ada di SMA Nurul Jadid menjadi lebih baik. Sehingga dapat memperlihatkan kepada masyarakat mengenai kualitas pelayanan yang ada di sekolah yang nantinya secara otomatis *brand image* masyarakat terhadap sekolah akan terbangun. Hal ini sesuai dengan hasil observasi peneliti di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo mendapatkan pelayanan yang baik dari sekolah baik dari kepala sekolah, guru dan karyawan. Kemudian peneliti juga melihat fasilitas yang berada di sekolah dari segi ruang tunggu yang nyaman dan berAC.<sup>161</sup> Didukung pula dari hasil dokumentasi berupa foto ruang tunggu yang berada didalam ruang tata usaha dalam lampiran 7.23.<sup>162</sup>

---

<sup>160</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>161</sup> Observasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>162</sup> Dokumentasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

2) Minat masyarakat semakin meningkat.

Minat masyarakat semakin meningkat di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Hal ini terlihat dari animo masyarakat yang membawa putra-putrinya mendaftar ke SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Sedangkan di Pondok Pesantren Nurul Jadid terdapat beberapa lembaga pendidikan tingkat SLTA, tetapi masyarakat lebih banyak memilih SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Saya melihat dari animo masyarakat yang setiap tahun jumlah pendaftar mengalami kenaikan, itu menurut saya bukti bahwa kita masih dipercaya.<sup>163</sup>

Masyarakat sebagai pengguna layanan jasa pendidikan atau *stakeholder* memang sejauh ini ingin mendapatkan pelayanan terbaik dari sekolah. Dengan adanya minat dan perhatian masyarakat mempunyai keinginan untuk terlibat atau berkecimpung di dalam sekolah tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil dokumentasi berupa data siswa baru dalam lima tahun terakhir sebagaimana dalam lampiran 17.<sup>164</sup>

Kemudian minat masyarakat dalam memilih program Bahasa makin bertambah setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan dari keunggulan tiga bahasa yang dibangun kepala sekolah maka yang dulunya program Bahasa sangat sedikit peminatnya sekarang menjadi lebih diminati oleh siswa baru. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

Dulu bahasa itu masih belum diminati mungkin juga beberapa sekolah kurang diminati. Jadi dengan begitu kita menata ingin menjadi sebuah keunggulan agar naik dan menjadi pilihan, agar

---

<sup>163</sup> Wawancara dengan Wakil kepala sekolah bidang HUMAS, Bapak Syauqi, Lc. Pada 10 November 2015 Pukul 11.03 WIB Di Ruang BK

<sup>164</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

antara IPS, IPA, Bahasa jadiimbang. Sehingga saat ini program bahasa juga tidak kalah siswanya dengan program IPA dan IPS.<sup>165</sup>

Sehingga dari keunggulan tiga bahasa itu dibangun dan menjadi *brand* SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. maka minat siswa yang memilih program bahasa lebih meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini sesuai dengan hasil dokumentasi berupa data siswa masing-masing program dari 5 tahun terakhir.<sup>166</sup>

### 3) Tawaran beasiswa ke luar negeri

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan selanjutnya dampak yang muncul dari langkah-langkah kepala sekolah dalam membangun *brand image* sekolah adalah tawaran beasiswa ke luar negeri.

Sebagaimana hasil wawancara dengan kepala sekolah bahwa:

Jika saya melihat dampak yang ada di SMA Nurul Jadid ini yang pertama adalah banyaknya tawaran beasiswa ke cina karena kita mengembangkan bahasa Mandarin.<sup>167</sup>

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan dampak eksternalnya yaitu banyaknya tawaran beasiswa ke Cina melihat dari pengembangan bahasa Mandarin di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Wakil kepala sekolah bidang Humas mengatakan bahwa dengan pengembangan bahasa Mandarin yang di lakukan di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan beasiswa kedokteran di Cina, sebanyak 120 siswa dan siswi untuk dikirim ke Cina. Karena

<sup>165</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>166</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>167</sup> Wawancara kepala sekolah, Bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

kurangnya persiapan yang dilakukan maka kepala sekolah masih takut untuk mengirim siswa sebanyak itu. Sehingga untuk tahun depan yang sudah disiapkan ada 8 orang yang akan dikirim kekedokteran di Cina.<sup>168</sup>

Hal ini didukung dengan hasil dokumentasi berupa foto pelepasan siswa yang studi lanjut ke Cina dalam lampiran 7.11.<sup>169</sup>

#### 4) Banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding

Adapun dampak selanjutnya dalam melakukan langkah-langkah membangun *brand image* sekolah di ungkapkan oleh bapak Faizin, bahwa:

Melihat banyak profil alumni yang menjadi pembicara diluar dan melihat keunikan yang ada di SMA Nurul Jadid makan banyak sekolah maupun lembaga-lembaga lain yang studi banding. Hal ini menjadi bukti bahwa *brand* kita sudah dapat diterima dan bermanfaat bagi masyarakat.<sup>170</sup>

Melihat dari kualitas lulusan yang banyak diterima di perguruan tinggi baik di dalam maupun luar negeri dan melihat keunikan yang dibangun kepala sekolah mengenai sekolah berbasis bahasa mandarin, maka banyak lembaga-lembaga pendidikan tertarik melakukan studi banding di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Hal ini di dukung oleh hasil dokumentasi berupa foto studi banding dari sekolah Tionghoa di Banyuwangi sebagaimana dalam lampiran 7.24.<sup>171</sup>

Dari paparan di atas dapat dihasilkan temuan penelitian mengenai dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah, sesuai dalam tabel berikut:

<sup>168</sup> Wawancara dengan Waka Humas, Bapak M. Syaqui, Lc, Pada 3 November 2015 pukul 10.44 WIB di ruang BK

<sup>169</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

<sup>170</sup> Wawancara kepala sekolah, bapak Faizin, S.Ag., M.Pd, pada 23 Juni 2015 pukul 10.21 WIB di ruang kepala sekolah

<sup>171</sup> Dokumentasi SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Tabel 4.5  
Dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah

Dampak pembentukan <i>brand image</i>	
SMA Negeri 3 Malang	SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo
1) Kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik.	1) Tingkat pelayanan Baik.
2) Minat masuk masyarakat meningkat.	2) Minat masyarakat semakin meningkat.
3) Siswa memiliki akhlak baik.	3) Tawaran beasiswa ke luar negeri.
4) Kepercayaan masyarakat yang begitu tinggi.	4) Banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding

### C. Ringkasan Temuan Penelitian Strategi Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

#### 1. Faktor Pembentuk *Brand Image* Lembaga Pendidikan

##### a. SMA Negeri 3 Malang

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengungkap faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan yakni:

##### 1) Akreditasi Kelembagaan

Akreditasi A yang dicapai oleh SMA Negeri 3 Malang secara terus menerus menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image*. Sehingga peneliti melihat bahwa yang menjadi pertimbangan bagi orang tua siswa dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka adalah melihat akreditasi sekolah tersebut.

##### 2) Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000

Faktor pembentuk *brand image* selanjutnya adalah sekolah memiliki sertifikat standar manajemen mutu ISO. SMA Negeri 3 Malang mulai tahun ajaran 2007/2008 telah menerima sertifikat standar manajemen mutu ISO 9001:2000 sebagai langkah awal untuk meningkatkan mutu

layanan pendidikan dan meraih pengakuan internasional. Dengan penerapan standar manajemen mutu ISO 9001:2000 dapat membangun citra atau *image* positif lembaga pendidikan.

### 3) Tingkah Laku Siswa

Tingkah laku siswa dapat menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan di masyarakat. Peneliti melihat bahwa tingkah laku siswa di SMA Negeri 3 Malang sangat baik dan memiliki sikap sopan santun yang baik. Siswa SMA Negeri 3 Malang tidak pernah terlibat aksi tauran antar sekolah, sehingga dengan melihat tingkah laku siswa yang baik maka muncullah *brand image* di masyarakat.

### 4) Prestasi siswa

Prestasi siswa baik dari segi akademik dan non akademik yang baik menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan. maka SMA Negeri 3 Malang memiliki prestasi yang tidak diragukan lagi, dalam bidang akademik SMA Negeri 3 Malang telah mencapai prestasi olimpiade hingga tingkat internasional sedangkan bidang non akademik melalui prestasi ekstrakurikuler seperti DBL, Taekwondo hingga tingkat internasional dan lain-lain. Sehingga dari pencapaian prestasi tersebut maka muncul *brand image* dari masyarakat.

### 5) Kualitas Lulusan

Keberhasilan SMA Negeri 3 Malang yang menghasilkan mutu lulusan yang baik menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image*. Lulusan



SMA Negeri 3 Malang rata-rata diterima di perguruan tinggi bergengsi baik dalam negeri maupun luar negeri.

#### 6) Kegiatan Unggulan Sekolah

SMA Negeri 3 Malang memiliki 3 Kegiatan unggulan sekolah yaitu: (1) Bedhol Bhawikarsu adalah salah satu kegiatan bakti sosial selama 3 hari di desa terpencil yang diikuti oleh seluruh warga sekolah. (2) PSCS (Pagelaran Seni Citra Smanti) merupakan salah satu acara besar yang mengeskplor bakat-bakat siswa SMA Negeri 3 Malang. (3) *Student Exchange* adalah kegiatan pertukaran pelajar yang bekerjasama dengan sekolah-sekolah di luar negeri seperti River Valley high school, Singapura, Nakhonsawan high school, Thailand dan Attarkiah Islamiah Institute, Thailand. Dengan berjalannya kegiatan unggulan sekolah tersebut maka akan muncul *brand image* di masyarakat sehingga peneliti melihat bahwa kegiatan unggulan sekolah menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan.

#### 7) Hubungan Alumni

Selanjutnya hubungan alumni menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* sebuah lembaga pendidikan. SMA Negeri 3 Malang memiliki ikatan alumni dengan nama IKASMARIAGITMA. Kepedulian alumni SMA Negeri 3 Malang sangat tinggi diantaranya: 1) memberikan sumbangsih pemikiran berupa pendapat-pendapat untuk memajukan sekolah, 2) memberikan sumbangan dana untuk biaya pembangunan dan sarana prasarana sekolah, 3) alumni setiap tahun memberikan

pembelajaran kepada siswa melalui kegiatan alumni mengajar. hal inilah yang menjadi salah satu kegiatan dari ikatan alumni yang dapat menjadi salah satu faktor pembentuk brand image di SMA Negeri 3 Malang.

#### **b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

##### 1) Akreditasi Kelembagaan

Sejak tanggal 17 Desember 2007 SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo memperoleh peringkat terakreditasi A. Hal ini yang menjadi daya tarik orang tua dalam memasukkan putra-putrinya mengenyam pendidikan di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Sehingga peneliti melihat bahwa akreditasi kelembagaan di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* lembaga pendidikan.

##### 2) Standar Manajemen Mutu ISO

SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo masih belum memiliki sertifikat ISO akan tetapi ada keinginan untuk mendapatkan ISO dalam program jangka panjang.

##### 3) Tingkah Laku Siswa

Secara umum mengenai tingkah laku siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo memiliki akhlak yang baik. Karena akhlak menjadi kriteria utama dalam mengukur keberhasilan peserta didik. Sehingga dengan melihat akhlak siswa yang baik di SMA Nurul Jadid maka muncullah *image* positif di pandangan masyarakat.

#### 4) Prestasi Siswa

Prestasi siswa yang diraih sangat baik dan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Dibuktikan melalui prestasi lomba-lomba dalam segi akademik maupun non akademik dari tingkat nasional hingga internasional. Dari keberhasilan prestasi yang diraih menimbulkan daya tarik masyarakat terhadap SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo semakin tinggi.

#### 5) Kualitas Lulusan

Kualitas lulusan siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo sangat baik dan dapat bersaing dilihat dari output yang diterima di perguruan tinggi bergengsi baik di dalam negeri maupun luar negeri.

#### 6) Kegiatan Unggulan Sekolah

Kegiatan atau program unggulan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo yaitu: (1) Program Unggulan Bahasa yang diasramakan khusus, mendalami tiga bahasa yaitu Bahasa Inggris, Arab dan Mandarin tetapi yang lebih ditonjolkan adalah Bahasa Mandarin, (2) Program Unggulan MIPA yang diasramakan khusus, mendalami materi MIPA dan diwajibkan berbahasa Inggris, (3) Pembinaan Al-Qur'an dan Furudhul Ainiyah yang digarap oleh kepala sekolah dan memiliki standar kemampuan, sehingga materi tersebut berpengaruh terhadap kenaikan kelas siswa, (4) Pembinaan Jurnalistik, memberikan pembinaan kepada siswa yang memiliki bakat menulis dan diberikan wadah dalam meningkatkan bakat siswa.

## 7) Hubungan Alumni

Hubungan Alumni dengan sekolah masih belum optimal, masih difasilitasi oleh pertemuan alumni sendiri. Akan tetapi alumni memiliki peran dalam memberikan motivasi terhadap siswa dalam beberapa kegiatan.

## 2. Langkah-Langkah Membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing.

### a. SMA Negeri 3 Malang

- 1) Langkah pertama yang dilakukan untuk membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing melalui langkah pencapaian akreditasi kelembagaan dengan mengawali proses analisis SWOT sesuai 8 SNP. Kemudian dilakukan evaluasi diri dari 8 SNP untuk melihat pencapaian posisi sekolah. Setelah itu dapat membuat rencana pengembangan sekolah yang akan datang.
- 2) Langkah selanjutnya untuk mempertahankan akreditasi A yang telah di capai maka diperlukan, yaitu: *Pertama*, pengelolaan secara total mengenai kualitas guru sesuai SOP (Standar Oprasional Prosedur). *Kedua*, mengupgrade karyawan, tenaga pendidik dan kependidikan.
- 3) Langkah-langkah yang dilakukan kepala sekolah dalam mencapai sertifikat Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000 yaitu dengan menggunakan *plan, do, chek, dan action*. Dalam beberapa tahap ini dilakukan secara berkesinambungan dan apabila terjadi ketidak sesuaian maka akan ada program yang dihapus begitu pula sebaliknya.

- 4) Mengenai tingkah laku siswa, kepala sekolah melakukan beberapa langkah dengan mengadakan kegiatan unggulan dalam bidang agama agar dapat menumbuhkan akhlak siswa yang baik, yaitu: *pertama*, mengarap program BHAWIKARSI religi yang kemudian dibuat buku BHAWIKARSU religi sebagai buku panduan bagi siswa dan guru. BHAWIKARSU religi dilakukan setiap pagi sebelum jam pelajaran dimulai. *Kedua*, siswa membentuk sebuah organisasi islam di bawah naungan OSIS SMA Negeri 3 Malang yang dinamakan SKI (Studi Kajian Islam) yang di dalamnya terdapat kegiatan-kegiatan keagamaan bagi siswa, yang mana didalam kegiatan SKI ini siswa dapat belajar banyak hal mengenai kegiatan yang berbaur Islam.
- 5) Langkah selanjutnya apabila terjadi perselihan siswa antar sekolah maka kepala sekolah mengadopsi strategi MLM yaitu dengan memanfaatkan siswa yang disegani di dalam kelas atau siswa yang selalu didengarkan oleh teman-temannya kemudian diminta untuk memberikan arahan dan menengahi apabila terjadi perselisihan.
- 6) Selanjutnya dalam meningkatkan prestasi siswa, kepala sekolah menggunakan langkah-langkah yakni: *pertama*, melakukan pembibitan secara halus dengan mengadakan kegiatan SIP (SMANTI Informasi Pendidikan) dengan mengadakan perlombaan yang diikuti sertai oleh siswa-siswa dari SMP. Sehingga diharapkan agar siswa-siswa yang unggul tertarik untuk masuk di SMA Negeri 3 Malang. *Kedua*, melakukan pembinaan terhadap siswa-siswa yang telah masuk di SMA

Negeri 3 Malang. Kemudian yang *ketiga*, bagi siswa-siswa yang berprestasi dalam olimpiade mendapatkan nilai tambah sesuai mata pelajaran yang ditekuni.

- 7) Langkah-langkah yang dilakukan kepala sekolah dalam meningkatkan kualitas lulusan yaitu dengan mengadakan program PA (Pembimbing Akademik) kepada para siswa selama 3 tahun dan mengadakan program orientasi studi ke Eropa.
- 8) Langkah yang dilakukan terhadap tiga kegiatan unggulan sekolah yaitu:
  - (1) kegiatan Bedhol Bhawikarsu, kepala sekolah mengikut sertakan seluruh warga sekolah yaitu guru, karyawan, siswa dan alumni dan kepala sekolah menyelipkan kegiatan akademik dan keagamaan.
  - (2) PSCS, yaitu dengan mengundang artis untuk memeriahkan untuk menarik minat penonton dan kepala sekolah menyerahkan sepenuhnya kepada siswa untuk mengelola kegiatan PSCS agar dapat terjun langsung dan belajar mengenai *interpreneur*. Kemudian tidak lupa pula mengundang alumni dan difasilitasi.
  - (3) *Student Exchange*, dengan menjalin kerjasama sebanyak-banyaknya dengan sekolah-sekolah yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri.
- 9) Langkah selanjutnya dalam menjalin hubungan dengan Alumni, kepala sekolah melakukan langkah-langkah dengan selalu mengikut sertakan alumni dalam kegiatan-kegiatan atau event-event yang di adakan di SMA Negeri 3 Malang. Kemudian memberikan kesempatan terhadap alumni

untuk memberikan pengajaran dan motivasi terhadap siswa-siswa dalam kegiatan alumni mengajar.

**b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

- 1) Langkah-langkah yang dilakukan kepala sekolah dalam mencapai akreditasi A yaitu dengan mengajak pengurus untuk melaksanakan komponen yang dibutuhkan akreditasi sesuai dengan 8 SNP dan dikembangkan dalam tugas sehari-hari.
- 2) Langkah-langkah kepala sekolah dalam membentuk tingkah laku siswa atau akhlak yang sangat baik yaitu: *pertama*, menanamkan nilai-nilai pesantren terhadap seluruh siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *Kedua*, mengoptimalkan kerjasama antara tiga pihak, yaitu konselor BK, Bagian kedisiplinan dan pengurus pondok pesantren dalam membina akhlak siswa.
- 3) Selanjutnya dalam mencapai prestasi siswa kepala sekolah menggunakan langkah-langkah, yaitu: (1) peningkatan kualitas dan kualifikasi guru, (2) melengkapi sarana pendukung pembelajaran, (3) mendelegasikan siswa pada event-event lomba.
- 4) Langkah selanjutnya yang dilakukan kepala sekolah dalam meningkatkan kualitas lulusan dengan menjalin hubungan kerjasama ke beberapa perguruan tinggi bergengsi di dalam negeri dan luar negeri.
- 5) Langkah selanjutnya dalam meningkatkan kegiatan unggulan sekolah yaitu: (1) memberikan ruang untuk berkreasi seluas-luasnya kepada siswa melalui mading dan kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler. (2)

menumbuhkan daya saing antar program. (3) publikasi hasil program melalui media masa dan bener.

- 6) Kemudian langkah selanjutnya yang dilakukan kepala sekolah dalam mempererat hubungan dengan alumni yaitu dengan memfasilitasi pertemuan dengan alumni dan membuat group alumni melalui media sosial.

### 3. Dampak Pembentukan *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing.

#### a. SMA Negeri 3 Malang

- 1) Kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik.
- 2) Minat masuk masyarakat meningkat.
- 3) Siswa memiliki akhlak baik.
- 4) Kepercayaan masyarakat yang begitu tinggi.

#### b. SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

- 1) Tingkat pelayanan Baik.
- 2) Minat masyarakat semakin meningkat.
- 3) Tawaran beasiswa ke luar negeri
- 4) Banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding

### D. Analisis Temuan Lintas Situs

Analisis lintas situs dari temuan penelitian di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Analisis Lintas Situs  
SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo

No	Fokus Penelitian	SMA Negeri 3 Malang	SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo	Temuan Lintas Situs
1	Faktor pembentuk <i>brand image</i> lembaga	1. Akreditasi sekolah A 2. SMM ISO 9001:2000	1. Akreditasi sekolah A	Terdapat persamaan dari penelitian ini yakni peneliti



	pendidikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Tingkah laku siswa</li> <li>4. Prestasi siswa</li> <li>5. Kualitas lulusan</li> <li>6. Kegiatan unggulan sekolah</li> <li>7. Hubungan alumni</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Tingkah laku siswa</li> <li>3. Prestasi siswa</li> <li>4. Kualitas lulusan</li> <li>5. Kegiatan unggulan sekolah</li> <li>6. Hubungan alumni</li> </ol>	melihat faktor pembentuk <i>brand image</i> lembaga pendidikan di dua situs yaitu sama-sama dilihat dari: akreditasi kelembagaan, tingkah laku siswa, prestasi siswa, kualitas lulusan, kegiatan unggulan sekolah dan hubungan alumni. Yang membedakan adalah di SMA Nurul Jadid tidak memiliki SMM ISO.
2	Langkah-langkah membangun <i>brand image</i> dalam meningkatkan daya saing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akreditasi sekolah A <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses analisis SWOT sesuai 8 SNP</li> <li>- Evaluasi diri dari 8 SNP</li> <li>- Pengelolaan secara total mengenai kualitas guru sesuai SOP</li> <li>- Mengupgrade karyawan dan guru</li> </ul> </li> <li>2. SMM ISO 9001:2000 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan <i>plan, do, check, action</i> secara berkesinambungan.</li> </ul> </li> <li>3. Tingkah laku siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggarap program unggul keagamaan yaitu: program bhawikarsu religi, membentuk organisasi SKI.</li> <li>- Memanfaatkan siswa yang disegani untuk memberikan arahan kepada teman yang terjadi perselisihan.</li> </ul> </li> <li>4. Prestasi siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan pembibitan secara halus melalui kegiatan SIP.</li> <li>- Melakukan pembinaan terhadap siswa.</li> <li>- Memberikan nilai tambah bagi siswa yang berprestasi.</li> </ul> </li> <li>5. Kualitas lulusan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengadakan program PA (pembimbing</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akreditasi sekolah A <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan mengajak pengurus untuk melaksanakan komponen yang dibutuhkan sesuai 8 SNP dan dikembangkan dalam tugas sehari-hari.</li> </ul> </li> <li>2. Tingkah laku siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menanamkan nilai-nilai pesantren kepada seluruh siswa.</li> <li>- Mengoptimalkan kerjasama antara 3 pihak, yaitu konselor BK, bagian kedisiplinan dan pengurus pondok pesantren dalam membina akhlak siswa.</li> </ul> </li> <li>3. Prestasi siswa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Peningkatan kualitas dan kualifikasi guru.</li> <li>- Melengkapi sarana pendukung pembelajaran.</li> <li>- Mendelegasikan siswa pada event-event</li> </ul> </li> </ol>	Terdapat perbedaan dari kedua situs penelitian dalam penerapan kepala sekolah melakukan langkah-langkah membangun <i>brand image</i> dalam meningkatkan saing dari beberapa faktor pembentuk faktor <i>brand image</i> lembaga pendidikan.

		<p>akademik).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengadakan program orientasi studi ke Eropa.</li> </ul> <p>6. Kegiatan unggulan sekolah</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedhol bhawikarsu : mengikut sertakan seluruh warga sekolah dan alumni dalam kegiatan.</li> <li>- PSCS: mengundang artis dan menyerahkan sepenuhnya kepada siswa dalam mengelola kegiatan.</li> <li>- <i>Student exchange</i>: menjalin kerjasama sebanyak-banyaknya dengan lembaga pendidikan di dalam negeri dan luar negeri.</li> </ul> <p>7. Hubungan alumni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengikut sertakan alumni dalam kegiatan atau event-event yang di adakan SMAN 3.</li> <li>- Mengadakan kegiatan Alumni mengajar untuk memberikan pengajaran dan motivasi.</li> </ul>	<p>lomba.</p> <p>4. Kualitas lulusan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjalin hubungan kerjasama beberapa perguruan tinggi bergengsi di dalam negeri dan luar negeri.</li> </ul> <p>5. Kegiatan unggulan sekolah</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan ruang untuk berkreasi kepada siswa seluas-luasnya melalui mading dan kegiatan ekstrakurikuler.</li> <li>- Menumbuhkan daya saing antar program.</li> <li>- Publikasi hasil program melalui media masa dan bener.</li> </ul> <p>6. Hubungan alumni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memfasilitasi pertemuan dengan alumni.</li> <li>- Membuat group alumni melalui media sosial.</li> </ul>	
3	Dampak pembentukan <i>brand image</i> dalam meningkatkan daya saing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik.</li> <li>2. Minat masuk masyarakat meningkat.</li> <li>3. Siswa memiliki akhlak baik.</li> <li>4. Kepercayaan masyarakat yang begitu tinggi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat pelayanan Baik.</li> <li>2. Minat masyarakat semakin meningkat.</li> <li>3. Tawaran beasiswa ke luar negeri.</li> <li>4. Banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding</li> </ol>	Dampak yang dihasilkan terdapat persamaan yaitu: kualitas pelayanan yang baik, minat masuk masyarakat meningkat. Sedangkan perbedaannya di SMA Negeri 3 Malang yakni: siswa memiliki akhlak baik, dan kepercayaan masyarakat yang begitu tinggi. Sedangkan di SMA Nurul Jadid yaitu: adanya tawaran beasiswa ke luar negeri dan banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Faktor–Faktor Pembentukan *Brand Image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo merupakan dua lembaga pendidikan yang memiliki karakteristik berbeda, yang mana SMA Negeri 3 Malang merupakan sekolah Negeri umum sedangkan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo merupakan sekolah swasta yang berada di bawah naungan pondok pesantren.

Adapun faktor-faktor pembentukan *brand image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo adalah sebagai berikut:

##### **1. Akreditasi Kelembagaan**

Akreditasi kelembagaan merupakan salah satu faktor pembentuk *brand image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Dengan adanya akreditasi pada sekolahnya, maka SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo mendapat pengakuan dan penilaian yang sangat baik terhadap kelayakan dan kinerja mereka. Hal ini merupakan salah satu bagian dalam kriteria elemen *brand image* dalam bentuk *protectability* artinya kelayakan atau kinerja kepala sekolah, guru, staf, maupun peserta didik

terakui secara sah menurut hukum dan undang-undang yang berlaku, dan berada di bawah perlindungan hukum.<sup>1</sup>

Akreditasi adalah proses penilaian dengan indikator tertentu berbasis fakta. Asesor melakukan pengamatan dan penilaian sesuai realitas, tanpa ada manipulasi.<sup>2</sup> Akreditasi memiliki makna bagi proses pendidikan. Di samping itu akreditasi juga merupakan penilaian hasil dalam bentuk dan sertifikasi formal terhadap kondisi suatu sekolah yang telah memenuhi standar layanan tertentu yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dapat dikatakan bahwa proses akreditasi dalam makna proses adalah penilaian dan pengembangan mutu suatu sekolah secara berkelanjutan. Akreditasi dalam makna hasil menyatakan pengakuan bahwa suatu sekolah telah memenuhi standar kelayakan pendidikan yang telah ditentukan.<sup>3</sup>

Seiring dengan perkembangan dunia pendidikan yang menuntut kualitas pendidikan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, maka pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan tercermin melalui keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No.087/U/2012 pada tanggal 4 Juni 2012 telah diterbitkan ketetapan mengenai akreditasi sekolah yang baru. Sebelumnya hanya sekolah swasta saja yang harus diakreditasi atau yang terkena peraturan tersebut, sedangkan sekarang sekolah negeri pun harus terakreditasi pula. Dalam buku pedoman akreditasi

---

<sup>1</sup> Keller dalam *The Official Mim Academy*....., hlm. 82

<sup>2</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Tips Praktis Membangun Dan Mengolah Administrasi Jamal* (Yogyakarta:Diva Press, 2011), hlm. 184

<sup>3</sup> P. Suardika, A.A.I.N Marhaeni, I.W.Koyan, analisis kesiapan pemenuhan aspek-aspek akreditasi sekolah dasar negeri di kecamatan gerokrak, e-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha program Studi Pendidikan Dasar (volume 4 Tahun 2014), hlm. 3

madrasah, akreditasi ditafsirkan sebagai suatu proses penilaian kualifikasi dengan menggunakan kriteria baku mutu yang ditetapkan dan bersifat terbuka. Jika proses penilaian kualitas madrasah, baik madrasah negeri maupun madrasah swasta dengan menggunakan kriteria baku mutu yang ditetapkan oleh pemerintah atau lembaga akreditasi, hasil penelitian tersebut selanjutnya dijadikan dasar untuk memelihara dan meningkatkan kualitas penyelenggaraan dan pelayanan lembaga yang bersangkutan.

Salah satu persyaratan satuan pendidikan untuk dapat mengeluarkan sertifikat atau ijazah adalah terakreditasinya satuan pendidikan baik ditingkat institusi maupun ditingkat program. Untuk itu pemerintah melakukan akreditasi pada setiap jenjang dan satuan pendidikan untuk menentukan kelayakan program/lembaga mandiri yang diberi kewenangan oleh pemerintah untuk melakukan akreditasi.

Akreditasi SMA Nurul Jadid dan SMA Negeri 3 Malang bertujuan untuk memperoleh gambaran keadaan kinerja madrasah dalam menyelenggarakan pendidikan, sebagai dasar yang dapat digunakan sebagai alat pembinaan dan pengembangan dalam rangka peningkatan mutu pendidikan di madrasah.<sup>4</sup> Hal tersebut sejalan dengan pengertian bahwa dalam rangka peningkatan mutu pendidikan maka perlu adanya evaluasi kelembagaan secara menyeluruh sebagaimana tertuang dalam Q.S. An-Naml: 40:

---

<sup>4</sup> Departemen Agama RI, *Pedoman Akreditasi Madrasah* (Jakarta: Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam, 2008), hlm. 7

قال الذى عنده علم من الكتاب أنا آتيتك به قبل أن يرتد إليك طرفك<sup>ج</sup> فلما رآه مستقرا عنده قال هذا من فضل ربي ليبلوني<sup>ط</sup> ءأشكر أم أكفر<sup>ط</sup> ومن شكر فإنما يشكر لنفسه<sup>ط</sup> ومن كفر فإن ربي غنى

كريم

“Berkatalah seorang yang mempunyai ilmu dari Al-Kitab: “Aku akan membawa singgasana itu kepadamu sebelum matamu berkedip”. Maka tatkala Sulaiman melihat singgasana itu terletak di hadapannya, iapun berkata: “Ini termasuk kurnia Tuhanku untuk mencoba aku apakah aku bersyukur atau mengingkari (akan nikmat-Nya). Dan barangsiapa yang bersyukur maka sesungguhnya dia bersyukur untuk (kebaikan) dirinya sendiri dan barangsiapa yang ingkar, maka sesungguhnya Tuhanku Maha Kaya lagi Maha Mulia”.

Ayat sebagaimana di atas, menjelaskan bahwa Allah swt melakukan evaluasi terhadap hamba-Nya sehingga ayat di atas juga menjadi dasar bagi pengukuran kualitas lembaga. Sedangkan untuk Indonesia, akreditasi dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- a) Mendapatkan bahan-bahan bagi usaha-usaha perencanaan pemberian bantuan dalam rangka pembinaan sekolah yang bersangkutan.
- b) Mendorong dan menjaga agar mutu pendidikan sesuai dengan ketentuan kurikulum yang berlaku.
- c) Mendorong dan menjaga mutu tenaga kependidikan.
- d) Mendorong tersedianya prasarana atau sarana pendidikan yang baik.
- e) Mendorong terciptanya dan menjaga terpeliharanya ketahanan sekolah dalam pengembangan sekolah sebagai pusat kebudayaan.

- f) Melindungi masyarakat dari usaha pendidikan yang kurang bertanggung jawab.
- g) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang mutu pendidikan suatu sekolah.
- h) Memudahkan pengaturan perpindahan siswa dari sekolah ke satu ke sekolah yang lain.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian sebagaimana di atas, dengan adanya akreditasi kelembagaan, maka akan membuat *branding* tersendiri bagi lembaga tersebut.

## 2. Standar Manajemen Mutu ISO 9001:2000

Berdasarkan temuan yang ada di SMA Negeri 3 Malang, maka hal yang digunakan sebagai daya tarik agar memiliki pelanggan yang banyak yakni memiliki sertifikat ISO 9001:2000 yang mengutamakan proses dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan titik tolak dari keberhasilan suatu produk untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dengan cara memberikan kepuasan dalam segala aspek yakni termasuk didalamnya harga, keamanan, dan ketepatan waktu. Karena dengan adanya peningkatan mutu yang semakin baik akan bisa berdampak lebih positif, baik itu bagi pelanggan internal maupun eksternal.

ISO 9001 merupakan suatu standar sistem manajemen mutu yang diakui secara internasional. Yang dijadikan sebagai tolok ukur global untuk sistem manajemen mutu yang telah diterbitkan sebanyak lebih dari satu juta di seluruh dunia. Salah satu kekuatan utama ISO 9001 yakni daya tariknya yang

---

<sup>5</sup> Suharsimi Arikunto, *Penilaian Program Pendidikan*, (Jakarta: Bina Aksara, 1988), hlm. 260

luas untuk semua jenis organisasi. Oleh karena berfokus pada proses dan kepuasan pelanggan daripada prosedur.<sup>6</sup> Berdasarkan pemaparan di atas maka ada dua hal yang difokuskan di dalam menerapkan standar manajemen mutu ISO 9001:2000 yang digunakan sebagai daya tarik yakni memfokuskan pada sebuah proses dan kepuasan pelanggan.

Model sistem penjaminan mutu eksternal ISO 9001:2008 *Quality Management Systems Requirements*, ditujukan untuk digunakan di organisasi manapun yang merancang, membangun, memproduksi, memasang dan atau melayani produk apapun atau memberikan bentuk jasa apapun. Standar ini memberikan daftar persyaratan yang harus dipenuhi oleh sebuah organisasi apabila mereka hendak memperoleh kepuasan pelanggan sebagai hasil dari barang dan jasa yang secara konsisten memenuhi permintaan pelanggan tersebut.

Implementasi standar ini adalah satu-satunya yang bisa diberikan sertifikasi oleh pihak ketiga.<sup>7</sup> Sistem penjaminan mutu ISO 9001:2008 merupakan sistem penjaminan mutu yang berfokus pada proses dan pelanggan, maka pemahaman terhadap persyaratan-persyaratan standar dari ISO 9001:2008 ini akan membantu organisasi dalam menetapkan dan mengembangkan sistem manajemen mutu secara sistematis untuk memenuhi kepuasan pelanggan (*customers satisfaction*) dan peningkatan proses terus-

---

<sup>6</sup>[www. Id.Irqa.com/standards-and-schemes/iso9001/](http://www.Id.Irqa.com/standards-and-schemes/iso9001/)

<sup>7</sup> Edward Sallis, *Total Quality Management in Education-Manajemen Mutu Pendidikan*, (IRCiSoD: Jogjakarta, 2007), hlm. 94



menerus (*continuous processes improvement*).<sup>8</sup> Interpretasi persyaratan-persyaratan standar dari ISO 9001:2008 didasarkan pada paper ISO 9001:2008,<sup>9</sup> yang dikeluarkan oleh lembaga ISO. Adapun klausul-klausul ISO 9001:2008 yang penting dan harus diperhatikan oleh manajemen organisasi sebagai berikut:

Klausul 1. ruang lingkup, k.1.1 umum, k.1.2 aplikasi, k.2. acuan normatif, k.3. tujuan dan definisi, k.4. Sistem manajemen mutu, k.4.1 persyaratan umum, k.4.2 persyaratan dokumentasi, k.4.2.1 umum, k.4.2.2 manual mutu/pedoman, k.4.2.3 pengendalian dokumen, k.4.2.4 pengendalian catatan mutu, k.5. tanggung jawab manajemen, k.5.1 komitmen manajemen, k.5.2 fokus pelanggan, k.5.3 kebijakan mutu, k.5.4 perencanaan, k.5.4.1 tujuan mutu, k.5.4.2 perencanaan sistem manajemen mutu, k.5.5 tanggung jawab, wewenang dan komunikasi, k.5.5.1 tanggung jawab dan wewenang, k.5.5.2 wakil manajemen, k.5.5.3 komunikasi internal, k.5.6 peninjauan ulang manajemen, k.5.6.1 umum, k.5.6.2 input peninjauan ulang, k.5.6.3 output peninjauan ulang, k.6. manajemen sumber daya, k.6.1 penyediaan sumber daya, k.6.2 sumber daya manusia, k.6.2.1 umum, k.6.2.2 kompetensi, kesadaran dan pelatihan, k.6.3 infrastruktur, k.6.4 lingkungan kerja, k.7. realisasi produk, k.7.1 perencanaan realisasi produk, k.7.2 proses yang terkait dengan pelanggan, k.7.2.1 identifikasi persyaratan yang terkait dengan produk, k.7.2.2 peninjauan ulang persyaratan yang terkait dengan pelanggan, k.7.2.3 komunikasi pelanggan, k.7.3 desain dan pengembangan, k.7.3.1 perencanaan

---

<sup>8</sup> Edward Sallis, Total Quality Management in Education-Manajemen Mutu Pendidikan, hlm. 94.

<sup>9</sup> Lebih jelasnya lihat dalam <http://www.iso.ch> yang diakses tanggal 6 Juni 2016

desain dan pengembangan, k.7.3.2 input desain dan pengembangan, k.7.3.3 output desain dan pengembangan, k.7.3.4 peninjauan ulang desain dan pengembangan, k.7.3.5 verifikasi desain dan pengembangan, k.7.3.6 validasi desain dan pengembangan, k.7.3.7 pengendalian perubahan desain dan pengembangan, k.7.4 pembelian, k.7.4.1 proses pembelian, k.7.4.2 informasi pembelian, k.7.4.3 verifikasi produk yang dibeli, k.7.5 ketentuan produksi dan pelayanan, k.7.5.1 ketentuan pengendalian produksi dan pelayanan, k.7.5.2 validasi dari proses untuk pengoperasian produksi dan pelayanan, k.7.5.3 identifikasi dan kemampuan telusur (traceability), k.7.5.4 hak milik pelanggan, k.7.5.5 penjagaan/ pemeliharaan produk, k.7.6 pengendalian peralatan pengukuran dan pemantauan, k.8. pengukuran, analisis dan peningkatan, k.8.1 umum, k.8.2 pengukuran dan pemantauan, k.8.2.1 kepuasan pelanggan, k.8.2.2 audit internal, k.8.2.3 pengukuran dan pemantauan proses, k.8.2.4 pengukuran dan pemantauan produk, klausul 8.3 pengendalian produk nonkonformans, k.8.4 analisis data, k.8.5 peningkatan, k. 8.5.1 peningkatan terusmenerus, k.8.5.2 tindakan korektif.

Dengan demikian, filosofi dasar penerapan ISO 9001: 2008 adalah terdiri dari:

- a) Tulis apa yang dikerjakan (*write what you do*)
- b) Kerjakan apa yang ditulis (*do what you write*)
- c) Periksa dan tinjau (*review and verify*)
- d) Tingkatkan terus menerus (*improve continually*)

Dengan demikian, struktur ISO 9001:2008 yang dijadikan pedoman dalam sistem manajemen mutu pada suatu organisasi pada dasarnya terdiri dari 8 klausul, diantaranya: (1). Ruang Lingkup; (2). Referensi Standar; (3). Istilah dan Definisi; (4). Sistem Manajemen Mutu; (5). Tanggungjawab Manajemen; (6). Manajemen Sumber Daya; (7). Realisasi Produk; (8). Pengukuran, Analisa dan Perbaikan.

### 3. Perubahan Tingkah Laku Siswa

Berdasarkan temuan lapangan menunjukkan bahwa perilaku yang terlihat dari siswa di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo menunjukkan adanya perubahan tingkah laku yang sangat baik dan sopan serta tidak pernah terjadi pertengkaran antara sekolah yang ada di lingkungan sekolah tersebut. Hal ini dilandasi dengan adanya penanaman akhlak dan nilai-nilai yang baik di sekolah.

Nilai yang dimaksud adalah sumber kekuatan, karena nilai memberi kekuatan orang-orang untuk bertindak. Nilai bersifat mendalam dan emosional serta sering kali sulit berubah.<sup>10</sup> Nilai-nilai organisasi secara spesifik adalah keyakinan yang dipegang teguh seseorang atau sekelompok orang mengenai tindakan dan tujuan yang seharusnya dijadikan landasan atau identitas organisasi dalam menjalankan aktivitas bisnis, menetapkan tujuan-tujuan organisasi atau memilih tindakan yang patut dijalankan di antara beberapa alternatif yang ada.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Chintiya D. Scott, at all. *organizational vision...*, hlm. 163.

<sup>11</sup> Cathy Enz, *Power and Shared ...*, hlm. 27.

Perilaku siswa yang dimaksudkan dalam hal ini adalah perubahan sikap dan tingkah laku siswa dari yang tidak baik menjadi lebih baik, dari hal tidak menghargai menjadi lebih menghargai, dengan kesimpulan akhir lebih pada hal perubahan akhlak siswa yang dilandasi dengan nilai-nilai.

Akhlak yang dimaksud berdasarkan ruang lingkup akhlak masuk kepada kategori akhlak terhadap sesama manusia. Banyak sekali rincian yang dikemukakan al-quran berkaitan dengan perlakuan terhadap sesama manusia. Petunjuk mengenai hal ini bukan hanya dalam bentuk larangan melakukan hal-hal negatif melainkan juga sampai kepada menyakiti hati dengan jalan menceritakan aib seseorang di belakangnya.<sup>12</sup> Hendaknya setiap orang didudukan secara wajar. Tidak membedakan manusia yang satu dengan manusia lainnya. Sehingga akan tercipta rasa saling menghormati dan menghargai tanpa saling menyakiti.

Perubahan tingkah laku siswa merupakan hasil dari belajar yang relatif menetap atau permanen, yang diperoleh dari hasil latihan atau pengalaman dalam interaksinya dengan lingkungan. Perubahan tersebut tidak hanya bertambahnya ilmu pengetahuan, namun juga berwujud keterampilan, kecakapan, sikap, tingkah laku, pola pikir, kepribadian dan lain-lain. Menurut Slameto terdapat enam perubahan tingkah laku dalam pengertian belajar, yaitu:<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), hlm. 151.

<sup>13</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 3-5

a) Perubahan terjadi secara sadar

Seseorang yang belajar akan menyadari terjadinya perubahan sekurangnya ia merasakan telah terjadi suatu perubahan dalam dirinya. Misalnya pengetahuannya bertambah. Jadi perubahan tingkah laku yang terjadi karena mabuk atau keadaan tidak sadar, tidak termasuk perubahan dalam pengertian belajar, karena orang yang bersangkutan tidak menyadari perubahan itu.

b) Perubahan dalam belajar bersifat kontinu dan fungsional

Perubahan dalam diri seseorang berlangsung secara berkesinambungan, tidak statis. Satu perubahan akan menyebabkan perubahan berikutnya dan akan berguna bagi kehidupan ataupun proses belajar berikutnya. Misalnya seorang anak belajar menulis, maka ia akan mengalami perubahan dari tidak dapat menulis menjadi dapat menulis. Perubahan ini berlangsung terus sehingga kecakapan menulisnya menjadi lebih baik dan sempurna.

c) Perubahan dalam belajar bersifat positif dan aktif

Perubahan itu senantiasa bertambah dan tertuju untuk memperoleh sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan demikian makin banyak usaha belajar dilakukan, makin banyak dan semakin baik perubahan yang diperoleh. Perubahan yang bersifat aktif artinya perubahan itu tidak terjadi dengan sendirinya melainkan karena usaha individu

d) Perubahan dalam belajar bukan bersifat sementara

Perubahan yang bersifat sementara atau temporer terjadi hanya untuk beberapa saat saja. Perubahan yang terjadi karena proses belajar bersifat

menetap atau permanen. Ini berarti tingkah laku yang terjadi setelah belajar akan bersifat menetap.

e) Perubahan dalam belajar bertujuan atau terarah

Perubahan tingkah laku terjadi karena ada tujuan yang akan dicapai. Perbuatan belajar terarah kepada perubahan tingkah laku yang benar-benar disadari.

f) Perubahan mencakup seluruh aspek tingkah laku

Perubahan yang terjadi melalui suatu proses belajar meliputi perubahan keseluruhan tingkah laku. Perubahan yang terjadi meliputi perubahan tingkah laku secara menyeluruh dalam sikap, keterampilan, pengetahuan dan sebagainya.

#### 4. Prestasi Siswa

Berdasarkan temuan lapangan bahwa prestasi siswa yang ada di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo melalui prestasi akademik dan prestasi non akademik. Prestasi dalam bidang akademik menonjolkan aspek prestasi siswa di kelas dengan mengikuti olimpiade-olimpiade. Sedangkan prestasi non akademik menonjolkan pada aspek prestasi ekstrakurikuler.

Prestasi belajar di bidang pendidikan merupakan hasil dari pengukuran terhadap peserta didik yang meliputi faktor kognitif, afektif dan psikomotor setelah mengikuti proses pembelajaran yang diukur dengan menggunakan instrumen tes atau instrumen yang relevan. Dalam arti bahwa, prestasi seseorang bisa diukur melalui tiga ranah yakni ranah kognitif yang mencakup

kegiatan mental (otak) yang berorientasi pada kemampuan berfikir. Sedangkan ranah afektif, ranah yang berkaitan dengan sikap dan nilai. Yang terakhir ranah psikomotor, ranah yang berkaitan dengan keterampilan (skill). Ketiga ranah ini diukur dengan menggunakan instrumen yang pada akhirnya akan menentukan peserta didik dikatakan berprestasi atau tidak dalam proses pembelajaran.

Sanjaya juga mengungkapkan bahwa prestasi adalah hasil atau taraf kemampuan yang telah dicapai siswa setelah mengikuti proses belajar mengajar dalam waktu tertentu baik itu berupa perubahan tingkah laku, keterampilan dan pengetahuan dan kemudian akan diukur dan dinilai yang kemudian diwujudkan dalam angka dan pernyataan.<sup>14</sup>

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa peserta didik dapat dikatakan berprestasi apabila memiliki kemampuan dalam menguasai ranah kognitif, afektif, psikomotorik yang diukur melalui instrumen tes ataupun non tes terhadap peserta didik setelah mengikuti proses pembelajaran dalam sebuah lembaga pendidikan.

## 5. Kualitas Lulusan

Berdasarkan temuan peneliti di lapangan, menunjukkan bahwa SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo benar-benar memperhatikan kualitas lulusan yang dihasilkan supaya mampu diterima pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi ataupun pada dunia kerja. Sehingga terbentuklah *brand image* melalui kualitas lulusan itu sendiri. Mengingat

---

<sup>14</sup>Ade Sanjaya, *Prestasi Belajar* (Bandung: 7 Maret 2011), <http://adesanjaya.blogspot.com/2011/02/prestasi-belajar.html>.

bahwa *image* lembaga pendidikan salah satunya dibangun melalui kualitas lulusan.

Untuk bisa mendapatkan peserta didik dengan bibit terbaik, dapat dilakukan dengan sistem seleksi yang hanya mempertimbangkan mutu, bukan target jumlah peserta didik. Sehingga output (lulusan) yang dihasilkan dapat diminati oleh lembaga pendidikan pada jalur yang lebih tinggi. Mengingat kenyataan yang ada pada dewasa ini menunjukkan mutu lulusan pada lembaga pendidikan tidak selalu dapat diterima dan mampu untuk bekerja sebagaimana yang diharapkan dunia kerja.<sup>15</sup>

Rachmat mengungkapkan bahwa *Image* lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, adapun area yang dimaksud yaitu:

- 1) Produk (kualitas lulusan).
- 2) Kerjasama, tepat waktu, keahlian yang beragam, semangat keanggotaan.
- 3) Ruang kantor, ruang informasi, laborat.
- 4) Iklan, hubungan perseorangan, brosur, program-program identitas lembaga.<sup>16</sup>

*Brand image* tidak hanya dilihat dari keunggulan yang dibangun sekolah, akan tetapi kualitas lulusan di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo menjadi salah satu faktor pembentuk *brand image* sekolah. Kemudian dapat dilihat dari rata-rata lulusan dari SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo diterima di perguruan tinggi favorit di dalam negeri maupun di luar negeri sekalipun.

---

<sup>15</sup> M. Rosul Asmawi, Strategi meningkatkan lulusan bermutu di perguruan tinggi. Jurnal sosial humaniora, vol 9, No. 2, Desember 2005 66-71.

<sup>16</sup>Rachmat Kriyanto, *Public Relation ...*, hal. 11



## 6. Kegiatan Unggulan Sekolah

Kegiatan-kegiatan unggulan sekolah yang dibentuk dan dijalankan oleh panitia yang ada di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo merupakan salah satu wadah dalam mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Masyarakat terkadang tidak selalu puas hanya dengan beberapa kegiatan yang disajikan pihak sekolah namun menuntut lebih banyak diadakannya kegiatan. Mengingat *image* akan diperhatikan publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain.<sup>17</sup>

Rofiul juga menambahkan bahwa *Brand* bisa dibangun dengan sering mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar seperti pameran, kunjungan sosial, kerja bakti, study lapangan. Bisa juga dengan membuat spanduk yang diletakkan di jalan berisi prestasi siswa-siswinya. Hal ini bagus untuk membangun *image* sekolah memiliki kegiatan dan prestasi yang diunggulkan.<sup>18</sup> Kemampuan membangun *brand image* sekolah sangat penting agar pihak luar terutama masyarakat mengenal dengan baik sekolah tersebut.

Terkadang tidak semua kegiatan-kegiatan sekolah yang dilakukan di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo bisa terlaksana dengan maksimal, oleh karenanya lembaga pendidikan perlu mengevaluasi diri apakah pelayanan yang diberikan kepada publik memuaskan atau tidak. Dengan tetap berpegang pada unsur-unsur citra dalam lembaga yang akan tetap mempertahankan *brand image*.

---

<sup>17</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen ...*, hal. 332

<sup>18</sup> Rofiul, 2008, *sekolah dan marketing...*, diakses pada tanggal 17/03/2015 pukul 15:30 wib.

Buchori Alma membagi unsur-unsur citra dalam tiga bagian, antara lain;

- a. *Mirror Image*, yaitu suatu lembaga pendidikan harus mampu melihat sendiri bagaimana citra yang mereka tampilkan dalam melayani publiknya. Lembaga harus dapat mengevaluasi penampilan mereka apakah sudah maksimal dalam memberi layanan atau masih dapat ditingkatkan lagi.
- b. *Multiple Image*, adakalanya anggota masyarakat memiliki berbagai citra terhadap perusahaan atau lembaga pendidikan, misalnya sudah ada yang merasa puas, bagus dan ada yang masih banyak kekurangan dan perlu diperbaiki. Ada yang merasa puas untuk sebagian layanan, dan tidak merasa puas dengan beberapa sektor yang lain.
- c. *Current Image*, yaitu bagaimana citra terhadap lembaga pendidikan pada umumnya. *Current Image* perlu diketahui oleh seluruh karyawan lembaga pendidikan sehingga dimana ada kemungkinan citra secara umum ini dapat diperbaiki.<sup>19</sup>

Dari pendapat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa, SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo setidaknya melakukan evaluasi diri apakah sudah mampu memberikan pelayanan maksimal kepada publik atau perlu ditingkatkan lagi. Karakter masyarakat dalam memahami lembaga pendidikan maju atau tidak sangat beragam. Ada yang merasakan pelayanan pendidikan puas, bagus ataupun masih banyak yang kurang. Sehingga dari kenyataan ini seluruh karyawan perlu mengetahui

---

<sup>19</sup>Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan.....*, hlm. 92-93.

bagaimana citra lembaga pendidikan pada umumnya agar bisa diperbaiki secara bersama-sama.

## 7. Hubungan Alumni

Alumni sebagai masyarakat yang memiliki hubungan khusus dan ikatan batin yang istimewa terhadap sekolah, tentunya memiliki peranan dan tanggung jawab bagi pengembangan mutu sekolah. sebagai bagian dari civitas sekolah, alumni mempunyai peran dan tanggungjawab yang khas dan istimewa. Karena, alumni telah merasakan dan mengalami sekian tahun menjadi keluarga sekolah, menikmati dan memperoleh layanan jasa, merasakan visi dan misi apa yang dialami dalam sekian tahun tertentu dan merasakan kualitas apa saja yang dirasakan sehingga dapat menjadi seperti ini. Apapun yang didapat dari sekolah, tentunya memberikan kontribusi yang tidak kecil bagi kehidupannya di masyarakat. Berkaca dari pengalaman yang didapat selama beberapa tahun di sekolah tentunya para alumni harus memikirkan peningkatan pada mutu sekolah yang semakin meningkat.

Sebagai bagian dari masyarakat, hubungan antara alumni dan sekolah tentunya lebih bersifat kultural dan emosional. Hubungan yang dibangun antara sekolah dan alumni pun bersifat cair dan tidak mengikat. Dengan kata lain, relasi bersendikan mutualisme dan kemanfaatan. Untuk memperkuat pola hubungan tersebut, maka diperlukan wadah organisasi alumni.<sup>20</sup>

Dengan demikian, untuk bisa membentuk *brand image* agar bisa menjadi sebuah identitas yang melekat pada sebuah lembaga pendidikan dan

---

<sup>20</sup> Ikalda Tarutung, peran alumni bagi peningkatan mutu sekolah, <http://ikalda-tarutung.blogspot.co.id/2013/09/peran-alumni-bagi-peningkatan-mutu.html>. diakses pada 11/04/2016 pukul 14:51 WIB

dikenal masyarakat luas, serta mampu menciptakan citra yang positif bagi *stakeholders* pendidikan, maka *brand image* tidak bisa terbentuk dengan sendirinya. Akan tetapi banyak faktor yang mempengaruhi. Di antara beberapa faktor pembentuk *brand image* menurut Schiffman dan Kanuk sebagaimana diungkap oleh Nurul Afida adalah:<sup>21</sup>

- a. Kualitas dan mutu, berkaitan dengan kualitas produk dan barang yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu.
- b. Dapat dipercaya dan diandalkan, berkaitan dengan pendapatan atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu produk yang dikonsumsi.
- c. Kegunaan atau manfaat, yang berkaitan dengan fungsi dari suatu produk barang yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen.
- d. Pelayanan, yang berkaitan dengan besar kecilnya akibat atau untung dan rugi yang mungkin dialami oleh konsumen.
- e. Harga, yang dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mempengaruhi suatu produk, juga dapat mempengaruhi image yang panjang.
- f. *Image*, yang dimiliki merek itu sendiri, yaitu berupa pelanggan, kesepakatan dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek dari produk tertentu.

Faktor-faktor inilah kemudian yang akan membentuk *brand image* yang dijadikan sebagai identitas berbeda antara lembaga pendidikan yang satu dengan lainnya yang akan mengunggulkan sekolah yang satu dengan yang lain

---

<sup>21</sup>Nurul Afida, *Pengaruh Brand Image ...*, hlm. 20

dan akan membentuk citra positif, dan pada akhirnya mampu memberikan layanan terbaik untuk para konsumennya dan sebagainya.

**B. Langkah-langkah Strategi sekolah dalam membangun *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

Dalam rangka membangun sebuah *brand image* dikalangan masyarakat, lembaga pendidikan harus mampu membangun image positif yang pada akhirnya *image* ini kemudian akan mampu menggiring masyarakat untuk menentukan apakah mereka akan memasukkan putra putrinya ke sekolah tersebut atau sebaliknya. Oleh karenanya perlu ada pembuktian kinerja yang bagus dari lembaga pendidikan sehingga mampu menarik minat masyarakat. Kotler<sup>22</sup> menyatakan bahwa *image* konsumen yang positif terhadap suatu *brand* lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian. Mengingat akan banyaknya faktor yang bisa membangun *brand image* sehingga dibutuhkan langkah-langkah atau strategi yang baik yang pada akhirnya memberikan dampak bagi lembaga pendidikan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa lembaga pendidikan yang memiliki keinginan kuat untuk maju harus bisa melihat secara gamblang bagaimana tantangan lingkungan sekitar yang dihadapinya. Untuk bisa menjawab tantangan lingkungan maka dibutuhkan adanya berbagai langkah-langkah strategi sehingga setiap permasalahan yang ada dengan adanya langkah-langkah strategi mampu menyelesaikan setiap permasalahan untuk mencapai

---

<sup>22</sup>Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran...*, hlm.625

tujuan organisasi. Sejalan dengan pendapat Glueck mendefinisikan strategi sebagai suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategi organisasi dengan lingkungan yang dihadapinya, kesemuanya menjamin agar tujuan organisasi tercapai.<sup>23</sup>

Strategi merupakan salah satu variabel yang ikut memberikan pengaruh besar terhadap keberhasilan sebuah organisasi, karena melalui strategi yang matang akan mampu mencapai tujuan organisasi yang dicita-citakan. Senada dengan pendapat Djoko mengatakan bahwa terdapat tujuh variabel yang berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah organisasi<sup>24</sup> yaitu strategi (*strategy*) dan struktur (*structure*) yang merupakan *hardware of organization*, gaya (*style*), sistem (*system*), pegawai (*staff*), kemampuan (*skill*), dan budaya organisasi (*shared values*) yang merupakan *software of organization*.

Untuk bisa membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo dibutuhkan strategi atau langkah-langkah yang bisa digunakan untuk mewujudkan suatu *brand image* (citra merek) yang kuat pada sekolah tersebut. Strategi ini merupakan suatu garis-garis besar haluan yang bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.<sup>25</sup> Dari pendapat ini bahwa ada beberapa usaha dan langkah-langkah yang digunakan untuk bisa mencapai sasaran agar terwujud suatu *brand image* pada dua lembaga.

Berdasarkan temuan di lapangan, adapun langkah-langkah strategi yang digunakan dalam membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing

---

<sup>23</sup>Glueck, William F, *Manajemen Strategi ...*, hlm. 6

<sup>24</sup>Djoko Santoso Moeljono, *Budaya Korporat ...*, hlm. 57.

<sup>25</sup>Syaiful Bahri Djamarah, Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar...*, hlm. 5

lembaga pendidikan yang ada di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo memiliki perbedaan. Langkah-langkah yang dilakukan oleh kedua sekolah ini berbeda dalam mencapai faktor-faktor pembentukan *brand image* yang meliputi pencapaian akreditasi sekolah, ISO 9001:2000, tingkah laku siswa, prestasi siswa, kualitas lulusan, kegiatan unggulan sekolah dan hubungan alumni. Dalam hal ini sebagaimana yang telah dipaparkan secara rinci dalam penjelasan di bab IV sebelumnya.

Membangun *brand image* dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai cara memperoleh kemuliaan, Allah berfirman dalam QS. Al-Fathir:10 yang berbunyi:

من كان يريد العزة فلله العزة جميعاً<sup>ج</sup> إليه يصعد الكلم الطيب<sup>ط</sup>  
والعمل الصالح يرفعه<sup>ج</sup> والذين يَمْكُرُونَ السَّيِّئَاتِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ  
ومكر أولئك هو يبور ﴿١٠﴾

“barang siapa yang menghendaki kemuliaan, maka bagi Allah-lah kemuliaan itu semuanya. Kepada-Nyalah naik perkataan-perkataan yang baik dan amal yang shaleh dinaikkan-Nya. Dan orang-orang yang merencanakan kejahatan bagi mereka azab yang keras. Dan rencana jahat mereka akan hancur.”

Dalam Islam juga telah dijelaskan bahwa untuk meraih sebuah citra yang positif tidak hanya terhadap sesama manusia saja, akan tetapi di pandangan Allah SWT manusia juga harus membangun citra positif yaitu kemuliaan dihadapan Allah SWT. Semua orang tentu ingin mendapatkan kemuliaan dalam hidupnya. Untuk mencapai kemuliaan tersebut manusia memiliki upaya yang berbeda dalam mendapatkannya. Dalam hal ini bahwa

sekurang-kurangnya ada 10 faktor untuk mendapatkan kemuliaan dalam hidupnya yaitu:<sup>26</sup> (1) bertaqwa kepada Allah SWT dan ikuti ajaran Rasulullah SAW, sebagaimana terdapat dalam QS. Ali Imron Ayat 102. (2) berbakti kepada kedua orang tua, sebagaimana dalam QS. Al-Isro' ayat 23. (3) hilangkan sikap mengolok-olok, mencela, buruk sangka, iri hati, dengki dan takabbur, sebab sikap yang demikian adalah sikap yang mengindikasikan bahwa orang tersebut adalah orang yang tidak baik, sebagaimana terdapat dalam QS. Al-Hujurot ayat 11-12. (4) jangan terlalu berharap kepada sesama makhluk, karena tidak ada kekuasaan mutlak ditangannya, tetapi gantungkan harapan sepenuhnya kepada Allah SWT. Sebagaimana terdapat dalam QS. Al-Mulk ayat 1. (5) perbanyak syukur kepada Allah SWT, karena orang yang bersyukur rezekinya akan ditambahkan olehNya. Sebagaimana terdapat dalam QS. Ibrahim ayat 7. (6) hormati orang yang ada disekitar kita dan jalin serta bina ukhuwah dengan baik, sebagaimana terdapat dalam QS. Al-Hujurot ayat 10. (7) sopan santun dan tidak sombong, sebagaimana terdapat dalam QS. Luqman ayat 18. (8) perbanyak melakukan perbuatan baik dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Sebagaimana terdapat dalam QS. Al-Baqoroh ayat 148. (9) jangan berkeluh kesah dan berkhayal. (10) berusaha menimbulkan keyakinan bahwa kebahagiaan dunia sifatnya semu dan kebahagiaan akhirat adalah kekal dan abadi. Sebagaimana terdapat dalam QS. Ad-Dhuha ayat 4.

---

<sup>26</sup> Ahmad Badar, *cara hidup untuk mendapat kemuliaan*, [http://www.academia.edu/8074531/Cara\\_Hidup\\_Untuk\\_Mendapat\\_Kemuliaan](http://www.academia.edu/8074531/Cara_Hidup_Untuk_Mendapat_Kemuliaan), diakses pada 25/05/2016 pukul 10:31 WIB



### **C. Dampak Pembentukan *Brand Image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

Dampak merupakan pengaruh atau akibat dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang. Dampak juga merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Menurut kamus besar bahasa Indonesia bahwa dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat, baik negatif maupun positif. Sedangkan menurut Otto Soemarwoto dampak adalah pengaruh dari sebuah kegiatan.<sup>27</sup>

Berdasarkan hasil penelitian di SMA Nurul Jadid dan SMA Negeri 3 Malang didapati bahwa strategi membangun *brand image* berdampak pada; *pertama*, kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik. Dalam hal ini, pelayanan terhadap pelanggan ini merupakan salah satu wujud dari implementasi ISO 9001:2008, yang mana lembaga diharuskan menjalankan semua prosedur standar yang telah digariskan dalam persyaratan SMM ISO 9001:2008 yang tertuang dalam klausul implementasi secara berurutan dan berkelanjutan termasuk di dalamnya memenuhi persyaratan serta menjalankan implementasi tersebut dalam pengelolaan pelayanan pendidikan. Di dalam sistem manajemen mutu ISO 9001:2008, terdapat prinsip-prinsip yang dipergunakan untuk perbaikan kesinambungan yang lebih dikenal dengan 8 Prinsip Manajemen Mutu yaitu: (1) Fokus pelanggan (*customer focus*), (2) Kepemimpinan (*leadership*), (3) Keterlibatan karyawan (*involvement of people*), (4) Pendekatan proses (*procces approach*), (5) Pendekatan sistem

---

<sup>27</sup>Carapedia.com/pengertian-definisi-dampak-info2123. html.

untuk pengelolaan (system approach to management), (6) Peningkatan berkelanjutan (continual improvement), (7) Pendekatan berdasarkan fakta untuk mengambil keputusan (factual approach to decision making), (8) Hubungan saling menguntungkan dengan pemasok (mutually beneficial supplier relationship).

Quality Management System (QMS) ISO 9001:2008 dipandang perlu dalam dunia korporasi bisnis dan juga termasuk pendidikan karena system manajemen mutu ISO 9001:2008 memberikan pedoman bagi organisasi untuk menghasilkan standar mutu yang berkualitas. Menurut Vincent Gaspersz manfaat sertifikat ISO 9001:2008 adalah sebagai berikut: (1) Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, (2) Meningkatkan image kualitas perusahaan serta daya saing dalam memasuki pasar global, (3) Meningkatkan kualitas dan produktivitas melalui kerjasama, solusi masalah dan komunikasi yang baik, serta pengendalian kualitas yang konsisten, (4) Meningkatkan kesadaran kualitas dalam perusahaan, (5) Memberikan pelatihan secara sistematis kepada seluruh staf perusahaan melalui prosedur – prosedur dan instruksi-instruksi kerja yang terdefinisi dengan baik.<sup>28</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang), atau jasa. Berbicara masalah pelayanan akademik di sekolah maka tentu tidak akan terlepas dari berbicara tentang pelayanan publik, karena pelayanan akademik juga menyangkut pelayanan publik dalam bidang yang sifatnya khusus.

---

<sup>28</sup> Vincent Gaspersz, *ISO 9001:2000 And Continual Quality Improvement* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009), hlm. 69

Menurut Hardiyansyah, pelayanan publik adalah pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat dan/ atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu, sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan. Berdasarkan pengertian tersebut maka pelayanan di sekolah dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh sekolah untuk memberikan kepuasan pada pemenuhan kebutuhan warga sekolah. Banyak peneliti yang menemukan dimensi-dimensi mengenai pelayanan. Dimensi pelayanan yang paling populer dan paling banyak digunakan adalah studi dimensi pelayanan dari Parasuraman, Berry, dan Zeithaml yaitu tangibles, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy.<sup>29</sup>

Bertambahnya kualitas pelayanan menjadi lebih baik dari sebelumnya senada dengan ajaran Islam sebagaimana tertuang dalam Q.S. a-Maidah: 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا  
 اللَّهُ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.”

*Kedua*, strategi membangun *brand image* di SMA Nurul Jadid dan SMA Negeri 3 Malang berdasarkan temuan penelitian ini juga berdampak pada bertambahnya minat dan kepercayaan masyarakat. Dalam hal ini, minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk

<sup>29</sup> Hardiyansyah, *Kualitas Pelayanan Publik; Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), hlm. 12

mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar terhadap obyek tersebut, namun apabila obyek tersebut tidak menimbulkan rasa senang maka ia tidak akan memiliki minat pada obyek tersebut.

Crow and Crow berpendapat bahwa minat erat hubungannya dengan gaya gerak yang mendorong orang untuk menghadapi dan berurusan dengan orang, benda atau bisa juga sebagai pengalaman efektif yang dipengaruhi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab kegiatan dan sebab partisipasi dalam kegiatan itu.<sup>30</sup>

Selanjutnya Skinner juga berpendapat bahwa minat sebagai motif yang menunjukkan arah perhatian individu terhadap obyek yang menarik atau menyenangkannya. Apabila individu memperhatikan suatu obyek yang menyenangkan, maka ia cenderung akan berusaha aktif dengan obyek tersebut.<sup>31</sup> Dari beberapa pendapat yang disebutkan di atas, maka di dalam minat terkandung unsur motif atau dorongan dari dalam diri manusia yang merupakan daya tarik untuk melakukan aktivitas atau kegiatan sesuai dengan tujuannya.

Bertambahnya minat dan kepercayaan masyarakat diakibatkan adanya kepuasan mereka terhadap layanan lembaga. Kata kepuasan (satisfaction) sendiri berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya

---

<sup>30</sup> Lester D. Crow & Alice Crow. *Educational: Psychology*, Alih bahasa oleh Abd. Rachman Abror (Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989), hlm. 302-303.

<sup>31</sup> C.E. Skinner. *Essential of fundamental Psychology* (New York: Practice Hall, Inc., England, Cliff, 1985), hlm. 274.

pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Menurut Nur Zazin, sekolah dikatakan berhasil jika mampu memberikan layanan sesuai harapan pelanggan. Dengan kata lain, keberhasilan sekolah sebagaimana dikemukakan oleh Tim Depdiknas, mencakup hal-hal berikut : (1) Siswa puas dengan layanan sekolah, yaitu dengan pelajaran yang diterima, perlakuan guru, pimpinan, puas dengan fasilitas yang disediakan sekolah, atau siswa menikmati situasi sekolah dengan baik, (2) Orangtua siswa merasa puas dengan layanan terhadap anaknya, layanan yang diterimanya dengan laporan tentang perkembangan kemajuan belajar anaknya, dan program yang dijalankan sekolah, (3) Pihak pemakai atau penerima lulusan (PT, industry, masyarakat), puas karena menerima lulusan dengan berkualitas tinggi dan sesuai harapan, (4) Guru dan karyawan puas dengan layanan sekolah, dalam bentuk pembagian kerja, hubungan dan komunikasi antar-guru/pimpinan, karyawan, dan gaji/honor yang diterima dan pelayanan lainnya.<sup>32</sup>

*Ketiga*, strategi membangun *brand image* juga berdampak pada akhlak siswa. Dalam hal ini siswa memiliki akhlak yang baik. Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa salah satu strategi dalam membentuk *brand image* di lokasi penelitian ini adalah dengan adanya program-program unggulan dalam bidang keagamaan sehingga hasil dari penerapan tersebut adalah terbentuknya akhlak siswa yang baik, beriman dan bertaqwa.

Secara umum akhlak dibagi menjadi dua, yaitu akhlak mulia dan akhlak tercela (buruk). Akhlak mulia adalah yang harus diterapkan dalam kehidupan

---

<sup>32</sup> Nur Zazin, *Gerakan Menata Mutu Pendidikan* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011),

sehari-hari, sedang akhlak tercela adalah akhlak yang harus di jauhi dan ditinggalkan. Menurut Islam ruang lingkup akhlak dibagi menjadi dua bagian, yaitu akhlak terhadap Tuhan (Allah swt) dan akhlak terhadap makhluk (selain Allah swt). Akhlak terhadap makhluk masih dirinci lagi menjadi beberapa macam, seperti akhlak terhadap sesama manusia, akhlak terhadap makhluk hidup selain manusia (seperti tumbuhan dan binatang), serta akhlak terhadap benda mati.

*Keempat*, strategi membangun *brand image* juga berdampak pada rasa bangga terhadap sekolah. Belajar di sekolah favorit merupakan sebuah kebanggaan baik bagi siswa maupun orang tua siswa. Mereka merasa bila bersekolah atau putra-putrinya sekolah disekolah itu gengsi mereka menjadi naik sehingga mereka berlomba-lomba agar bisa sekolah atau menyekolahkan putra- putrinya disekolah favorit.

*Kelima*, berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dampak yang muncul dari langkah-langkah kepala sekolah dalam membangun *brand image* sekolah adalah tawaran beasiswa ke luar negeri. Dalam hal ini, lembaga pendidikan memiliki kemampuan dalam pengelolaan untuk menghasilkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja serta memiliki kompetensi. Lulusan harus bisa diterima pasar sehingga akan tercipta adanya keunggulan, sehingga pada akhirnya akan menarik minat stakeholder dalam memilih.pengelolaan pengetahuan akan pengelolaan pengetahuan dalam menghasilkan lulusan yang siap kerja dan memiliki kompetensi yang bersaing merupakan tahap awal dalam proses dan aplikasi strategi pemasaran modern.

Pengelolaan pengetahuan dalam menghasilkan lulusan yang siap kerja dan memiliki kompetensi yang bersaing merupakan tahap awal dalam proses dan aplikasi strategi pemasaran modern. Lulusan yang mampu diterima pasar sangat berperan atas terciptanya sebuah keunggulan. Keunggulan inilah yang akan terus menarik minat Pengelolaan pengetahuan dalam menghasilkan lulusan yang siap kerja dan memiliki kompetensi yang bersaing merupakan tahap awal dalam proses dan aplikasi strategi pemasaran modern. Lulusan yang mampu diterima pasar sangat berperan atas terciptanya sebuah keunggulan. Keunggulan inilah yang akan terus menarik minat.

*Keenam*, dampak dari langkah-langkah kepala sekolah dalam membangun *brand image* sekolah adalah banyaknya lembaga pendidikan yang melakukan studi banding ke kedua lembaga yang menjadi lokus penelitian ini.

Berdasarkan temuan dan uraian sebagaimana di atas, menurut Keller sebagaimana diungkap oleh Fandy Tjibtono,<sup>33</sup> merek bermanfaat bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen, merek berperan penting sebagai:

- a. Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.
- b. Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik. Merek bisa mendapatkan perlindungan properti intelektual. Nama merek bisa diproteksi melalui merek dagang terdaftar (registered trademarks), proses pemanufakturan bisa dilindungi melalui hak cipta (copyrights) dan desain.

---

<sup>33</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*....., hlm. 20

Hak-hak properti intelektual ini memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat berinvestasi dengan aman dalam merek yang dikembangkannya dan meraup manfaat dari aset bernilai tersebut.

- c. Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu. Loyalitas merek seperti ini menghasilkan *predictability* dan *security* permintaan bagi perusahaan dan menciptakan hambatan masuk yang menyulitkan perusahaan lain untuk memasuki pasar.
- d. Sumber menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
- e. Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.
- f. Sumber *financial returns*, terutama menyangkut pedapatan masa datang

Kemudian bagi konsumen, menurut Keller dalam Fandy Tjiptono<sup>34</sup> mengemukakan 7 manfaat pokok merek bagi konsumen, yaitu sebagai identifikasi sumber produk; penetapan tanggung jawab pada pemanufaktur atau distributor tertentu; pengurang resiko; penekanan biaya pencarian (*search costs*) internal dan eksternal; janji atau ikatan khusus dengan produsen; alat simbolis yang memproyeksi citra diri; dan signal kualitas.

Menurut Andi M. Sadat,<sup>35</sup> yang ditarik dalam dunia pendidikan bahwa merek-merek yang kuat akan memberikan jaminan kualitas dan nilai yang tinggi kepada *stakeholders*, yang akhirnya juga berdampak luas terhadap

<sup>34</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy*....., hlm. 21

<sup>35</sup>Andi M Sadat, *Brand Belief*...., hlm. 21



institusi pendidikan. Berikut ini terdapat beberapa manfaat merek yang dapat diperoleh *stakeholders* dan institusi pendidikan.

Tabel 5.1  
Manfaat Merek bagi *Stakeholders* dan Institusi Pendidikan

<i>Stakeholders</i>	Institusi Pendidikan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek sebagai sinyal kualitas</li> <li>• Mempermudah proses/memandu <i>stakeholders</i></li> <li>• Alat mengidentifikasi produk</li> <li>• Mengurangi resiko</li> <li>• Memberi nilai psikologis</li> <li>• Dapat mewakili kepribadian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Magnet institusi pendidikan</li> <li>• Alat proteksi dari para imitator</li> <li>• Memiliki segmen institusi pendidikan yang loyal</li> <li>• Membedakan produk dari pesaing</li> <li>• Mengurangi perbandingan harga sehingga dapat dijual premium</li> <li>• Memudahkan penawaran produk baru</li> <li>• Bernilai finansial tinggi</li> <li>• Senjata dalam kompetisi</li> </ul>

Sumber: Diadaptasi dari Ambler<sup>36</sup>

Tabel 5.2  
Manfaat-manfaat Merek

No	Manfaat Merek	Deskripsi
1	Manfaat ekonomik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek merupakan sarana bagi perusahaan untuk saling bersaing memperebutkan pasar.</li> <li>• Konsumen memilih merek berdasarkan <i>value for money</i> yang ditawarkan berbagai macam merek.</li> <li>• Relasi antara merek dan konsumen dimulai dengan penjualan. Premium harga bisa berfungsi layaknya asuransi risiko bagi perusahaan. Sebagian besar konsumen lebih suka memilih penyedia jasa yang lebih mahal namun diyakininya bakal memuaskannya ketimbang memilih penyedia jasa lebih murah yang tidak jelas kinerjanya.</li> </ul>
2	Manfaat fungsional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek memberikan peluang bagi diferensiasi. Selain memperbaiki kualitas (diferensiasi vertikal), perusahaan-perusahaan juga memperluas mereknya dengan tipe-tipe produk baru (diferensiasi horizontal).</li> </ul>

<sup>36</sup> Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy.....*, hlm. 23

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek memberikan jaminan kualitas. Apabila konsumen membeli merek yang sama lagi, maka ada jaminan bahwa kinerja merek tersebut akan konsisten dengan sebelumnya.</li> <li>• Pemasar merek berempati dengan para pemakai akhir dan masalah yang akan diatasi merek yang ditawarkan.</li> <li>• Merek memfasilitasi ketersediaan produk secara luas.</li> <li>• Merek memudahkan iklan dan <i>sponsorship</i></li> </ul>
3	Manfaat Psikologis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek merupakan penyederhanaan atau simplikasi dari semua informasi produk yang perlu diketahui konsumen.</li> <li>• Pilihan merek tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional. Dalam banyak kasus, faktor emosional (seperti gengsi dan citra sosial) memainkan peran dominan dalam keputusan pembelian</li> <li>• Merek bisa memperkuat citra diri dan persepsi orang lain terhadap pemakai/pemilikinya</li> <li>• Brand symbolism tidak hanya berpengaruh pada persepsi orang lain, namun juga pada identitas diri sendiri dengan objek tertentu</li> </ul>

Sumber: Diadaptasi dari Ambler<sup>37</sup>

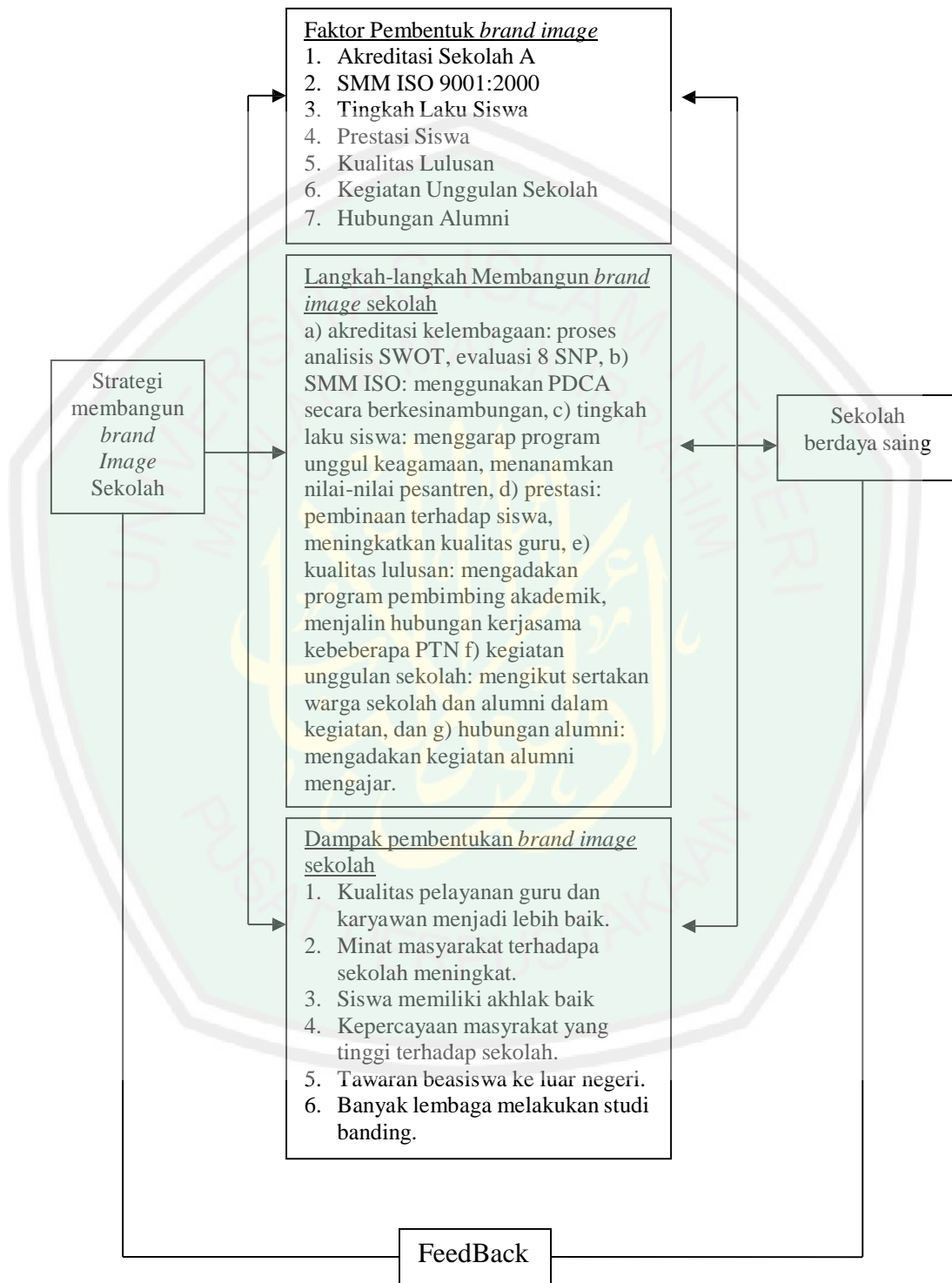
Oleh karena itu, reputasi merupakan aset penting dan wajib dimiliki oleh lembaga sebagai bukti keberadaan dan kualitas lembaga. Reputasi sekolah menunjukkan kualitas pendidikan sekaligus pencapaian prestasi sekolah sebagai indikator keberhasilan program pendidikan sekolah. Respon terhadap pencitraan sekolah terwujud pada persepsi, realitas dan opini publik yang seiring berjalannya waktu membangun reputasi sekolah. Tentu bukan waktu yang singkat dan beragam hal seperti peluang, hambatan, tantangan mampu dikelola dengan bijak. Seorang humas berperan dalam menangani reputasi dan mampu memberikan gagasan yang cemerlang demi peningkatan reputasi

<sup>37</sup> Fandy Tjiptono, *Brand Management & Strategy.....*, hlm. 23

mendatang. Strategi yang tepat dan bermanfaat merupakan sarana mencapai reputasi yang diinginkan.



### D. Bagan Konseptual Temuan Penelitian



Gambar 5.1 Temuan Penelitian Tentang Strategi Membangun *Brand Image* dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Mengacu pada rumusan masalah dan pembahasan mengenai strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, Faktor pembentukan *brand image* sekolah, meliputi: 1) akreditasi kelembagaan, 2) Standar Manajemen Mutu ISO, 3) tingkah laku siswa, 4) prestasi, 5) kualitas lulusan, 6) kegiatan unggulan sekolah, dan 7) hubungan alumni.

*Kedua*, Langkah-langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah meliputi: 1) akreditasi kelembagaan: proses analisis SWOT, evaluasi 8 SNP, 2) Standar Manajemen Mutu ISO: menggunakan PDCA secara berkesinambungan, 3) tingkah laku siswa: menggarap program unggul keagamaan, menanamkan nilai-nilai pesantren, 4) prestasi: pembinaan terhadap siswa, meningkatkan kualitas guru, 5) kualitas lulusan: mengadakan program pembimbing akademik, menjalin hubungan kerjasama kebeberapa PTN 6) kegiatan unggulan sekolah: mengikut sertakan warga sekolah dan alumni dalam kegiatan, dan 7) hubungan alumni: mengadakan kegiatan alumni mengajar.

*Ketiga*, Dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah, yakni: 1) kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih

baik; 2) minat masuk masyarakat terhadap sekolah meningkat; 3) siswa memiliki akhlak yang baik; 4) kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap sekolah; 5) tawaran beasiswa ke luar negeri; 6) banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding.

### **B. Saran-saran**

Dari temuan penelitian ini, ada beberapa rekomendasi yang ditujukan sebagaimana berikut:

1. Hendaknya tetap menjaga dan memelihara *brand image* sekolah yang telah terbentuk dan menjadi ciri khas dari sekolah tersebut.
2. Kepala sekolah diharapkan terus meningkatkan *brand image* sekolah dihadapan masyarakat, dengan terus meningkatkan kualitas sekolah secara keseluruhan.
3. Untuk para peneliti agar melakukan penelitian lebih lanjut yang mampu mengungkap lebih dalam tentang strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto, Himawan Wijarnako, 2004, *Power Branding (membangun merek unggul dan organisasi Pendukungnya)*, Jakarta: PT. Mizan Publika
- Aaker, D.A, 1991. *Managing brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press
- Abidin, Zainal D, 2008, *Tip-tip Cemerlang Daripada Qur'an, Cet VIII*. Kuala Lumpur: PTS Millennia
- Abidin, Zainal D, 2008, *Tip-tip Cemerlang Daripada Quran, Cet VII*. Kuala Lumpur: PTS Millennia
- Abuddin Nata, 2008, *Akhlaq Tasawuf*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Ade Sanjaya, 2011, *Prestasi Belajar*, <http://adesanjaya.blogspot.com/2011/02/prestasi-belajar.html>.
- Adi Angga Sukmana, *Ekonomi Kreatif, Meningkatkan Daya Saing Indonesia Dalam Menghadapi MEA 2015*, <http://www.beastudiindonesia.net/id/pena-negarawa/637-ekonomi-kreatif-meningkatkan-daya-saing-indonesia-dalam-menghadapi-mea-2015>, diakses pada 09/04/2015
- Adrian 2012, *Manajemen Berbasis Sekolah Sebagai Pengelolaan Pendidikan*, <https://schoolbasedmanagement.wordpress.com/category/mbs/paradigma-mbs-mbs/>, diakses pada tanggal 26/03/2015
- Agus Rahayu, 2008, *Strategi Meraih Keunggulan dalam Industri Jasa Pendidikan (Suatu kajian Manajemen Strategik)*, Bandung: Penerbit Alfabeta
- Agustinus Sri Wahyudi, 1996, *Manajemen Strategik: Pengantar Prose Berfikir Strategik*, Bandung: Bina Rupa Aksara
- Ahmad Badar, *cara hidup untuk mendapat kemuliaan*, [http://www.academia.edu/8074531/Cara\\_Hidup\\_Untuk\\_Mendapat\\_Kemuliaan](http://www.academia.edu/8074531/Cara_Hidup_Untuk_Mendapat_Kemuliaan), diakses pada 25/05/2016 pukul 10:31 WIB
- Akdom, 2007, *Strategic Manajement for Educational Manajemen*, Bandung: Alfabeta
- Andi M Sadat, 2009, *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyaninan*, Jakarta: Salemba Empat

- Ara Hidayat, 2010, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah*, Yogyakarta: Pustaka Eduka
- Arnoldi Zainal, *Analisis Pengaruh Dan Kepercayaan Orang Tua/Wali Murid Dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama Islam Untuk Putra-Putrinnya (Studi Pada Sma Islam Al-Azhar 12 Rawamangun)*, Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 11 Nomor 1 Maret 2013
- Azhar Arsyad, 2002, *Pokok Manajemen: Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan dan Eksekutif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Barnawi & Mohammad Arifin, 2013, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*, Jogjakarta: AR-Ruzz Media
- Bodgan, Robert dan Taylor, Steven J, 1993, "*Kualitatif Dasar-Dasar Penelitian*", ed, afandi, A. Khozin, Surabaya: usaha nasional
- Buchari Alma dikutip dalam jurnal Manajemen, Membangun Brand Image Produk, <http://www.brandimageproduk.jurnalmanajemen.com>. Diakses pada 25/03/2015
- Buchori Alma, *Manajemen Corporate & Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung:Alfabeta
- C.E. Skinner. 1985, *Essential of fundamental Psychology*, New York: Practice Hall, Inc., England, Cliff
- Cahyono, Eddy (2014). "*Peningkatan Daya Saing Ekonomi & Peran Birokrasi*", <http://setkab.go.id/peningkatan-daya-saing-ekonomi-dan-peran-birokrasi/>, diakses pada 09/04/2015
- Carapedia.com/pengertian-definisi-dampak-info2123. html.
- Crown Dirgantoro, 2001, *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus dan Implementasi*, Jakarta: Grasindo
- Darmiyati Zuchdi, 2003, *Seri Metodologi Penelitian, Panduan Penelitian Analisis Konten*, Yogyakarta: Lembaga Penelitian IKIP Yogyakarta
- Dedi P, *Hak Dan Kewajiban Warga Negara (pasal 31 UUD 1945)*, <http://dedi78.blogspot.com/2013/04/hak-dan-kewajiban-warga-negara-pasal-31.html> diakses pada 07/03/2015
- Departemen Agama RI, 2005, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: PT. Syamil Cipta Media



- Departemen Agama RI, 2011, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Jakarta : Pustaka Al-Kautsar
- Departemen Agama RI, 2008, *Pedoman Akreditasi Madrasah*, Jakarta: Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam
- Edi Sugianto, *Tantangan Pendidikan Menuju MEA 2015*, <http://banjarmasin.tribunnews.com/2014/12/24/tantangan-pendidikan-menuju-mea-2015>, diakses pada 09/04/2015
- Edward Sallis, 2007, *Total Quality Management in Education-Manajemen Mutu Pendidikan*, IRCiSoD: Jogjakarta
- Erwin Indrioko, *Studi Kasus Dan Situs*, <http://kalanganerwin.blogspot.com/2013/03/studi-kasus-dan-situs.html>, diakses pada tanggal 01/06/2015
- Euis Karwati, *Membangun Daya Saing Bangsa Melalui Pendidikan: Refleksi Profesionalisme Guru di Era Globalisasi*, disampaikan dalam seminar internasional. [http://www.uninus.ac.id/data/data\\_ilmiah/MEMBANGUN%20DAYA%20SAING%20BANGSA%20MELALUI%20PENDIDIKAN.pdf](http://www.uninus.ac.id/data/data_ilmiah/MEMBANGUN%20DAYA%20SAING%20BANGSA%20MELALUI%20PENDIDIKAN.pdf), diakses pada tanggal 31/03/2015
- Fahrurrozi, 2012, *Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam*, Semarang
- Fandy Tjiptono, 1997, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono, 2005, *Brand Management & Strategy*, Yogyakarta: Andi
- Glueck, William F, 1998, *Manajemen Strategi dalam kebijakan perusahaan*, Jakarta: Erlangga
- Halimatus Syadiyah, 2013, *Jurnal Ilmiah Kacaunya Pendidikan di Indonesia*, Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang,
- Hardiyansyah, 2011, *Kualitas Pelayanan Publik; Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*, Yogyakarta: Gava Media.
- Hendrawan Prasetyo, *Dampak Kebijakan Akreditasi Perguruan Tinggi Terhadap Daya Saing (Conpetitiveness)Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Kebumen*, Jurnal Fokus Bisnis, Volume 13, No 01, Bulan Juli 2014

- <http://edukasi.kompasiana.com/2013/10/07/pendidikan-dulu-dan-sekarang-599398.html>, diakses pada tanggal 25/03/2015
- <http://edukasi.kompasiana.com/2014/08/19/rendahnya-kualitas-pendidikan-di-indonesia-669367.html>, diakses pada tanggal 09/03/2015
- [http://id.wikipedia.org/wiki/SMA\\_Negeri\\_3\\_Malang](http://id.wikipedia.org/wiki/SMA_Negeri_3_Malang), diakses pada tanggal 26/03/2015
- <http://informasimalang.weebly.com/sman-3-malang.html>, diakses pada tanggal 10 Maret 2015
- <http://kemdikbud.go.id/kemdikbud/node/3709>, diakses pada 09/04/2015
- <http://pezat51newscommunity.blogspot.com/2011/10/perbedaan-pendidikan-zaman-sekarang.html>, diakses pada tanggal 25/03/2015
- <http://smanj.sch.id/index.php/profil/sejarah-smanj>, diakses pada tanggal 10 Maret 2015
- <http://www.malang-guidance.com/sma-negeri-3-malang/>, diakses pada tanggal 10 Maret 2015
- <http://www.metrojantar.com/2014/04/25/135437/seluruh-sekolah-harus-miliki-daya-saing-global/>, diakses pada 09/04/2015
- Ikalda Tarutung, peran alumni bagi peningkatan mutu sekolah, <http://ikalda-tarutung.blogspot.co.id/2013/09/peran-alumni-bagi-peningkatan-mutu.html>. diakses pada 11/04/2016 pukul 14:51 WIB
- Iqbal Hasan, 2002, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian* Jakarta: Galia Indonesia
- Jamal Ma'mur Asmani, 2011, *Tips Praktis Membangun Dan Mengolah Administrasi Jamal*, Yogyakarta: Diva Press
- Kertajaya, Hermawan dan Sula, Syakir M, 2006, *Syariah Marketing, Cet II*. Bandung: PT Mizan Pustaka
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Indeks
- Laurence, R Joch & William F. Glucek, 1998, *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ketiga, Terjemahan: Murad & AR. Henry Sitanggang, Jakarta: Erlangga

<http://www.iso.ch> yang diakses tanggal 6 Juni 2016

Lester D. Crow & Alice Crow. 1989, *Educational: Psychology*, Alih bahasa oleh Abd. Rachman Abror, Yogyakarta: Nur Cahaya.

Levitt, 1983, *The Marketing Imagenation*, London: The Free Press

Lincoln, Y. S. And E. G. Guba, 1985, *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills: Sage Publications,

M. Djunaidi Ghany & Fauzan Almanshur, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Jogjakarta: Ar-ruzz Media

M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almansur, 2012, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta

M. Rosul Asmawi, Strategi meningkatkan lulusan bermutu di perguruan tinggi. *Jurnal sosial humaniora*, vol 9, No. 2, Desember 2005 66-71.

M.E.Porter,2007, *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*, Tangerang: Karisma

Michael Riwuh Kaho, 2009, *Membangun Brand Image Perusahaan*, Jurnal Blog Akademik dari <http://dukonbesar.blogspot.com/2010/06/membangun-brand-image-perusahaan.html> diakses pada tanggal 25/03/2015 pukul 0:44 WIB

Much. Djunaidi, Ahmad Kholid Alghofari, Dwi Aprianti Rahayu, *Upaya peningktan kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajara Dengan Quality Function Deployment (Qfd)*, Surakarta: Jurnal ilmiah Teknik Industri Volume 5 Nomor 2

Muhadjir, Neng, 1990, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake sarasin

Muhammad Rois Rizal Nugroho, *Strategi Komunikasi Humas dalam Mewujudkan Brand Image SMA Al Islam 1 Surakarta*, <http://garden.iain-surakarta.ac.id/seg/detail/3794/strategi-komunikasi-humas-dalam-mewujudkan-brand-image-sma-al-islam-1-surakarta>, diakses pada tanggal 27/03/2015

Mulyasa E, 2006, *Standar Kompetensi dan Sertifikasi Guru*, PT Remaja Rosdakarya

Nasution, 1990,*Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*, Tarsito, Bandung.

Nur Zazin, 2011, *Gerakan Menata Mutu Pendidikan*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

- Nurul Afida, 2010, *Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Loyalitas Konsumen*, Skripsi, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah, IAIN-Sunan Ampel Surabaya
- P. Suardika, A.A.I.N Marhaeni, I.W.Koyan, 2014, analisis kesiapan pemenuhan aspek-aspek akreditasi sekolah dasar negeri di kecamatan gerokrak, e-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha program Studi Pendidikan Dasar ,volume 4
- Philip, Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta: PT. Prehellindo
- Pius A Partano dan M. Dahlan Al-Barry, 1994, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola
- Porter, Michael E, 2008, *Competitive Advantage (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan)*, kharisma Publishing Grup
- Prengki Susanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang*, TINGKAP vol. VIII No. I Th. 2012
- Pustaka setia,2000, GBHN 1999-2004, cetakan kedua Bandung
- Rachmat Kriyanto, 2008, *Public Relation Writing : Membangun Publik Relation Membangun Citra Corporate*, Jakarta: Kencana
- Rangkuti, Freddy, 2004, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Robert Suparto, 2010, *Analisis Pengaruh Persepsi kualitas (perceived quality) terhadap citra merek (brand image) serta dampaknya terhadap sikap konsumen (studi kasus: SMA Kristen Ketapang 1)*, <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesidoc/Bab1/2010-1-00424-MN%20BAB%201.pdf>, diakses pada 10/04/2015 pukul
- Rofiul, 2008, *sekolah dan Marketing*, <http://rofiul.blogdetik.com/2008/12/23/sekolah-dan-marketing/>, diakses pada tanggal 17/03/2015 pukul 15:30 WIB.
- Rozi, Nanang Fatkhur,2007, *Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Abstrak Skripsi, Jurusan Manajemen Konsentrasi Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
- Shahih al-Bukhari, *Kitab Adab*, bab 57 hadits no. 6064

- Shahih Muslim, *Kitab Zuhud*, bab ke 7, hadits no. 2962
- Simamora, Henry, 1997, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: STIE TKPN
- Siti Ma'rifatul Hasanah, 2012, *Strategi Membangun Brand Image Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)*, tesis: UIN Malang
- Slameto, 2003, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, 2012, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiono, 2003, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta
- Sugiono, 2009, *Metode Penelitian Pendidikan; Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Al-Fabeta
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Alfabeta, Bandung
- Suharsimi Arikunto, 1988, *Penilaian Program Pendidikan*, Jakarta: Bina Aksara.
- Sumardi Soeryabrata, 1998, *Metode Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo
- Sumihardjo, Tumar, 2002, *Daya Saing Daerah Konsep dan Pengukurannya di Indonesia*, Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 3
- Syaiful Bahri Djamarah, Aswan Zain, 1997, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Renika Cipta
- Syaiful Sagala, 2007, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Mutu Pendidikan* Bandung: Alfabeta
- Umi Kulsum, *Rendahnya Kualitas Pendidikan di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan Unnes 2013
- Vincent Gaspersz, 2009, *ISO 9001:2000 And Continual Quality Improvement*, Jakarta: Gramedia Pustaka.

Windasirumapea, 2012, *Persaingan bisnis sesuai syariah*,  
<https://windasirumapea.wordpress.com/2012/10/10/persaingan-bisnis-sesuai-syariah/>, diakses pada tanggal 06/04/2015

[www. Id.Irqa.com/standards-and-schemes/iso9001/](http://www.Id.Irqa.com/standards-and-schemes/iso9001/)

Yeni Absah, Kompetensi: *sumber daya pendorong keunggulan bersaing perusahaan*, Jurnal Manajemen Bisnis, 2008 Volume 1, Nomor 3, September 2008

Yoyon Bahtiar Irianto, *Pemasaran Pendidikan*,  
[http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR.\\_ADMINISTRASI\\_PENDIDIKAN/196210011991021-YOYON\\_BAHTIAR\\_IRIANTO/Modul-5-Pemasaran\\_Pendidikan.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._ADMINISTRASI_PENDIDIKAN/196210011991021-YOYON_BAHTIAR_IRIANTO/Modul-5-Pemasaran_Pendidikan.pdf), di akses pada 17/03/2015





# Lampiran 1

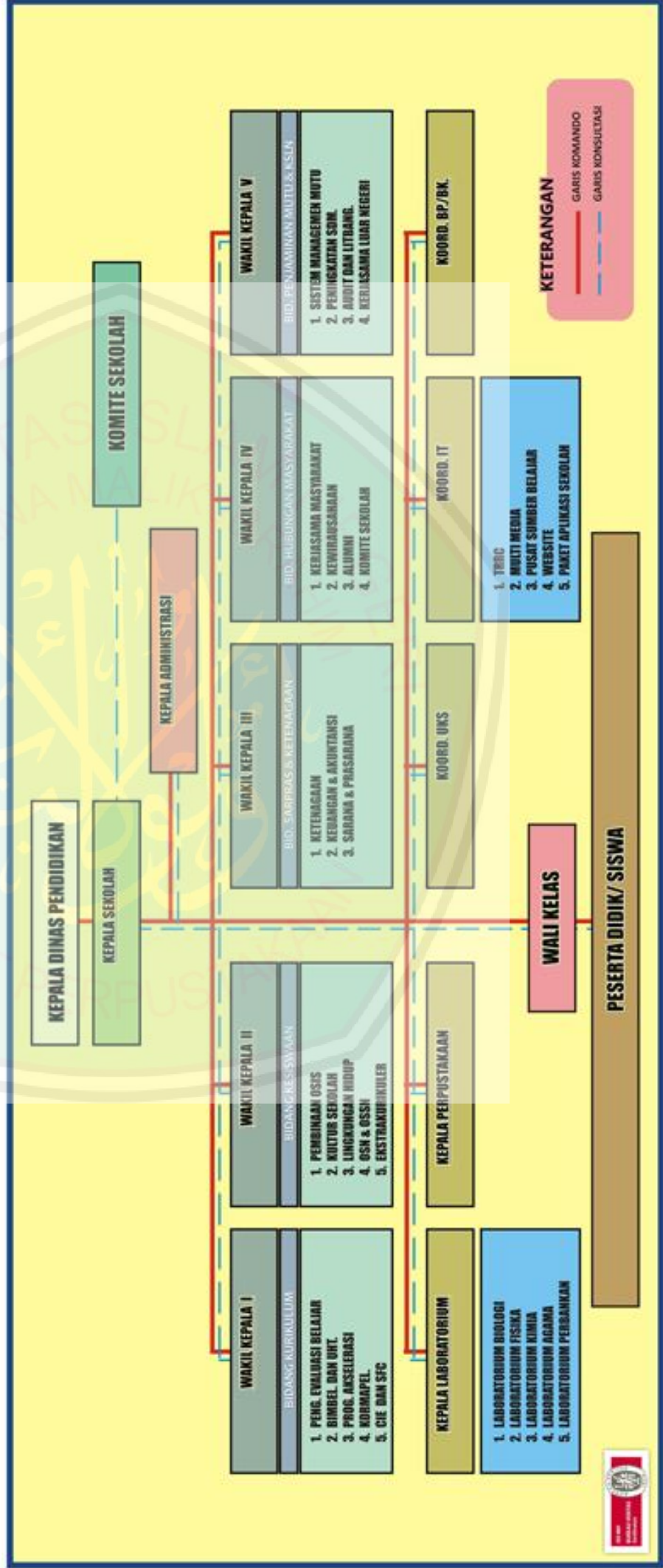


# STRUKTUR ORGANISASI SMA NEGERI 3 MALANG

Jl. Sultan Agung Utara No. 7, ☎ 0841-324768, 📠 0841-341530 Kec. Klojen Kota Malang- 65111



www.sman3malang.sch.id



## KETERANGAN

- GARIS KOMANDO
- - - GARIS KONSULTASI







# Lampiran 2

DATA PENDIDIK DAN TENAGA KEPENDIDIKAN  
SMA NEGERI 3 MALANG  
TAHUN 2015

No. Urut	Nama	Terakhir		Jabatan dan Status Pendidik/Kependidikan		Masa Kerja		Pendidikan Terakhir dan Mapel Diampu			
		Pangkat	Gol	Jabatan	Status	Tahun	Bulan	Tingkat Pendidikan	Nama PT/Sek	Jurusan	Lulus Tahun
1	ASRI WIDIAPSARI, M.Pd	Pembina	IV/a	Kasek	GT	25	7	S2	Universitas Islam Malang	Bahasa Inggris	2012
2	Dra. PURIJATI	Pembina	IV/a	Guru	GT	31	7	S1	IKIP Malang	Matematika	1982
3	Drs. HANDRI PRIJANTO	Pembina	IV/a	Guru	GT	32	7	S1	IKIP Malang	Fisika	1981
4	Dra. SUDJIATI	Pembina	IV/a	Guru	GT	29	7	S1	IKIP Malang	PPKn	1981
5	Drs. ANSORI ZAINI, M.Ag	Pembina Tk.I	IV/b	Guru	GT	31	7	S2	IAIN Sunan Ampel Sby	Pend.Agama Islam	1983
6	TRI RAHAYU UDJIANI, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	34	8	S1	IKIP Malang	Ekonomi	1997
7	Drs. HARYWANTO	Pembina Tk.I	IV/b	Guru	GT	29	7	S1	IKIP Malang	Biologi	1983
8	Dra. SRI POERWANI HEROEWATI	Pembina	IV/a	Guru	GT	31	7	S1	IKIP Malang	Sej. Nas. dan Umum	1981
9	Drs. HARTONO	Pembina Tk.I	IV/b	Guru	GT	29	7	S1	IKIP Malang	Sej. Nas. dan Umum	1984
10	Dra. POERWATI BUDI UTAMI	Pembina	IV/a	Guru	GT	32	7	S1	IKIP Malang	Kimia	1982
11	Dra. SUYATI	Pembina Tk.I	IV/b	Guru	GT	33	7	S1	IKIP Malang	Bahasa Indonesia	1981
12	DINA CHRISTY SAPTANIA,S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	29	7	S1	IKIP Budi Utomo Malang	Bahasa Inggris	2001
13	Drs. ABDUL MADJID,MA	Pembina	IV/a	Guru	GT	31	7	S2	Un.Muhammadiyah	Bimb. dan	2008

									Malang	Konseling	
14	Dra. NUR MUKAROMAH	Pembina	IV/a	Guru	GT	29	7	S1	IKIP Surabaya	Bimb. dan Konseling	1984
15	SRI WILUJENG SUPRIATIN, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	33	10	S1	IKIP Malang	Biologi	1997
16	Dra. SRI WAHYUNI	Pembina	IV/a	Guru	GT	29	7	S1	IKIP Malang	Ekonomi	1984
17	Drs. AHMADILLAH, M.Si	Pembina	IV/a	Guru	GT	28	8	S2	IKIP Malang	Sej. Nas. dan Umum	1985
18	Drs. ADI PRAWITO, M.Si	Pembina Tk.I	IV/b	Guru	GT	26	7	S2	UNMUH Malang	Sej. Nas. dan Umum	2012
19	Drs. ADI SASONGKO	Pembina	IV/a	Guru	GT	25	7	S1	IKIP Malang	Pendidikan Jasmani	1989
20	AKHMAD SUPRIADI, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	24	7	S1	IKIP Malang	Bahasa Indonesia	1997
21	SRI HARINI, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	26	9	S1	Universitas Terbuka	Matematika	2004
22	Drs. BASUKI AGUS PRIYANA PUTRA	Pembina Tk.I	IV/b	Guru	GT	26	7	S1	Universitas Negeri Malang	Bahasa Indonesia	1991
23	Dra. CATUR WIGIYATI	Pembina	IV/a	Guru	GT	17	8	S1	IKIP Malang	Fisika	1992
24	RETNO TRISNIWATI, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	26	9	S1	Universitas Terbuka	Matematika	1993
25	Dra. WAHYU WIDIASTUTI, M.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	25	7	S2	Universitas Negeri Malang	Geografi	2012
26	WAHYUDIONO, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	17	8	S1	IKIP Malang	Pendidikan Jasmani	1993
27	Drs. EDY EFFI BOEDIONO, M.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	17	7	S2	Universitas Negeri Malang	Matematika	2014
28	Dra. SITI JUHARIYAH	Penata Tk.I	III/d	Guru	GT	15	7	S1	IKIP Malang	Biologi	1993
29	LILIK NURHAYATI, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	19	9	S1	Un. Muhammadiyah Malang	Biologi	1993
30	BUDI NURANI, M.Pd	Penata Tk.I	III/d	Guru	GT	18	7	S2	Universitas Negeri Malang	Fisika	2012
31	ANISAH HARIATI, S.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	19	10	S1	IKIP Malang	PPKn	1993

32	KHOIRUL HANIIN, M.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	21	7	S2	Universitas Negeri Malang	Fisika	2014
33	ANY HERAWATI, M.Pd	Penata	III/c	Guru	GT	10	9	S2	Universitas Negeri Malang	Matematika	2012
34	DWI SULISTARINI, S.ST, M.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	17	9	S2	Universitas Negeri Malang	Biologi	2010
35	DIAH PURWANINGTYAS, S.Pd	III/b	III/b	Guru	GT	6	7	S1	IKIP Malang	Kimia	1999
36	WAWAN PRAMUNADI, M.Pd	III/c	III/c	Guru	GT	10	9	S2	Universitas Negeri Malang	Fisika	2012
37	TITIK SUSIANAH, M.Si	III/b	III/b	Guru	GT	9	6	S2	Universitas Negeri Malang	Kimia	2002
38	VENNI IKA SUSANTI, S.Si, M.Pd	III/b	III/b	Guru	GT	9	6	S2	Universitas Negeri Malang	Kimia	2011
39	FIRMAN, S.Pd	III/b	III/b	Guru	GT	9	6	S1	Universitas Negeri Malang	Pendidikan Seni	2003
40	NORMAN ADHI PRAWITHA, S.Kom	III/b	III/b	Guru	GT	6	7	S1	IST Palapa Malang	T I K	2003
41	CHOMSATUL FADILAH, S.Pd	III/a	III/a	Guru	GT	5	9	S1	Universitas Negeri Malang	Pendidikan Jasmani	2006
42	RATNA RAHMAWATI, M.Pd	III/a	III/a	Guru	GT	5	9	S1	Universitas Negeri Malang	Geografi	2007
43	LULUT EDI SANTOSO, M.Pd	Pembina	IV/a	Guru	GT	22	7	S2	Universitas Negeri Surabaya	Seni Budaya	2013
44	EPRATA MEININGSIH, S.Pd	Penata	III/c	Guru	GT	9	6	S1	Universitas Negeri Surabaya	Bahasa Jepang	2004
45	TRI SETYA ANGGRIANI, S.Pd	Penata	III/c	Guru	GT	9	6	S1	IKIP Surabaya	Bahasa Jerman	1998
46	ULFATUL MILLAH, S.Pd	Penata	III/c	Guru	GT	9	6	S1	Universitas Negeri Malang	Bimb. dan Konseling	2005
47	RIZKY ADITYA NUGRAHA, S.Pd	Penata Muda Tk.I	III/b	Guru	GT	6	7	S1	Universitas Negeri Malang	Matematika	2006
48	ENDAH ARIANI, S.S	Penata Muda	III/a	Guru	GT	12	2	S1	STIBA Malang	Bahasa Inggris	2000

49	Drs. IMAWAN WIBISONO	Penata Tk.I	III/d	Ka TU	PT	20	10	S1	UNIBRAW	Administrasi Negara	1991
50	HERY YUDIYANTO,S.Pd	-	-	Guru	GTT	18	1	S1	S1 IKIP NEGERI MALANG	Pend.Bhs & Seni	
51	AHMAD NASIKIN, M.Pd	-	-	Guru	GTT	17	0	S2	Un.Muhammadiyah Malang	Kebijakan pengembangan pendidikan	
52	ENDRI PURNOMO,S.Pd,M.Si	-	-	Guru	GTT	7	1	S2	Universitas Brawijaya	MIPA	2008
53	STEFANUS PAN,S.Ag	-	-	Guru	GB	5	11	S1	INSTITUT PASTORAL INDONESIA	ILMU PASTORAL	1996
54	ANDIK PRASETYO NUGROHO,S.Pd	-	-	Guru	GTT	5	11	S1	Univ. Negeri Malang	P Matematika	2008
55	RATIH KARTIKASARI	-	-	Guru	GTT	5	4	S1	IKIP Negeri Yogyakarta	Pend. Bhs Prancis	1992
56	KASTINI,S.Pak	-	-	Guru	GB	3	11	S1	STIPAK	Pendidikan Agama Kristen	1991
57	SURTI SRI WAHYUNI,S.Ag	-	-	Guru	GB	3	0	S1	UNHI DENPASAR	ILMU AGAMA	1995
58	SRI WAHYUDI,S.Pd	-	-	Guru	GTT	3	0	S1	Univ. Negeri Malang	Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan daerah	2007
59	M. ANIQ MUBAROK,S.Pd	-	-	Guru	GTT	3	10	S1	Univ. Negeri Malang	Pend.Bhs & Sastra Inggris	2012
60	DARISTYA LYAN RIANG DALU,S.Pd	-	-	Guru	GTT	3	10	S1	Univ. Negeri Malang	Pend.Bhs & Sastra Inggris	
61	LANTIP WICAKSANA PUTRA,S.Pd	-	-	Guru	GTT	1	6	S1	Univ. Negeri Malang	Pendidikan Bimbingan dan Konseling	2013



62	HELMI WICAKSONO,S.Pd	-	-	Guru	GTT	1	0	S1	Univ. Negeri Malang	Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan daerah	2010
63	SUBUR WIJAYA,S.PdI	-	-	Guru	GTT	2	0	S1			
64	ARIF HIDAYATUL KHUSNA, S.Pd	-	-	Guru	GTT	0	0	S1	Univ. Negeri Malang	Pendidikan Matematika	2014
65	LUH MURNIASIH, M.Pd	-	-	Guru	GTT	0	0	S1	Univ. Pendidikan Ganesha	Pendidikan Kimia	2011
66	MUHAMMAD ROHMATUL ADIB, S.Pd	-	-	Guru	GTT	0	0	S1	Univ. Negeri Malang	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	2013
67	MUJITO	-	-	Staf TU	PTT	22	2	SLTA	PKBM KENDEDES KOTA MALANG/PAKET C SETARA SMA	IPS	2009
68	SUSILO MARDI WAHYUNI,SE	-	-	Staf TU	PTT	16	1	S1	STIE MALANG	MANAJEMEN	2011
69	NURUL HIKMAH,SE	-	-	Staf TU	PTT	15	1	S1	STIE MALANG	MANAJEMEN	2011
70	ENIK SULIKAH	-	-	Staf TU	PTT	15	1	SLTA	SMAN Pagak	IPS	1987
71	MOHAMAD BUKHORI	-	-	Kebersihan	PTT	13	2	SLTP	MTs. Darut Taqwa II Sengon Agung Purwosari Pasuruan		1990
72	EMMA AGUSTINA IMANOVA,SS	-	-	Staf TU	PTT	12	10	S1	Univ. Gajayana Malang	Bahasa dan Sastra Inggris	2001
73	AGIAN NENI VIFTANTI,SE	-	-	Staf TU	PTT	12	9	S1	UNMER KOTA PASURUAN	Manajemen	1997
74	UUM KRISTANTI,SE	-	-	Staf TU	PTT	12	10	S1	Univ. Widya Karya	Akuntansi	1996
75	RISWANTO	-	-	Penjaga	PTT	10	11	SLTA	SMA Negeri Dampit	IPA	1990
76	IMFRON WAHYUDI	-	-	Penjaga	PTT	10	2	SLTA	SMK	Pekerjaan Umum	1999
77	NUR HAYATI	-	-	Staf TU	PTT	9	2	D1	PPPGT/VEDC Malang	Animasi dan Multimedia	2007

78	DEWI ARIATI	-	-	Staf TU	PTT	9	2	D1	PPPGT/VEDC Malang	Animasi dan Multimedia	2007
79	LUTHFI AGUNG SULISTYO,A.Md	-	-	Petugas IT	PTT	7	2	D1	WEARNES	Informatika dan Teknik Komputer	2005
80	BIBIT PILIANTO	-	-	Penjaga	PTT	6	2	SLTA	SMU PGRI Kepanjen	IPS	2001
81	INTAN NURJANNAH,S.Pd	-	-	Laboran Fis	PTT	5	7	S1	Univ. Negeri Malang	Pendidikan Fisika	2009
82	MOCHAMAD EDI SANTOSO	-	-	Penjaga	PTT	5	0	SLTA	SMK Tunas Bangsa	Teknik Mesin	2002
83	ARI SUBEKTI,S.Kep.NS	-	-	Petugas UKS	PTT	4	5	S1	Univ. Brawijaya	Ilmu Keperawatan	2009
84	SISWANTO	-	-	Penjaga	PTT	3	2	SLTP			
85	EKWA GELANG SHANTI,S.Si	-	-	Laboran Bio	PTT	3	2	S1	Univ. Negeri Malang	Biologi	2010
86	ANDIK DWIJANTO,SE	-	-	Staf TU	PTT	2	7	S1	Un.Muhammadiyah Malang	MANAJEMEN	1996
87	DIDIK SLAMET PURWANTO	-	-	Penjaga	PTT	0	7	SLTA	PAKET C	IPA	1994
88	ISBAKHUL MUNIR	-	-	Kebersihan	PTT	0	7	SD	SD CURUNGREJO		1996
89	YULIA RAHMA SARI	-	-	Laboran Kim	PTT	0	6	S1	Univ. Negeri Malang	Pendidikan Kimia	2014
90	SELLA PRADANA	-	-	Petugas Perpus	PTT	0	6	D3	Politeknik Negeri Malang	Administrasi Niaga	2011
91	DEFI YUNIATI	-	-	Petugas Perpus	PTT	0	1	D3	Univ. Negeri Malang	Perpustakaan, Fakultas sastra	2014
92	PURI SEPTIANDANI, A.Md	-	-	Staf TU	PTT	0	1	D3	Politeknik Kesehatan RS Dr. Soepraoen	Akupuntur	2011

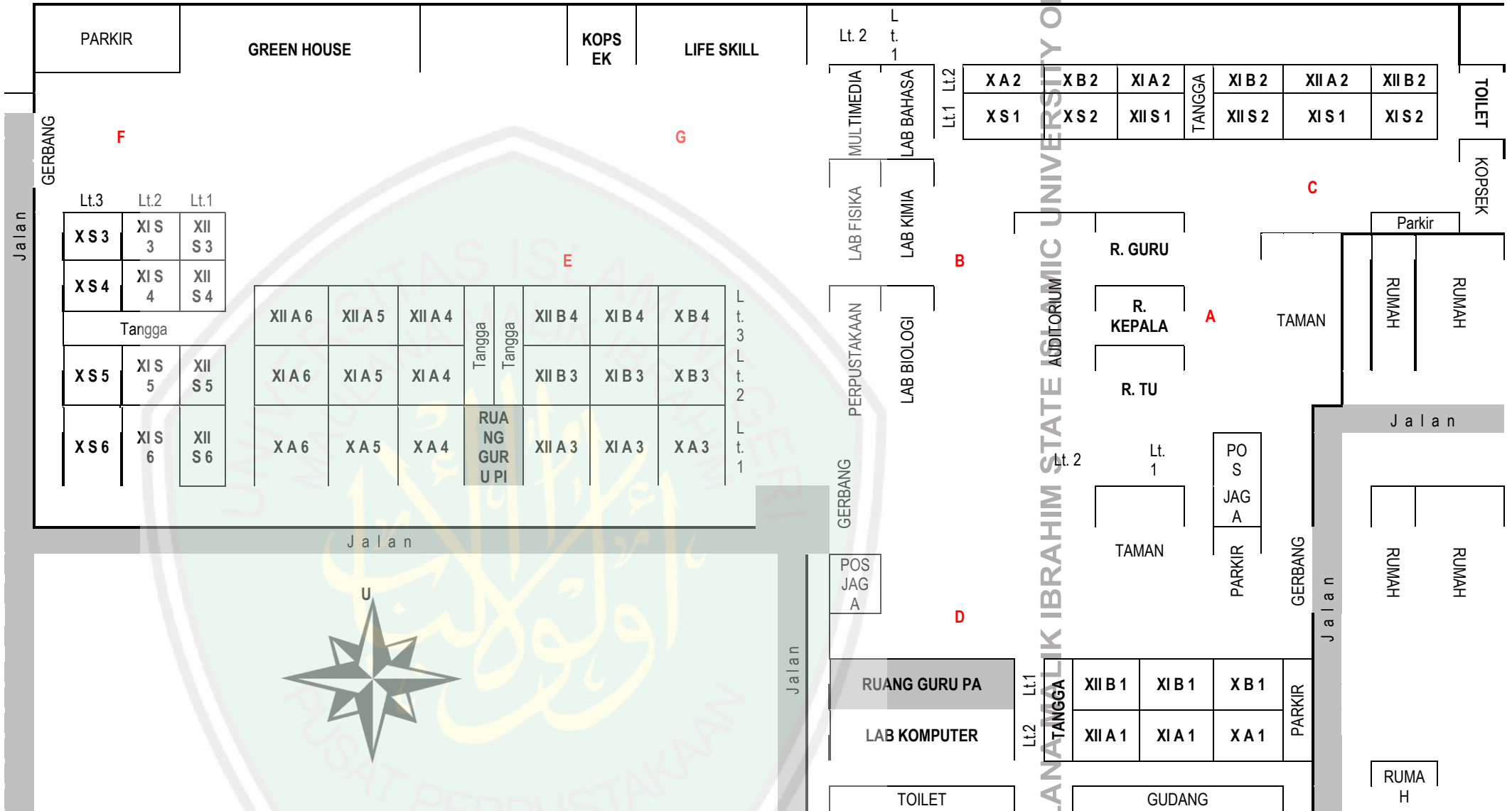


The logo is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features the text "UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM" in a circular arrangement at the top and "PUSAT PERPUSTAKAAN" at the bottom. In the center, there is a stylized yellow calligraphic design. Overlaid on the logo is the text "Lampiran 3" in a large, bold, black serif font.

# Lampiran 3



**DRAF DENAH LOKAL**  
**SMA NURUL JADID**  
 TAHUN PELAJARAN 2015-2016



MAULANA IBRAHIM STATE AUDITORIUM UNIVERSITY OF MALANG



Jalan  
E MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG



# Lampiran 4

**DATA TENAGA PENDIDIK DAN KEPENDIDIKAN**  
**SMA NURUL JADID PAITON PROBOLINGGO TAHUN PELAJARAN 2015-2016**

NO	NAMA	L/P	TEMPAT LAHIR	TANGGAL LAHIR	ALAMAT	NUPTK/PEG ID	JABATAN	MAPEL	TMT	IJAZAH TERAKHIR		SERTIFIKASI	KET.		
										JENJANG	JURUSAN		INSTANSI	TAHUN	
1	FAIZIN, S.Ag., M.Pd.	L	Banyuwangi	25 Agustus 1967	Karanganyar Paiton Probolinggo	2157 7456 4720 0023	Kepala Sekolah		24 Juli 2014	S 2					
2	H. MAHALLI, BA	L	Pamekasan	02 Maret 1955	Karanganyar Paiton Probolinggo	7634 7356 3620 0012	Guru	PAI	19 Februari 1981	D 3	Ilmu Dakwah PTIDNJ	1981	Kemenag	2011	
3	Drs. H. LUTFI RAHMAN	L	Malang	30 Juli 1959	Jabung Wetan Paiton Probolinggo	3062 7376 4020 0003	Guru	BAHASA INGGRIS	16 Juli 1981	S 1	Dakwah IAIN Sunan Ampel	1991	Kemenag	2009	
4	H. SYAMSUL MA'ARIF, S.Pd.I	L	Banyuwangi	11 Mei 1960	Karanganyar Paiton Probolinggo	7447 7386 3920 0013	Guru	PAI	15 Juli 1982	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2004	Kemenag	2011	
5	EDI SUGIYANTO	L	Pasuruan	11 September 1960	Gentengan Nguling Pasuruan	4243 7376 4320 0003	Guru	KIMIA	15 Juli 1983	SLTA	Ilmu Pengetahuan Alam	1981	Kemendikbud	2014	
6	SUBAIDI, S.H.	L	Sampang	16 Agustus 1955	Patokan Kraksaan Probolinggo	6148 7336 3620 0013	Guru	PKn	21 Juli 1983	S 1	Hukum Perdata UNDAR	1986	Kemendikbud	2007	
7	Drs. IMAM HARI SANTOSA, M.M.Pd.	L	Malang	13 Agustus 1966	Besuk Agung Besuk Probolinggo	8415 7446 4620 0003	Koord. Program MIA	KIMIA	17 Juni 1990	S 2	Manajemen Pendidikan	2012	Kemenag	2009	PNS
8	Drs. FARID MURDIYANTO	L	Jember	01 Januari 1962	Sumberanyar Paiton Probolinggo	6433 7406 4220 0172	Guru	EKONOMI	07 Mei 1993	S 1	Ekonomi Kucecwaru Malang	1989	Kemendikbud	2007	
9	H. MUALIM ALI, BA	L	Probolinggo	07 Januari 1965	Karanganyar Paiton Probolinggo	0439 7436 4420 0022	Koord. Piket		19 Juli 1993	D 3	Ilmu Dakwah PTID NJ	1991			
10	Hj. SRIWATI, S.Ag.	P	Probolinggo	02 Mei 1970	Sokaan Krejengan Probolinggo	5860 7486 4930 0012	Guru	PAI	10 Juli 1995	S 1	Peradilan Agama IAINJ	1993	Kemenag	2008	
11	H. FONI YUSANDA, S.P.	L	Ponorogo	25 Mei 1970	Karanganyar Paiton Probolinggo	5857 7486 5020 0012	Guru	BIOLOGI	01 Juli 1996	S 1	Budidaya Pertanian UNISMA	1994	Kemendikbud	2007	
12	DUL KAMAR S.Ag.	L	Probolinggo	29 Juni 1970	Karanganyar Paiton Probolinggo	9647 7526 5520 0012	Waka Ur. Kesiswaan	PAI	01 Juli 1996	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2001	Kemenag	2011	
13	RIFAI, S.Pd.	L	Situbondo	03 Januari 1970	Karanganyar Paiton Probolinggo	6435 7486 5020 0012	Guru	SEJARAH	10 Juli 1996	S 1	Pendidikan Sejarah UIJ	1995	Kemendikbud	2010	PNS
14	Drs. M. ILYAS	L	Probolinggo	15 Mei 1958	Liprak Kulon Banyuanyar Probolinggo	5847 7366 3920 0032	Guru	BK	15 Juli 1996	S 1	Psikologi Pendidikan dan Bimbingan UIJ	1992	Kemendikbud	2007	
15	Dra. ANIEK SUHAENY	P	Probolinggo	10 Nopember 1959	Sidopekso Kraksaan Probolinggo	5442 7376 3930 0103	Guru	BIOLOGI	30 Juli 1997	S 1	Pendidikan Biologi IKIP Malang	1984	Kemendikbud	2007	DPK
16	JUNAI, S.Ag.	L	Probolinggo	05 Januari 1971	Sumbertaman Wonoasih Probolinggo	3437 7496 5120 0042	Guru	BAHASA ARAB	30 Juli 1997	S 1	Ahwalus Syakhsiyah IAINJ	2001	Kemenag	2009	
17	HAPANDI, S.Pd.I	L	Banyuwangi	07 September 1977	Sidodadi Paiton Probolinggo	1239 7556 5620 0013	Waka Ur. Sar_Pra	PAI	01 Juli 1998	S 1	Pendidikan Bahasa Arab IAINJ	2002	Kemenag	2009	
18	MISBAHUL MUNIR, M.Pd.I	L	Probolinggo	10 Mei 1976	Karanganyar Paiton Probolinggo	0842 7536 5420 0032	Koord. Keagamaan	PAI	01 Juli 1998	S 2	Pendidikan Islam UIN SUKA	2008	Kemenag	2009	
19	MUSTAFA, S.Pd.I	L	Probolinggo	18 April 1978	Sidodadi Paiton Probolinggo	4750 7566 5720 0012	Guru	PAI	01 Juli 1998	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2007	Kemenag	2011	
20	DIDIK PRIYAGUNG WICAKSONO, S.Sos., M.Pd.	L	Lumajang	13 Juli 1970	Gurah Grinting Kanigaran Kota Probolinggo	5045 7486 5020 0033	Waka Ur. Akademik	SOSIOLOGI	05 Juli 1998	S 2	Pendidikan IPS Univ. Kanjuruhan	2009	Kemendikbud	2007	
21	FAUZAN, S.Kom.	L	Probolinggo	07 Desember 1979	Sidodadi Paiton Probolinggo	3539 7576 5920 0023	Guru	TIK	30 Juli 1998	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2005	Kemendikbud	2007	PNS

22	SUHAILIL MAROM, S.Pd.I.	L	Probolinggo	09 Maret 1981	Alasnyur Besuk Probolinggo	6641 7596 6020 0012	Guru	PAI	01 Agustus 1999	S 1	Pendidikan Bahasa Arab IAINJ	2004	Kemenag	2011	
23	BAIDAWI, S.Ag.	L	Sumenep	19 September 1975	Karanganyar Paiton Probolinggo	6251 7536 5720 0003	Guru	PAI	17 Juli 2000	S 1	Pendidikan Bahasa Arab IAINJ	2001	Kemenag	2009	
24	LINA SURTIANAH, S.Ag.	P	Gresik	19 Januari 1977	Sidodadi Paiton Probolinggo	5051 7556 5630 0043	Koord. Penegakan Kedisiplinan Pi	PAI	17 Juli 2000	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2001	Kemenag	2011	
25	MUTAMMIMAH, S.Sos.I.	P	Gresik	25 Januari 1979	Karanganyar Paiton Probolinggo	0457 7576 5930 0012	Guru	PAI	17 Juli 2000	S 1	Bimbingan dan Penyuluhan Islam IAINJ	2004	Kemenag	2011	
26	A. THOYYIBUL FAROH, S.E., Ak.	L	Probolinggo	25 September 1974	Karanganyar Paiton Probolinggo	4258 7526 5420 0013	Guru	EKONOMI	21 Juli 2000	S 1	Manajemen Ekonomi UB	1999	Kemendikbud	2007	
27	QOMARUDIN, S.Pd.	L	Banyuwangi	02 Agustus 1982	Sidodadi Paiton Probolinggo	5134 7616 6220 0023	Kepala Perpustakaan	BAHASA INDONESIA	15 Juli 2001	S 1	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Univ. Wisnuwardhana	2012	Kemendikbud	2012	
28	ARI ATMAJI, S.Pd., M.Pd.	L	Trenggalek	08 Agustus 1976	Sebaung Gending Probolinggo	6140 7546 5520 0003	Guru	BAHASA INDONESIA	01 Juli 2002	S 2	Pendidikan IPS Univ. Kanjuruhan	2009	Kemendikbud	2010	PNS
29	JUWARIYAH, S.Si.	P	Malang	08 Juli 1976	Sukodadi Paiton Probolinggo	8038 7566 5730 0033	Kepala Lab. Kimia	KIMIA	01 Juli 2002	S 1	Kimia UB	2000	Kemendikbud	2007	
30	MATTASIM, S.P.	L	Probolinggo	05 Februari 1971	Sumberwetan Kademangan Probolinggo	4537 7496 5120 0012	Guru	BIOLOGI	01 Juli 2002	S 1	Ilmu Pertanian UB	1997	Kemendikbud	2013	
31	ATA ILLAH, S.Pd.	L	Probolinggo	10 Nopember 1969	Karanganyar Paiton Probolinggo	9442 7476 4820 0003	Kepala Life Skill dan Green House	MATEMATIKA	01 Juli 2002	S 1	Pendidikan Matematika KIP Jember	2000	Kemendikbud	2007	
32	RITA ARDHIANA, S.E.	P	Madiun	30 Desember 1977	Paiton Probolinggo	8562 7556 5730 0033	Guru	EKONOMI	01 Juli 2002	S 1	Akuntansi Univ. Widyagama	2001	Kemendikbud	2008	
33	MOH. FAISOL, S.Pd.	L	Probolinggo	12 Januari 1985	Pakuniran Probolinggo	5444 7636 6320 0002	Guru	GEOGRAFI	01 Juli 2002	S 1	Pendidikan Geografi Univ. Kanjuruhan	2008	Kemendikbud	2009	
34	MUHAMMAD AMIRULLOH, S.Sos.I.	L	Probolinggo	08 Mei 1982	Sidodadi Paiton Probolinggo	8850 7606 6120 0012	Koord. Penegakan Kedisiplinan Siswa Pa	PAI	15 Nopember 2002	S 1	Bimbingan dan Penyuluhan Islam IAINJ	2006	Kemenag	2011	
35	JAMALUDIN, S.Pd., M.Pd.	L	Probolinggo	02 Februari 1978	Sidodadi Paiton Probolinggo	4534 7566 5820 0012	Guru	BAHASA INGGRIS	15 Nopember 2002	S 2	Pendidikan Bahasa Inggris Univ. Negeri Malang	2010	Kemendikbud	2010	PNS
36	AAN DWI KARYANTO, S.Pd.	L	Malang	02 Juni 1973	Sidomukti Kraksaan Probolinggo	8934 7516 5320 0042	Guru	GEOGRAFI	01 Juli 2003	S 1	Pendidikan Geografi IKIP Malang	2000	Kemendikbud	2009	
37	AMSUN, S.Pd.I.	L	Sumenep	27 Januari 1980	Sumberanyar Paiton Probolinggo	3459 7586 5820 0002	Guru	PAI	15 Oktober 2003	S 1	Pendidikan Bahasa Arab IAINJ	2002	Kemenag	2011	
38	SLAMET SANTOSO, S.Pd.I, S.Pd.	L	Jember	05 Oktober 1979	Karanganyar Paiton Probolinggo	1337 7606 6620 0003	Koord. Program IS	BAHASA INGGRIS	15 Oktober 2003	S 1	Pendidikan Bahasa Inggris Univ. Kanjuruhan	2008	Kemendikbud	2009	
39	MIFFAHUL HUDA, S.H.I., S.Pd.	L	Banyuwangi	22 Maret 1982	Sidodadi Paiton Probolinggo	6654 7616 6220 0012	Kepala Tata Usaha	BK	15 Oktober 2003	S 1	Bimbingan dan Konseling Univ. Kanjuruhan	2010	Kemendikbud	2013	
40	MOH. SUIT, S.Pd.I.	L	Probolinggo	27 Maret 1982	Alasumur Kraksaan Probolinggo	6659 7606 6320 0002	Anggota Penegakan Kedisiplinan Siswa Pa	SEJARAH	15 Oktober 2003	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2007	Kemendikbud	2013	
41	AHMAD AGUS FANANI, M.Pd.	L	Gresik	10 Agustus 1979	Sidodadi Paiton Probolinggo	8412 7576 5820 0003	Guru	MATEMATIKA	15 Oktober 2003	S 2	Pendidikan Matematika Univ. Negeri Malang	2012	Kemendikbud	2008	
42	ADI SABARO, S.Pd.I.	L	Sampang	15 Juni 1984	Mandangin Sampang	1949 7626 6420 0012	Kepala Lab. Komputer	KEWIRUSAHAAN	15 Oktober 2003	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2007			
43	SUHATIPA, S.Pd.	P	Probolinggo	20 Mei 1979	Sumberanyar Paiton Probolinggo	6852 7496 5130 0062	Guru	BAHASA INDONESIA	05 Juli 2004	S 1	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia IKIP Malang	1996	Kemendikbud	2009	
44	INAYATUL FAJRIYAH, S.Sos.I.	P	Malang	02 Februari 1982	Karanganyar Paiton Probolinggo	3534 7606 6130 0102	Guru	PAI	01 Agustus 2004	S 1	Komunikasi dan Penyiaran Islam IAINJ	2004	Kemenag	2012	

45	SITI ROMLAH, S.Pd.I.	P	Probolinggo	13 Oktober 1985	Banyuwangi Kidul Probolinggo	1345 7636 6230 0003	Guru	PAI	01 Agustus 2004	S 1	Pendidikan Bahasa Arab IAINJ	2005	Kemenag	2012	
46	M. LUBIS CADIAWAN, S.S.	L	Jombang	27 Juli 1978	Gondosuli Pakuniran Probolinggo	7059 7566 5820 0043	Guru	SASTRA INDONESIA	01 Maret 2005	S 1	Bahasa dan Sastra Indonesia Univ. Negeri Malang	2001	Kemendikbud	2009	PNS
47	ALI WAFA, M.Pd.I.	L	Probolinggo	07 Juli 1976	Sumberpoh Maron Probolinggo	2037 7546 5620 0033	Guru	SOSIOLOGI	18 Juli 2005	S 2	Pendidikan Agama Islam IAIN Sunan Ampel	2009			Serdos
48	MAHRUS ALI, S.S.	L	Probolinggo	10 April 1978	Sidomukti Kraksaan Probolinggo	6742 7566 5720 0022	Guru	BAHASA INGGRIS	18 Juli 2005	S 1	Sastra Inggris Univ. Pancamarga	2005	Kemendikbud	2009	
49	A. FATHONI RIFATI, S.H.I.	L	Probolinggo	01 Juli 1982	Sidomukti Kraksaan Probolinggo	0033 7606 6320 0013	Guru	PAI	24 Desember 2005	S 1	Perbandingan Madzhab dan Hukum IAINJ	2006	Kemenag	2012	
50	MOCHAMMAD KADARUSMAN, S.Pd.	L	Probolinggo	26 Oktober 1970	Seboro Krejengan Probolinggo	0358 7486 5120 0023	Guru	FISIKA	10 Februari 2006	S 1	Pendidikan Fisika Univ. Kanjuruhan	2008	Kemendikbud	2010	
51	MUHAMMAD KHODIR, S.Pd.	L	Probolinggo	12 September 1985	Muneng Sumberasih Probolinggo	2244 7636 6320 0003	Guru	BAHASA MANDARIN	19 Juli 2006	S 1	Pendidikan Bahasa Inggris Univ. Kanjuruhan	2009			
52	DIDIK RAHWINIYANTO, S.Si.	L	Probolinggo	14 September 1982	Krejengan Probolinggo	2246 7606 6220 0023	Kepala Lab. Biologi	BIOLOGI	19 Juli 2006	S 1	Biologi Univ. Negeri Malang	2005	Kemendikbud	2009	
53	M. SYAUQI, Lc.	L	Surabaya	01 April 1980	Kebonagung Kraksaan Probolinggo	8733 7586 5920 0022	Waka Ur. Humas	BAHASA ARAB	19 Juli 2006	S 1	Syari'ah wal Qanun Univ. Al-Ahqof Yaman	2005			
54	RAJIS NUR GOPARE, S.S.	L	Probolinggo	26 Juli 1978	Tongas Probolinggo	8058 7566 5720 0013	Guru	BAHASA INGGRIS	19 Juli 2006	S 1	Sastra Inggris Univ. Pancamarga	2006			
55	INTAN CERIA MULYANINGSIH, S.Kom.	P	Probolinggo	10 Mei 1985	Jabung Sisir Paiton Probolinggo	6842 7636 6330 0002	Anggota Penegakan Kedisiplinan Siswa Pi	PKn	19 Juli 2006	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2006			
56	HUZAINI, S.Kom.	L	Probolinggo	09 Oktober 1977	Leces Probolinggo	2341 7556 5920 0003	Guru	TIK	19 Juli 2006	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2004	Kemenag	2008	
57	MAKRUF, S.Pd.I.	L	Bondowoso	20 Agustus 1984	Gunungkidul Tlogosari Bondowoso	5152 7626 6420 0013	Adm. Keuangan		19 Juli 2006	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2011			
58	LUKMAN HAKIM, S.Kom.	L	Situbondo	25 Juli 1986	Kalibuntu Kraksaan Probolinggo	4957 7646 6720 0002	Guru	BAHASA INGGRIS	13 Agustus 2006	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2011			
59	ENIK RAHMAWATI, S.Pd.I.	P	Lumajang	18 Maret 1985	Klakah Lumajang	3650 7636 6430 0032	Pembina Osis Pi	ANTROPOLOGI	13 Agustus 2006	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2009			
60	MUSTAINA, S.Pd.	P	Probolinggo	31 Januari 1985	Binor Paiton Probolinggo	8463 7636 6330 0002	Guru	BAHASA INGGRIS	19 Juli 2007	S 1	Pendidikan Bahasa Inggris UNISMA	2006			
61	NUR HALIM, S.Ag.	L	Banyuwangi	24 Agustus 1977	Karanganyar Paiton Probolinggo	5156 7555 6582 0003	Guru	SENI DAN BUDAYA	19 Juli 2007	S 1	Ahwalus Syakhshiyah IAINJ	2001	Kemenag	2008	
62	FADLURRAHMAN MH, S.Pd.	L	Probolinggo	22 Februari 1985	Sidodadi Paiton Probolinggo	3554 7636 6420 0022	Guru	FISIKA	19 Juli 2007	S 1	Pendidikan Kimia Univ. Negeri Malang	2008			
63	UBAIDILLAH, S.Pd.	L	Probolinggo	22 Agustus 1984	Taman Paiton Probolinggo	3154 7626 6412 0003	Koord. Program IBB	BAHASA INGGRIS	16 Januari 2008	S 1	Pendidikan Bahasa Inggris UNISMA	2007			
64	SULHAN ADI PRANOTO, S.Pd.I., S.Pd.	L	Situbondo	14 April 1988	Jatibanteng Situbondo	2054 6523 1880 01	Bendahara	BAHASA INDONESIA	01 Juli 2008	S 1	Pendidikan Bahasa dan Sastra Univ. Wisnuwardhana	2015			
65	KUNI BADRIYAH, S.Si.	P	Jember	18 September 1984	Sidodadi Paiton Probolinggo	4250 7626 6422 0003	Kepala Lab. Fisika	FISIKA	16 Juli 2008	S 1	Fisika Univ. Negeri Malang	2008			
66	AGUS SULTHONI IMAMI, S.Psi., M.Pd.I.	L	Probolinggo	15 Agustus 1984	Pondokkelor Paiton Probolinggo	8147 7626 6320 0013	Koord. BK	BK	16 Juli 2008	S 2	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2013			
67	EKO HARI PRASETYO, S.Pd.	L	Probolinggo	10 Nopember 1978	Sidodadi Paiton Probolinggo	0043 7566 5720 0013	Guru	MATEMATIKA	16 Juli 2008	S 1	Pendidikan Matematika Univ. Kanjuruhan	2007	Kemenag	2013	
68	MUSTHOFA, S.Pd.	L	Probolinggo	25 Juni 1986	Karanganyar Paiton Probolinggo	5957 7646 6512 0002	Guru	MATEMATIKA	01 Februari 2009	S 1	Pendidikan Matematika Univ. Negeri Malang	2009			
69	DIANTIKA AYUNINGRUM,	P	Situbondo	08 Juni 1986	Karanganyar Paiton Probolinggo	8940 7646 6522 0002	Guru	FISIKA	01 Februari 2009	S 1	Pendidikan Fisika UNESA	2008			

	S.Pd.																		
70	ARIES PRAMUDIANTO, S.E.	L	Probolinggo	24 Maret 1983	Kraksaan Probolinggo	2054 6523 1830 01	Guru	EKONOMI	15 Juli 2009	S 1	Ekonomi Univ. Udayana Bali	2006							
71	IVAN WAHYUDI, S.Pd.I.	L	Situbondo	09 September 1987	Widoro Payung Besuki Situbondo	2054 6523 1870 04	Laboran Komputer dan ICT		15 Agustus 2009	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2011							
72	KALAM	L			Karanganyar Paiton Probolinggo		Penjaga Sekolah		01 Januari 2010	SLTA									
73	SYAMSUL ARIFIN, S.Kom., S.Pd.	L	Bondowoso	14 Agustus 1990	Sempol Prajekan Bondowoso	2054 6523 1900 01	Adm. Kurikulum		01 Februari 2010	S 1	Pendidikan Matematika Univ. Wisnuwardhana	2015							
74	WARASATI, S.Th.I.	P	Banjarnegara	27 Agustus 1982	Karanganyar Paiton Probolinggo		Guru	PAI	13 Juli 2010	S 1	Perbandingan Agama UIN SUKA	2007							
75	SITI ANISAH, S.Pd.	P	Probolinggo	27 Februari 1987	Glagah Pakuniran Probolinggo	2054 6523 1870 03	Guru	MATEMATIKA	13 Juli 2010	S 1	Pendidikan Matematika Univ. Negeri Malang	2008							
76	DWI OKTAVIANA JAMIL, S.Pd.	P	Bondowoso	29 Oktober 1987	Wringin Bondowoso	2054 6523 1870 02	Guru	MATEMATIKA	13 Juli 2010	S 1	Pendidikan Matematika Univ. Negeri Malang	2010							
77	FITROTUL FAIZAH, S.Pd.	P	Situbondo	18 Mei 1988	Karanganyar Paiton Probolinggo	2054 6523 1880 02	Guru	GEOGRAFI	13 Juli 2010	S 1	Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	2010							
78	YANUAR SETYO WIDODO, S.Pd.	L	Probolinggo	11 Januari 1987	Wonoasih Probolinggo	2054 6523 1870 05	Guru	PKn	13 Juli 2010	S 1	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Univ. Negeri Malang	2010							
79	NURUL HUDA S.Pd.	L	Probolinggo	15 Mei 1984	Alasandan Pakuniran Probolinggo	2847 7626 6520 0002	Guru	BAHASA INDONESIA	13 Juli 2010	S 1	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Univ. Kanjuruhan	2010							
80	ABD. RAHMAN SHOLEH, S.Pd.	L	Probolinggo	23 September 1985	Asembagus Kraksaan Probolinggo	3255 7636 6420 0003	Guru	MATEMATIKA	01 Oktober 2010	S 1	Pendidikan Matematika Univ. Kanjuruhan	2007							
81	LUSIMAN, S.Pd.I.	L	Sruwuh	01 Mei 1987	Randumerak Paiton Probolinggo	2054 6523 1870 06	Adm. Kesiswaan		01 Desember 2010	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2011							
82	WASILATUS SHOLEHA, S.Kom.	P	Bondowoso	10 Februari 1991	Kalianyar Tamanan Bondowoso		Adm. Kesiswaan		01 Desember 2010	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2013							
83	ACHMAD VERY LANZHA, S.Pd.	L	Probolinggo	08 April 1987	Besuk Kidul Besuk Probolinggo	2054 6523 1870 01	Guru	BAHASA INDONESIA	01 Februari 2011	S 1	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia UNISMA	2010							
84	IMAM KAMARUDIN	L	Probolinggo	24 Mei 1993	Maron Probolinggo	2054 6523 1930 01	Adm. Keuangan		01 Juli 2011	SLTA	Ilmu Pengetahuan Alam	2011							
85	ENY SUPRAPTI, S.Pd.	P	Bantul	06 Desember 1977	Pondokkelor Paiton Probolinggo	2538 7556 5621 0053	Guru	SEJARAH	11 Juli 2011	S 1	Pendidikan IPS Univ. Negeri Malang	2000							
86	YAKUTTATIL FARIDA, S.Pd.	P	Situbondo	29 April 1986	Gunung malang Suboh Situbondo	5761 7646 6521 0092	Guru	MATEMATIKA	11 Juli 2011	S 1	Pendidikan Matematika UNEJ	2011							
87	NURUL HANAFIYAH, S.Pd.I.	P	Surabaya	05 Januari 1974	Kraksaan Probolinggo		Guru	MUATAN LOKAL	01 Oktober 2011	S 1	Pendidikan Agama Islam IAIN Sunan Ampel	2010							
88	LISA SAKINAH, S.Si.	P	Bondowoso	16 September 1988	Lojejer Tenggarang Bondowoso	2054 6523 1880 03	Anggota Penegakan Kedisiplinan Siswa Pi	FISIKA	02 Mei 2012	S 1	Fisika ITS Surabaya	2011							
89	ROJABI AZZARGHANY, S.Sos.I.	L	Malang	06 Maret 1989	Karanganyar Paiton Probolinggo	2054 6523 1860 03	Guru	ANTROPOLOGI	01 Oktober 2012	S 1	Komunikasi dan Penyiaran Islam IAINJ	2007							
90	MUH. HIDAYATULLAH	L	Probolinggo	21 Februari 1991	Sumberanyar Paiton Probolinggo		Pembina OSIS Pa,		01 Oktober 2012	SLTA	Ilmu Pengetahuan Sosial	2011							
91	IZZATUZ ZAINIYAH, S.Pd.I.	P	Probolinggo	16 Mei 1987	Karanganyar Paiton Probolinggo		Anggota Piket		01 Oktober 2012	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2010							
92	SITI NUR HAKIKI	P	Banyuwangi	12 Agustus 1991	Glenmor Banyuwangi		Adm. Perpustakaan		01 Oktober 2012	SLTA	Ilmu Pengetahuan Sosial	2010							

93	ZAKIYATUSH SHOLIHAH, S.Pd.I.	P	Jember	21 Agustus 1990	Mumbulsari Jember	2054 6523 1900 06	Guru	BK	01 Oktober 2012	S 1	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2013			
94	FINA NURUL AINI, S.Si.	P	Probolinggo	23 September 1990	Gending Probolinggo	2054 6523 1900 05	Guru	BAHASA INGGRIS	01 Desember 2012	S 1	Fisika UNAIR	2012			
95	MUHAMMAD ZAINUDDIN SUNARTO, S.H.I.	L	Pamekasan	24 Juni 1990	Ambat Tlanakan Pamekasan	2054 6523 1900 02	Adm. Umum dan Ketenagaan		01 Februari 2013	S 1	Ahwal al-Syakhsiyah IAIN Sunan Ampel	2012			
96	ABDURRAHMAN	L	Probolinggo	03 Desember 1992	Karanganyar Paiton Probolinggo		Adm. Kesiswaan		01 April 2013	SLTA	Multimedia	2011			
97	BURHANUDDIN, S.Kom.	L	Pamekasan	10 April 1991	Galis Pamekasan		Laboran Fisika		01 April 2013	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2013			
98	MARHADI, S.Pd.I.	L			Karanganyar Paiton Probolinggo		Penjaga Sekolah		01 Juni 2013	S 1					
99	JUWAENI, S.Pd.	L	Probolinggo	18 September 1985	Karanganyar Paiton Probolinggo	2054 6523 1850 01	Guru	BAHASA INDONESIA	21 Agustus 2013	S 1	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia UNMUH Malang	2011			
100	ACH. ROMDAN EFENDI, S.Kom	L	Probolinggo	11 Oktober 1990	Karanganyar Paiton Probolinggo	2054 6523 1900 03	Adm. Perpustakaan		21 Agustus 2013	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2013			
101	K. MIFTAHUL ARIFIN	L			Karanganyar Paiton Probolinggo		Guru	SENI DAN BUDAYA	01 September 2013	SLTA					
102	AMIRUDDIN, S.Kom.	L	Probolinggo	07 Oktober 1991	Glagah Pakuniran Probolinggo	2054 6523 1910 01	Laboran Kimia		01 September 2013	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2014			
103	MISBAHUL HUDA, S.Kom.	L	Probolinggo	05 Mei 1990	Sidodadi Paiton Probolinggo	2054 6523 1900 04	Laboran Biologi		01 September 2013	S 1	Teknik Informatika STTNJ	2014			
104	ABDUL HAFIDZ, S.Pd.I.	L	Malang	02 Februari 1990	Kedung Banteng Sumber Manjing Weta Kab. Malang		Guru	PKn	15 September 2013	S 2	Pendidikan Agama Islam IAINJ	2014			
105	AKHMAD HOLEL, S.Pd.I.	L	Banyuwangi	04 Nopember 1988	Karanganyar Paiton Probolinggo		Kepala Unit Usaha		01 Maret 2014	S 1	PAI	2012			
106	SHOLIHIN, S.Kom.	L					Penjab Website		15 Mei 2014	S 1	Teknik Informatika STTNJ				
107	R. ABDUL MUNIM ILYAS	L	Jember	20 Agustus 1991	Liprak Kulon Banyuanyar Probolinggo		Pranata Kemanan		01 September 2014	SLTA	IPA	###			
108	HANIFIYAH	P	Probolinggo	14 April 1995	Karanganyar Paiton Probolinggo		Anggota Piket		04 September 2014	SLTA	Multimedia	###			
109	BADRIYATUL LAILI, S.Pd.I.	P	Probolinggo	12 Desember 1991	Banyuanyar Probolinggo		Guru	BAHASA ARAB	04 September 2014	S 1	PBA IAINJ	###			
110	WU WENLONG	L	Guizho	22 Januari 1988	Rongjiang County Guizho Provinces China		Guru	BAHASA MANDARIN	01 Februari 2015	S 1	Yulin Normal University	###			
111	MOHAMMAD FAUZAN	L	Jember	04 Juli 1995	Kalisat Jember		Guru	BAHASA MANDARIN	13 Juni 2015	SLTA	Bahasa	###			
112	DIYANA MILLAH ISLAMI, S.S.	P	Situbondo	20 Juli 1986	Buduan Suboh Situbondo		Guru	BAHASA INDONESIA	01 Agustus 2015	S 1	Sastra Indonesia Univ. Jember	2011			
113	ULFI WIDIAWATI	P	Probolinggo	16 Oktober 1991	Leces Probolinggo		Guru	BAHASA INDONESIA	01 Agustus 2015	S 1	Pendidikan Bahasa Mandarin Huaqiu Univ.	2015			





# Lampiran 5

Ma. 006312

BADAN AKREDITASI NASIONAL SEKOLAH / MADRASAH  
(BAN-S/M)

Sertifikat Akreditasi

SEKOLAH MENENGAH ATAS / MADRASAH ALIYAH

Badan Akreditasi Nasional Sekolah / Madrasah (BAN-S/M) menetapkan  
bahwa:

SMA NEGERI 3 MALANG

NSS/NIS/NSM : 301056101003  
Alamat : JL. SULTAN AGUNG UTARA 7  
KEC. KLOJEN  
KOTA MALANG

memperoleh akreditasi dengan peringkat : A  
Sertifikat Akreditasi Sekolah / Madrasah ini berlaku sampai dengan  
tahun ajaran 2015/2016, terhitung sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di SURABAYA  
Pada tanggal 30 OKTOBER 2010

a.n. Ketua BAN-SM  
Badan Akreditasi Provinsi Sekolah/Madrasah  
Provinsi JAWA TIMUR  
BAP-S/M  
Jawa Timur  
Prof. Dr. Sunarto, M.Sc.  
Ketua

The logo is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features the text "UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM" in a circular arrangement at the top and "PUSAT PERPUSTAKAAN" at the bottom. In the center, there is a stylized yellow calligraphic design. The title "Lampiran 6" is superimposed over the logo in a large, bold, black serif font.

# Lampiran 6

➤ **Sertifikat ISO di SMA Negeri 3 Malang**



The logo is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features the text "UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM" in a circular arrangement at the top and "PUSAT PERPUSTAKAAN" at the bottom. In the center, there is a yellow calligraphic design. Overlaid on the logo is the text "Lampiran 7" in a large, bold, black serif font.

# Lampiran 7

7.1 Siswa SMA Negeri 3 Malang yang mencium tangan guru saat berpapasan



7.2 Lampiran Prestasi siswa SMA Negeri 3 Malang



7.3 Sertifikat internasional DBL dan piagam penghargaan ekstrakurikuler SMA Negeri 3 Malang





7.4 kegiatan bedhol bhawikarsu SMA Negeri 3 Malang



7.5 Kegiatan PSCS SMA Negeri 3 Malang



7.6 kegiatan *student exchange* SMA Negeri 3 Malang





7.7 Sumbangan Alumni SMA Negeri 3 Malang



7.8 Reoni alumni SMA Negeri 3 Malang



7.9 Lampiran Foto prestasi siswa SMA Nurul Jadid paiton Probolinggo



## 7.10 Karya robotika siswa SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo



7.11 Foto pelepasan siswa SMA Nurul Jadid paiton Probolinggo studi lanjut ke Cina dan Foto Alumni SMA Nurul Jadid di Cina



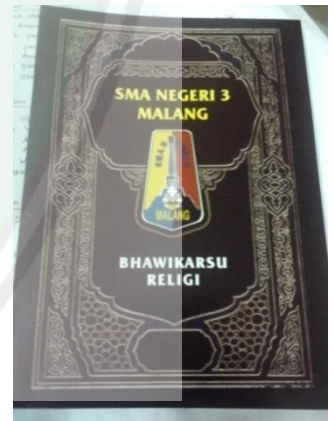
7.12 foto piagam penghargaan dari Jawa Pos Radar Bromo



7.13 foto kegiatan dengan alumni yang kuliah di Australia yang sedang memberikan pengarahan dan motivasi



7.14 foto siswa yang sedang memimpin pembacaan juz amma dari sentral dan buku BHAWIKARSU Religi



7.15 foto kegiatan keagamaan di SMA Negeri 3 Malang



Do'a keluar masjid yang dipajang di dalam musholla



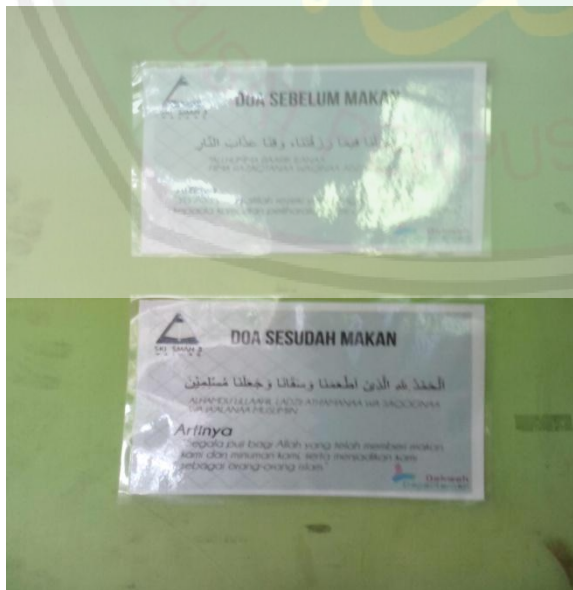
do'a setelah wudhu yang dipajang di samping tempat wudhu



Do'a masuk kamar mandi yang dipajang Di pintu masuk kamar mandi



Do'a keluar kamar mandi yang dipajang di sebelum pintu keluar kamar mandi



Do'a sebelum dan sesudah makan yang dipajang Di kantin



do'a sebelum belajar dipajang di depan kelas



Istighosah bersama sebelum UN



kegiatan pengajian hari senin oleh guru-guru



Kegiatan BHAWIKARSU *Islamic Fair* 2015

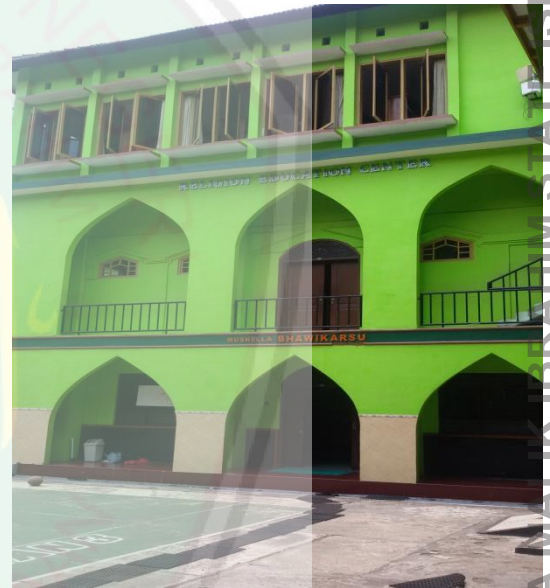


foto bangunan Musholla dan religion education Center

7.16 Foto kegiatan PA (Pembinaan akademik) setiap hari sabtu jam pertama



7.17 foto kegiatan alumni mengajar di SMA Negeri 3 Malang



ALUMNI 84 MENGAJAR

### Dokter Mengajar di SMAN 3 Kota Malang

## Berbagi Kisah Perjuangan Raih Cita-cita

Alumni SMAN 3 angkatan tahun 1980 menggelar Dokter Mengajar bagi para adik tingkat yang kini masih menempuh pendidikan di SMAN 3. Kegiatan ini diharapkan bisa memotivasi para siswa untuk meraih cita-cita khususnya menjadi dokter. (\*)

teks: sri kurnia mahiruni, foto: SMAN 3 untuk KORAN PENDIDIKAN



**TULARKAN ILMU:** Salah satu dokter alumnus SMAN 3 menularkan ilmunya untuk meraih cita-cita sebagai dokter



**DIALOG:** Salah satu siswa memanfaatkan waktu untuk menyampaikan pertanyaan



**PANTANG MENYERAH:** Kepala SMAN 3, HM Sulthon menyampaikan pesan kepada para siswa agar tidak pantang menyerah dalam meraih cita-cita



**CINDERATA MATA:** Kepala SMAN 3 menyerahkan cinderata mata kepada Koordinasi Alumni SMAN 3 angkatan tahun 1980



**ANTUSIAS:** Para siswa antusias mengikuti Dokter Mengajar



**MENGAJAR:** Para dokter alumni SMAN 3 juga mengajarkan pelajaran hidup



**SEMANGAT:** Ketua Koordinasi Alumni SMAN 3 angkatan tahun 1980, Bagus Cahyo Kartiko menularkan semangat kepada para adik kelas



7.18 foto laboraterium yang ada di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo



Laboraterium Biologi



Laboraterium Kimia



Laboraterium Bahasa



Laboraterium Fisika



Laboraterium Komputer

7.19 foto papan-papan pengumuman yang memuat koran sekolah yang dibuat oleh para siswa



7.20 foto koran-koran yang memuat berita mengenai SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo





7.21 foto kenang-kenangan dari sekolah yang studi banding di SMA Negeri 3 Malang



7.22 foto kunjungan mahasiswa Universitas Negeri Semarang



7.23 foto ruang tunggu yang berada didalam ruang tata usaha



7.24 Lampiran Studi banding di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo



The logo is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features the text "UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM" in a circular arrangement at the top and "PUSAT PERPUSTAKAAN" at the bottom. In the center, there is a yellow calligraphic design. The text "Lampiran 8" is overlaid in a large, bold, black serif font.

# Lampiran 8

DATA PRESTASI SISWA TAHUN 2012/2013

SMA NEGERI 3 MALANG

No.	Nama	Sekolah	Prestasi	Juara	Tingkat	Tahun
1	2	3	4	5	6	2012
1	M. Kasfil Warits S.	SMA Negeri 3	Cerdas Cermat PKn	2	Kota	2012
			Menyanyi Tunggal FLS2N	3	Kota	2012
			Presenter Berita JTV	1	Kota	2012
			Ketua OSIS SMAN 3 Malang	Ketum	Sekolah	2012
2	Rabid Yahya Putradasa	SMA Negeri 3	Olimpiade Sains Propinsi Biologi	1	Propinsi	2012
			Olimpiade Sains Nasional (OSN) Biologi	2	Nasional	2012
			Australian National Chemistry Quiz	1	Propinsi	2012
			National English Olympiad UB	2	Nasional	2012
			Pelatnas 16 Besar Biologi	1	Nasional	2012
3	Clearesta Elsura J.	SMA Negeri 3	Olimpiade Sains National Kebumian	3	Nasional	2012
			Olimpiade Sains Propinsi Kebumian	3	Propinsi	2012
			Olimpiade Sains Kota Kebumian	1	Kota	2012
4	R. Aryo Tri Adhimukti	SMA Negeri 3	Olimpiade Sains Nasional (OSN) Astronomi	1	Nasional	2012
			Olimpiade Sains Propinsi (OSP) Astronomi	1	Propinsi	2012
			Olimpiade Sains Kota (OSK) Astronomi	1	Kota	2012
5	Erina Khumairoh	SMA Negeri 3	Second Team DBL Indonesia		Nasional	2012
6	Dyah Ayu P	SMA Negeri 3	Bhawikarsu Red Cross PMR	1	Kota	2012
7	Reza Izkhar Firismanda	SMA Negeri 3	Electra Tk. Jawa Timur – Bali	3	Jatim Bali	2012
			Pengurus OSIS Th Aj 2011/2012		Sekolah	2012

8	Zhamrut R.	SMA Negeri 3	Lomba P3K Jaya Pal Merah	1	Jawa Bali	2012
9	Shafira S.A.	SMA Negeri 3	Gamamed fair FK UGM	2 reg	Nasional	2012
10	Oktaviandi B.A.	SMA Negeri 3	Lomba Nasyid Islamic Book Fair	3	Propinsi	2012
			Lomba KTI Jambore Koperasi	2	Propinsi	2012
			Electra Teknik Elektro ITS	3	Jatim Bali	2012
11	Bernadeta Gracia L.	SMA Negeri 3	Olimpiade PKn Universitas Negeri Malang	2	Nasional	2012
12	Renanda Yafi A.	SMA Negeri 3	Electra Teknik Elektro ITS	3	Jatim Bali	2012
13	Ardissa D A	SMA Negeri 3	Paskibra Propinsi		Propinsi	2012
14	Adam Adila Arif	SMA Negeri 3	Turnamen Bola Basket Ubaya	2	Propinsi	2012
			Turnamen Bola Basket SMANERLA	1	Malang Raya	2012
15	Ahmada Irfan S.	SMA Negeri 3	Lomba Pengibar dan Formasi	J UMUM	Malang Raya	2012
			Lomba Galaksi Paskibra	1	Malang Raya	2012
16	Ardaniswara Lintang	SMA Negeri 3	Lomba Galaksi Paskibra	1	Malang Raya	2012
17	Nisrina Adelia R.	SMA Negeri 3	Keneddy - Lugar Youth Exchange & Study		Internasional	2012
18	Anisa Rizki Sabrina	SMA Negeri 3	Lomba Olimpiade PKn	2	Nasional	2012
19	Puji Prasetyawati	SMA Negeri 3	Forum Anak Nasional 2012	Delegasi	Nasional	2012
			English Proeficiency Competition	Runer Up	Nasional	2012
20	Panditya Purnama	SMA Negeri 3	Olimpiade Farmasi Unair	Semifinal	Nasional	2012
21	Wildo Fajar P.P.	SMA Negeri 3	Gamma Medical Fair UGM	2	Kota	2012
			Electra ITS	3	Jatim Bali	2012
22	Mohamad Zainul Abidin	SMA Negeri 3	Lomba Nasyid Islamic Book Fair	3	Propinsi	2013
			Olimpiade Farmasi Unair	Semi Final	Nasional	2013
23	Indah Putri N.	SMA Negeri 3	Olimpiade Farmasi Unair	Semi Final	Nasional	2013
24	Aqhnia Nur A.	SMA Negeri 3	FLS2N Tari Kreasi	Finalis	Kota	2013
25	Safira Rahma N.	SMA Negeri 3	FLS2N Tari Kreasi	Finalis	Kota	2013

26	Rizkha Farida	SMA Negeri 3	Olimpiade Sains Kota Ekonomi	3	Kota	2013
27	Ristra Ramadhan	SMA Negeri 3	Olimpiade Fisika	1	Kota	2013
28	Cendika Imantoro	SMA Negeri 3	Olimpiade Matematika	1	Kota	2013
29	Nindya Permata Bunda SU	SMA Negeri 3	Olimpiade Biologi	2	Kota	2013
30	Disma Yoga	SMA Negeri 3	Olimpiade Biologi	1	Kota	2013
31	Koyuki Atifa Rahmi	SMA Negeri 3	Olimpiade Biologi	3	Kota	2013
32	Cindy Ramadhania	SMA Negeri 3	Olimpiade Kebumihan	1	Kota	2013
33	Maria Pradnya Paramita	SMA Negeri 3	Olimpiade Kebumihan	2	Kota	2013
34	Anna Widya	SMA Negeri 3	Olimpiade Kebumihan	3	Kota	2013
35	Naufal Faras Fajar	SMA Negeri 3	Olimpiade Geografi	2	Kota	2013
36	Anisa Ryzca	SMA Negeri 3	Olimpiade Geografi	4	Kota	2013
37	Faraby Advisda Ilmi	SMA Negeri 3	Olimpiade Ekonomi	2		2013
38	Fitriyana Miftahul Dini	SMA Negeri 3	Olimpiade Ekonomi	3		2013
39	Resiayu Kinasih	SMA Negeri 3	Olimpiade Astronomi	2		2013
40	Mochammad Faisal Dzulfikar	SMA Negeri 3	Olimpiade Astronomi	3		2013
41	Ramadhana Nur Azizi	SMA Negeri 3	Olimpiade Astronomi	Und		2013
42	Hikari Alif Iman	SMA Negeri 3	Olimpiade Astronomi	Und		2013
43	Al Hanief Zenith A	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	6 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
44	Nur Rahmah Syah R	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	7 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
45	Rivandi Apriando	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	8 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
46	Dinda Rizqiyatul Himmah	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	9 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
47	M. Garru Ramadhan	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	10 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
48	Citranela Ramadhani Yuwana	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	11 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
49	Dezzalina Dyana Paramita	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	12 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
50	Dhefara Tiaramadhinna	SMA Negeri 3	Konferensi Siswa se-Asia	13 Besar Ethic Casa Competition	Asia	2013
51	Nurin Kusuma Dewi	SMA Negeri 3	Management Koperasi Siswa	3	Propinsi	2013
52	Sofi Annisa	SMA Negeri 3	Karya Tulis Ilmiah Perkoperasian	3	Propinsi	2013



53	Team Kopsis	SMA Negeri 3	Simulasi Rapat Anggota Tahunan	Harapan 1	Propinsi	2013
54	Cendika Imantoro	SMA Negeri 3	Olimpiade Matematika		Propinsi	2013
55	Koyuki Atifa Rahmi	SMA Negeri 3	Olimpiade Biologi		Propinsi	2013
56	Maria Pradnya Paramita	SMA Negeri 3	Olimpiade Kebumian		Propinsi	2013
57	Anna Widya	SMA Negeri 3	Olimpiade Kebumian		Propinsi	2013
58	Naufal Faras Fajar	SMA Negeri 3	Olimpiade Geografi	4	Propinsi	2013
59	Anisa Ryzca	SMA Negeri 3	Olimpiade Geografi	2	Propinsi	2013
60	Mochammad Faisal Dzulfikar	SMA Negeri 3	Olimpiade Astronomi		Propinsi	2013
61	Aldian Muhammad R.	SMA Negeri 3	FLS2N Membaca puisi	1	Propinsi	2013
62	Khresno Adi	SMA Negeri 3	FLS2N Tari Berpasangan	2	Propinsi	2013
63	Ahda Nur Laila	SMA Negeri 3	FLS2N Tari Berpasangan	2	Propinsi	2013
64	Afifah Ayu Rahmania	SMA Negeri 3	FLS2N Seni Kriya	2	Propinsi	2013
65	Naufal Faras Fajar	SMA Negeri 3	FLS2N MTQ Putra	1	Propinsi	2013
66	Teater Air Bhawikarsu	SMA Negeri 3	FLS2N Teater	2	Propinsi	2013
67	Mutyaz Nur Sabila	SMA Negeri 3	FLS2N Membuat Poster	2	Propinsi	2013
68	Ragilda Rachma	SMA Negeri 3	FLS2N Menyanyi tunggal Putri	2	Propinsi	2013
69	Putu Ijiya	SMA Negeri 3	FLS2N Menyanyi tunggal Putra	2	Propinsi	2013
70	Abednego Indri Adyatma	SMA Negeri 3	LCEN Lomba Cipta Elektronika Nasional	1	Nasional	2013
71	Angga Setyawan	SMA Negeri 3	LCEN Lomba Cipta Elektronika Nasional	1	Nasional	2013
72	Rifki Dwisetyo Wicaksono	SMA Negeri 3	LCEN Lomba Cipta Elektronika Nasional	1	Nasional	2013



DATA PRESTASI SISWA TAHUN 2014/2015  
SMA NEGERI 3 MALANG

No.	Nama	Sekolah	Prestasi	Juara	Tingkat	Tahun
1	RIZALDY PRIMANTA	SMA N 3 MALANG	LOMBA BLOG JB - ITC 2014	JUARA FAVORIT	KOTA	2014
2	YULIAN NAUFAL	SMA N 3 MALANG	LOMBA BLOG JB - ITC 2014	JUARA FAVORIT	KOTA	2014
3	ALMIRA RACHMAH	SMA N 3 MALANG	LOMBA TENIS	MEDALI PERAK POPDA JATIM	PROVINSI	2014
4	ALMIRA RACHMAH	SMA N 3 MALANG	LOMBA TENIS	MEDALI EMAS POPWIL IV NTT	NASIONAL	2014
5	Nanda Adi Kurniawan	SMA N 3 MALANG	OSN KEBUMIHAN	MEDALI EMAS	NASIONAL	2014
6	Izzah Wahidiah Ruhmah	SMA N 3 MALANG	OSN KEBUMIHAN	MEDALI PERUNGGU	NASIONAL	2014
7	Moh. Miftahul Fahmi	SMA N 3 MALANG	OSN ASTRONOMI	MEDALI EMAS DAN THE BEST THEORY	NASIONAL	2014
8	Hikari Arif Iman	SMA N 3 MALANG	OSN ASTRONOMI	MEDALI PERAK	NASIONAL	2014
9	Nindya Permata Bunda	SMA N 3 MALANG	OSN BIOLOGI	MEDALI PERUNGGU	NASIONAL	2014
10	Nindya Permata Bunda	SMA N 3 MALANG	Polimpiade Biologi Se Jawa-Bali Univ Wijaya Kusuma Surabaya	JUARA 3	SE JAWA BALI	2015
11	Ihya Fakhurizal Amin	SMA N 3 MALANG	Polimpiade Biologi Se Jawa-Bali Univ Wijaya Kusuma Surabaya	JUARA 3	SE JAWA BALI	2015
12	Nindya Permata Bunda	SMA N 3 MALANG	Olimpiade Biologi ITS	JUARA 1	PROVINSI	2015
13	Shella Berlian	SMA N 3 MALANG	SHOOC, Master of Ceremony	JUARA 2	KOTA	2015
14	Nindya Permata Bunda	SMA N 3 MALANG	Biotechnology Application Games	JUARA 1	SE JAWA BALI	2015
15	Editya Fukata	SMA N 3 MALANG	Biotechnology Application Games	JUARA 2	SE JAWA BALI	2015
16	Intan Ayu Cahyasari	SMA N 3 MALANG	Biotechnology Application Games	JUARA 3	SE JAWA BALI	2015

The logo is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features the text "UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM" in a circular arrangement at the top and "PUSAT PERPUSTAKAAN" at the bottom. In the center, there is a yellow calligraphic design. The title "Lampiran 9" is overlaid in a large, bold, black serif font.

# Lampiran 9



PEMERINTAH KOTA MALANG  
DINAS PENDIDIKAN  
SMA NEGERI 3 MALANG

Jl. Sultan Agung Utara No.7 Telp (0341)324768, Fax (0341)341530  
Website : www.sman3malang.sch.id E - mail : snbi@sman3malang.sch.id



DATA DIAGRAM BATANG SISWA DITERIMA DI PERGURUAN TINGGI  
3 TAHUN TERAKHIR  
TAHUN PELAJARAN 2012/2013

No	Tahun Pelajaran	Jurusan	Jumlah Siswa	Perguruan Tinggi	Jumlah Total	Prosentase (%)	Keterangan			
1	2009/2010	IPA	231	PTN	199	86,15				
				PTLN	2	0,87				
				PTS Favorit	34	14,72				
				Kedinasan	3	1,30				
				IPS	23	PTN	24	104,35		
						PTLN	-	-		
	PTS Favorit	-	-							
	Kedinasan	-	-							
	2	2010/2011	IPA			233	PTN	216	92,70	
							PTLN	5	2,15	
				PTS Favorit	18		7,73			
				Kedinasan	2		0,86			
IPS				54	PTN		42	77,78		
					PTLN		2	3,70		
	PTS Favorit	5	9,26							
	Kedinasan	1	1,85							
	3	2011/2012	IPA		206	PTN	184	89,32		
						PTLN	3	1,46		
PTS Favorit				7		3,40				
Kedinasan				2		0,97				
IPS				55		PTN	52	94,55		
						PTLN	1	1,82		
	PTS Favorit	2	3,64							
	Kedinasan	-	-							

No	Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa	Perguruan Tinggi	Jumlah Total	Prosentase (%)	Keterangan
1	2009/2010	254	PTN	223	87,80	
			PTLN	2	0,79	
			PTS Favorit	34	13,39	
			Kedinasan	3	1,18	

2	2010/2011	287	PTN	258	<b>89,90</b>
			PTLN	7	<b>2,44</b>
			PTS Favorit	23	<b>8,01</b>
			Kedinasan	3	<b>1,05</b>
3	2011/2012	261	PTN	236	<b>90,42</b>
			PTLN	4	<b>1,53</b>
			PTS Favorit	9	<b>3,45</b>
			Kedinasan	2	<b>0,77</b>



PEMERINTAH KOTA MALANG  
DINAS PENDIDIKAN  
SMA NEGERI 3 MALANG

Jl. Sultan Agung Utara No.7 Telp (0341)324768, Fax (0341)341530  
Website : [www.sman3malang.sch.id](http://www.sman3malang.sch.id) E - mail : [snbi@sman3malang.sch.id](mailto:snbi@sman3malang.sch.id)



DAFTAR SISWA KELAS XII IPA 1  
DITERIMA PTN / PTS FAVORIT / PTLN  
TAHUN PELAJARAN 2011/ 2012

NOMOR		NAMA	L/P	PT	FAKULTAS - JURUSAN
URT	INDUK				
1	16320	ADE KURNIAWATI NURHIDAYAT	P	UNAIR	Kedokteran Gigi
2	16323	ADISTY BRAMANTYO SAHERTIAN	P	UB	Akuntansi/Pend. Dokter
3	16327	AGATHA GHINA HANAN	P	UNAIR	Psikologi
4	16330	AHMAD FAIZ FARIZY	L	ITS	T. Elektro
5	16372	BELDA AMELIA JUNISU	P	UB	T. Kimia
6	16383	CINTYA EKA SAFITRI	P	UMM	Farmasi
7	16386	DANTIA ANISA	P	UI	Psikologi
8	16393	DHONI DASA GUSTA	L		
9	16410	FACHRI RAMADHAN	L	ITS	T. Sipil
10	16413	FAJAR DWI KUNCORO	L		
11	16434	HAFIDZ AMAMUL ASYHAR	L	UNAIR	Farmasi
12	16449	INTAN WASAPUTRI DONOSEPUTRO	P	UB	Kedokteran
13	16460	KADEK MIRAH DELIMA	P		
14	16466	LARAS GABY CATELYA	P	UB	Pendidikan Dokter
15	16474	MAHDIN ROHMATILLAH	L	UB	T. Elektro
16	16476	MARSHA NURANDHINI	P	UB	Pendidikan Dokter
17	16478	MIRZA AZMI	L	ITB	FITB
18	16497	NADYA REVI PERMATASARI	P		
19	16501	NILA KANDHI SITTA DEVI ASIA	P	UB	Pendidikan Dokter
20	16519	RACHMAWATI WARDANI	P	UB	Pendidikan Dokter
21	16520	RAFIF FAUZAN NOVARYANTO	L	ITB	FTMD
22	16528	RETNO DEWI KHINANTY	P	UB	Biologi
23	16545	ROSE KUSUMA DIAH TANTRI	P	UB	Statistik
24	16551	SEPTIANA HANNANI ADINA PUTRI	P	UB	Keperawatan
25	16577	WIMBAYU TYASARI	P	ITS	Statistik

26	16580	YAYOM DWI LAKSMANA	L	ITB	FTMD
27	16583	YOGI FIRMANSYAH	L	ITB	FTTM

MALANG, ..... 2012

WALIKELAS

**Dra. Hj. SUYATI**

**NIP. 19570706 198203 2 006**





# Lampiran 10

➤ **Sertifikat Akreditasi di SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**







# Lampiran 11

**Prestasi SMA Nurul Jadid 5 Tahun Terakhir**

<b>TAHUN</b>	<b>PRESTASI</b>	<b>KETERANGAN</b>
2008	Juara III	Mading `tema Flu Burung` tingkat SMA Se Kab. Probolinggo, Dinas Kesehatan Kabupaten Probolinggo (Wiwik Wahyuni, dkk.)
2009	Juara I	Chinese Bridge se Jawa Timur di UK Petra (Novi Basuki)
2009	Juara IV	Mading `Global Warming` se Jawa Timur, Universitas Jember (Dian Retno Wardani)
2009	Juara I	Terbaik Performance Art Chinese Bridge Nasional, Jakarta, Indonesia (Novi Basuki)
2009	Juara I	Puisi teaterikal Kab. Probolinggo (Saifus Shomad dkk)
2010	Juara IV	Chinese Bridge Tingkat internasional (5 Benua, 53 Negara) di Cina (Novi Basuki)
2010	Juara I	Pemilihan Putri Kartini OSIS SMA Nurul Jadid (Mega Indah Widiyawati)
2011		Nilai rata-rata UN Tertinggi Program Bahasa Se-Jawa Timur
2011	Juara III	Story telling Bahasa Mandarin di UK Petra Surabaya (Agus Fatih Maulana)
2011	Juara II	OSK Kimia
2012	Juara III	Chinese Bridge se Jawa Timur di UK Petra (A. Syaifur Rizal)
2012	Juara IV	Spech Contest East Java english competition, Universitas Jember (Dian Maya Putri)
2012	Juara I	Dramatisasi Puisi, Hari Lahir PP. Nurul Jadid (Sanggar Seni Alif)
2012	Juara I	Lomba Menulis Cerpen se-Jawa Timur, IAI Nurul Jadid (Nadhifa Indana Zulfa Rahmani)
2012	Juara I	Lomba Menulis Cerpen se-Jawa Timur, IAI Nurul Jadid (Nadhifa Indana Zulfa Rahmani)
2012	Juara III	Lomba Menulis dan Membaca Puisi se-Jawa Timur, IAI Nurul Jadid (Aulia Nur Habibaladin)
2012	Juara Harapan I	Lomba Membaca Puisi se-Jawa Timur, IAI Nurul Jadid (Belgis Anzelita Mazidah)
2012	Juara I	Kompetisi Kimia Universitas Airlangga Surabaya
2012	juara 1	NEWS READING CONTEST Universitas Negeri Jember
2012	juara 1	Olimpiade Matematika tingkat provinsi di STIKES Nurul Jadid
2012	Juara I	Olimpiade Sains Nasional Kimia Kabupaten
2012	Juara II	Olimpiade Sains Nasional Komputer Kabupaten
2013	Juara III	Chinese Bridge se Jawa Timur di UK Petra (Siti Holifah)
2013	Juara II	Olimpiade sains Mata Pelajaran Komputer Tingkat Kabupaten
2013	Juara I	OSN Kimia

2013	Juara II	OSN Matematika
2013	Juara III	Speech contest English Competition Jember University
2014	Juara I	Olimpiade Matematika
2014	Juara I	Olimpiade IPA
2014	Juara I	Pemilihan Osis paling Keren
2014	Juara II	Pemilihan Osis paling Favorit
2015	Juara I	Olimpiade Sains Kabupaten Probolinggo Pelajaran Kimia
2015	Juara II	Olimpiade Sains Kabupaten Probolinggo Pelajaran Fisika
2015	Juara I	Olimpiade Sains (Bidang Studi Matematika) Se Besuki Raya di STIKES Nurul Jadid
2015	Juara I	Olimpiade Sains (Bidang Studi Fisika) Se Besuki Raya di STIKES Nurul Jadid
2015	Juara II	Olimpiade Sains (Bidang Studi Matematika, Fisika, Kimia dan Biologi) Se Besuki Raya di STIKES Nurul Jadid
	Juara III	Olimpiade Sains (Bidang Studi Biologi dan Fisika) Se Besuki Raya di STIKES Nurul Jadid
<b>ALUMNI KE LUAR NEGERI:</b>		
2009-2010	Beasiswa 1 Peserta didik	Jurusan Chinese Language and culture college, Huaqiao Xia Men University, China (Novi Basuki)
2010-2011	Beasiswa 4 Peserta didik	Jur. Pend. Dan sastra China, Pend. Dan sastra Inggris, dan Antropologi, Universitas Brawijaya, Malang
2010-2011	Beasiswa 2 Peserta didik	Jurusan Chinese Language and culture college, Huaqiao Xia Men University, China (Saifus Shomad, Ihya' Ulumuddin)
2010-2011	Beasiswa 3 Peserta didik	Jur. Bahasa Mandarin, Universitas Negeri, Surabaya (Jupriyadi, Moh. Farhan Masrur, A. Ghulam Zaki)
2011-2012	Beasiswa 8 Peserta didik	Jur. Chinese Language and culture college, Huaqiao Xia Men University, Cina (Agus Fatih Maulana, Moh. Idris, Ulfi Widiawati Roshida, Mega Indah Widiyawati, Nur Musyafak, Rizka Arisandi, Husnul Khotimah, A. Jupriyadi)
2011-2012	Beasiswa	Jur. Chinese Education and Philosophy, Fu Jian Normal University, Cina (Moh. Khodir)

	1 Guru	
2012 - 2013	13 Peserta didik	Jur. Chinese Language and culture college, Huaqiao Xia Men University, Cina (Agus Fatih Maulana, Moh. Idris, Ulfi Widiawati Roshida, Mega Indah Widiyawati, Nur Musyafak, Rizka Arisandi, Husnul Khotimah, A. Jupriyadi)





# Lampiran 12

## AKIDAH

Akidah Islam adalah segala sesuatu yang wajib diyakini oleh setiap Muslim dengan keyakinan yang teguh. Keyakinan atau kepercayaan ini disebut keimanan (al-iman). Pilar keimanan ada enam.

1. Iman pada Allah swt, yaitu beriman dan meyakini sepenuh hati bahwa Allah swt bersifat dengan seluruh sifat kesempurnaan dan Maha Suci dari seluruh sifat kekurangan. Ada 20 sifat wajib bagi Allah swt dan 20 sifat mustahil yang merupakan lawan dari sifat wajib. Sifat sifat tersebut adalah sebagai berikut:

1. وجود	: Ada	11. سَمِعَ	: Mendengar
2. قَدِيمٌ	: Dahulu	12. بَصِيرٌ	: Melihat
3. قَدِيمٌ	: Kekal	13. كَلَّمَ	: Berfirman
4. مُخَالِفَةٌ لِلْحَوَادِثِ	: Berbeda dengan makhluk	14. قَدِيرٌ	: Maha Kuasa
5. قِيَامُهُ بِنَفْسِهِ	: Berdiri sendiri	15. مُرِيدٌ	: Maha Berkehendak
6. وَحْدَانِيَّةٌ	: Esa	16. عَلِيمٌ	: Maha Mengetahui
7. قُدْرَةٌ	: Kuasa	17. حَيٌّ	: Maha Hidup
8. إِرَادَةٌ	: Berkehendak	18. سَمِيعٌ	: Maha Mendengar
9. عِلْمٌ	: Mengetahui	19. بَصِيرٌ	: Maha Melihat
10. حَيَاءٌ	: Hidup	20. مُتَكَلِّمٌ	: Maha Berfirman

Dan berikut adalah 20 sifat mustahil bagi Allah swt:

1. عَدَمٌ	: Tiada	11. صَمٌّ	: Tuli
2. حُدُوثٌ	: tercipta/baru	12. عَمَى	: Buta
3. قَدَمٌ	: Sirna	13. بُكْمٌ	: Bisu
4. مُشَابَهَةٌ لِلْحَوَادِثِ	: Serupa dengan makhluk	14. عَجْزٌ	: Lemah
5. إِحْتِيَاجٌ لِغَيْرِهِ	: Butuh pada yang lain	15. كَرْهٌ	: Terpaksa
6. عَدْدٌ	: Berbilang	16. تَبْتٌ	: Mati
7. عَجْزٌ	: Lemah	17. جَاهِلٌ	: Bodoh
8. كَرْهٌ	: Terpaksa	18. أَسَمٌ	: Tuli
9. مَوْتٌ	: Mati	19. أَعْمَى	: Buta
10. جَهْلٌ	: Bodoh	20. أَبْكَمٌ	: Bisu

Sedangkan sifat jaiz bagi Allah swt hanya satu, yaitu *فَعَلْ كُلَّ شَيْءٍ أَوْ تَرَكَهُ* (melakukan segala yang mungkin atau meninggalkannya).

2. Iman pada Malaikat Allah swt, yaitu beriman dan meyakini sepenuh hati bahwa mereka adalah hamba-hamba Allah yang dimuliakan dan diciptakan dari cahaya, yang tidak pernah durhaka pada-Nya dalam apa yang diperintahkan dengan mengerjakan beragam pekerjaan yang ditetapkan. Para



# Lampiran 13

LAPORAN DETAIL HARIAN ABSENSI  
 BULAN SEPTEMBER 2015  
 MINGGU KE-3 (14 - 19 SEPTEMBER 2015)

NO.ID 4

NAMA Drs. BASUKI AGUS P.P., M.Pd.

Tanggal	Hari	Jam Masuk	Jam Pulang	Scan Masuk	Scan Pulang	Jmlh Hadir	KET
14/09/2015	Senin	6:45	15:15	06:32	14:13	7:41	Terpenuhi
15/09/2015	Selasa	6:45	15:15	06:39	16:02	9:23	
16/09/2015	Rabu	6:45	15:15	06:33	15:47	9:14	
17/09/2015	Kamis	6:45	13:35	06:36	13:51	7:15	
18/09/2015	Jumat	6:45	11:15	06:44	17:04	10:20	
19/09/2015	Sabtu	6:45	12:00	06:41	13:30	6:49	
Jumlah Jam Kerja						50.70	





# Lampiran 14



PEMERINTAH KOTA MALANG  
DINAS PENDIDIKAN  
SMA NEGERI 3 MALANG

Jalan Sultan Agung Utara 7 Telp. (0341) 324768, Fax (0341) 341530  
Website : [www.sman3malang.sch.id](http://www.sman3malang.sch.id) E - mail : [humas@sman3malang.sch.id](mailto:humas@sman3malang.sch.id)



### Orientasi Perguruan Tinggi Belanda dan Jerman 2015

Selama 5 tahun terakhir lulusan SMA Negeri 3 Malang yang melanjutkan studi ke Belanda, Jerman, dan Perancis terus meningkat. Bertolak dari fakta tersebut dan atas usulan beberapa orang tua maka pada tanggal 12-22 Oktober 2014 sekolah menyelenggarakan kegiatan Orientasi Perguruan Tinggi Belanda dan Jerman. Kegiatan tersebut berlangsung sukses dan mendapat sambutan luas, khususnya dari para alumni dan orang tua.

Untuk itulah pada tahun 2015 ini sekolah menyelenggarakan kembali kegiatan Orientasi Perguruan Tinggi Belanda dan Jerman. Rincian jadwal dan penjelasan selengkapnya disajikan berikut.

Hari ke-	Hari dan Tanggal	Uraian
1	Senin, 12 Oktober 2015	<b>Surabaya-Singapura-Dubai</b> Berkumpul di Juanda Surabaya pada pukul 11.00, terbang ke Singapura, transit di Dubai.
2	Selasa, 13 Oktober 2015	<b>Dubai-Amsterdam</b> Transit di Dubai lalu menuju Amsterdam. Tiba di Amsterdam siang hari, dilanjutkan kunjungan ke Volendam. Setelah makan malam masuk hotel.
3	Rabu, 14 Oktober 2015	<b>Amsterdam-Utrecht-Leiden</b> Pagi hari dengan menggunakan bus wisata berkunjung ke Utrecht University dan ke Leiden University. Sore hari kembali ke Amsterdam, dan berwisata kota termasuk ke Dams Square. Makan malam dan menginap di Amsterdam.
4	Kamis, 15 Oktober 2015	<b>Amsterdam-Brussels-Aachen</b> Pagi hari dengan menggunakan bus wisata menuju kota Brussels. Sightseeing View of Manneken Pis. Old Town, Royal Palace and Atonium, dan belanja coklat. Setelah makan siang menuju Kota Aachen di Jerman. Bermalam di Kota Aachen Jerman.
5	Jumat, 16 Oktober 2015	<b>Aachen-Geilenkirchen-Aachen</b> Pagi hari mengunjungi Haus Overbach (SMA Pilot Uni Eropa), kunjungan ke FH Aachen. Makan siang di Cafeteria FH Aachen. City sightseeing Kota Geilenkirchen. Sore hari belajar naik kereta api dari Geilenkirchen ke Kota Aachen. Setelah makan malam kembali ke hotel.

6	Sabtu, 17 Oktober 2015	<b>Aachen-Koeln-Heidelberg</b> Pagi melanjutkan perjalanan ke Kota Koeln. Acara bebas di pusat kota dan Koeln Cathedral. Setelah makan siang menuju Kota Heidelberg. City sightsseing kota tua Heidelberg. Makan malam dan menginap di Heidelberg.
7	Minggu, 18 Oktober 2015	<b>Heidelberg-Paris</b> Pada pagi hari kunjungan tidak resmi ke Heidelberg University, salah satu perguruan tinggi tertua di Eropa. Perjalanan dilanjutkan menuju Kota Paris. Tiba di Paris, wisata kota, makan malam dan menginap di Paris.
8	Senin, 19 Oktober 2015	<b>Paris</b> City Sightseeing Paris, Montparnas Tower, photo stop Eifel Tower, Place de la Concorde, Noter Dame, Arch du Triomphe, Louvre Museum, Seine Cruise. Shopping di Champ Ellysees. Makan malam dan menginap di Paris.
9	Selasa, 20 Oktober 2015	<b>Paris-Dubai</b> Setelah makan pagi transfer ke airport Paris untuk terbang ke Dubai.
10	Rabu, 21 Oktober 2015	<b>Dubai-Singapura-Surabaya</b> Transit 2-4 jam di Dubai. Selanjutnya terbang ke Singapura- Juanda Surabaya.

**Keterangan:**

1. Batas akhir pendaftaran Senin, 29 Juni 2015
2. Seleksi peserta 30-31 Juli 2015
3. Biaya sebesar USD 2.800 (belum termasuk visa)
4. Pembayaran tahap I sebesar USD 1800 pada 3-5 Agustus 2015
5. Pelunasan biaya pada 1-4 September 2015
6. Pengurusan visa pada 8-9 September 2015

Malang, 29 Juli 2015



# Lampiran 15

## JADWAL PERSIAPAN AKREDITASI

### TAHAP I (26 MEI sd 14 JUNI 2015)

**TARGET** : Mengidentifikasi form per-STANDAR dengan NILAI MAKSIMAL

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PENJAB	KOORDINASI	KETERANGAN
1	26 MEI 2015	Rapat Koordinasi	KETUA TIM	Kasek	PLENO
2	27 MEI 2015	Identifikasi Berkas Per-STANDAR	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
3	28-30 MEI 2015	Pengumpulan Form Indentifikasi dan Rencana Tindak Lanjut	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
4	31 MEI sd 6 JUNI 2015	Menghimpun data administrasi sesuai dengan STANDAR (Lama)	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
5	7 sd 11 JUNI 2015	Membuat data administrasi sesuai dengan standar (Baru)	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
6	12 JUNI 2015	Menyusun Pengusulan form Akreditasi Sekolah	SEKRETATIS	KETUA TIM	TIM
7	13 JUNI 2015	Mengumpulkan form Akreditasi Sekolah ke Diknas	SEKRETATIS	KETUA TIM	TIM
8	14 JUNI 2015	Evaluasi	KETUA TIM	Kasek	PLENO

### TAHAP II (15 JUNI sd 12 JULI 2015)

**TARGET** : Melengkapi data administasi sesuai dengan isian form Akreditasi yang telah dikumpulkan ke DIKNAS

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PENJAB	KOORDINASI	KETERANGAN
1	15, 16 JUNI 2015	Rapat Koordinasi dan EVALUASI	KETUA TIM	Kasek	PLENO

2	17 sd 19 JUNI 2015	BREAK AWAL PUASA	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
3	20 sd 30 JUNI 2015	Membuat dan Menyempurnakan data administrasi sesuai dengan standar	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
4	1 sd 12 JULI 2015	Membuat dan Menyempurnakan data administrasi sesuai dengan standar	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
5	13 JULI 2015	Evaluasi	KETUA TIM	Kasek	PLENO

### TAHAP III (13 JULI sd AGUSTUS 2015)

**TARGET** : Memastikan kelengkapan data administasi dan kesiapan psikologis keseluruhan TIM dan SEKOLAH

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PENJAB	KOORDINASI	KETERANGAN
1	30 JULI 2015	UJI PETIK	KETUA TIM	KASEK/PENGAWAS	PLENO
2	AGUSTUS 2015	Menindaklanjuti TEMUAN dari Hasil UJI PETIK	KOORDINATOR	Kasek/Wakasek/Penjab	PER-KOORDINATOR
3	AGUSTUS 2015	PEMBUBARAN TIM PANITIA		SETELAH VISITASI DARI TIM ASESOR	

Kepala Sekolah

FAIZIN, S.Ag., M.Pd

KETUA TIM

DIDIK P WICAKSONO, S.Sos., M.Pd



**YAYASAN NURUL JADID**

**SEKOLAH MENENGAH ATAS NURUL JADID  
TERAKREDITASI A  
PAITON PROBOLINGGO JAWA TIMUR**

Jalan K.H. Zaini Mun'im Karanganyar Paiton Probolinggo 67291 Jawa Timur  
Telepon (0335) 774583 Faximile (0335) 771739, E-mail: [kantor@smanj.sch.id](mailto:kantor@smanj.sch.id), Website:  
[www.smanj.sch.id](http://www.smanj.sch.id)

---

**SURAT KEPUTUSAN  
KEPALA SMA NURUL JADID (TERAKREDITASI A)  
NOMOR: NJ-D03/SMANJ/522/B.11/V-2015**

**TENTANG  
TIM PELAKSANA AKREDITASI  
SMA NURUL JADID PAITON PROBOLINGGO TAHUN 2015**

**Kepala SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

- Menimbang** : a. Bahwa untuk lebih memantapkan dan meningkatkan pelaksanaan Akreditasi Sekolah tahun 2015, dipandang perlu untuk membentuk Tim Pelaksana Akreditasi sekolah.  
b. nama-nama yang tercantum dalam lampiran surat keputusan ini dianggap cakap dan layak diangkat sebagai Tim Pelaksana Akreditasi. SMA Nurul Jadid tahun 2015.
- Mengingat** : 1. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional.  
2. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 52 Tahun 2008 tentang kriteria dan perangkat akreditasi sekolah menengah atas/ Madrasah.  
3. Program Kerja SMA Nurul Jadid Tahun Pelajaran 2014/2015
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** :  
**Pertama** : Menugaskan kepada nama- nama yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini sebagai Tim Pelaksana Akreditasi sekolah.  
**Kedua** : Satuan tugas Tim Pelaksana Akreditasi sekolah.  
**Ketiga** : Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, maka akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan : di Paiton  
Tanggal : 20 Mei 2015  
Kepala,

**FAIZIN, S.Ag., M.Pd.**

**TIM AKREDITASI SEKOLAH  
SMA NURUL JADID PAITON PROBOLINGGO  
TAHUN 2015**

Penanggung Jawab : Kepala SMA Nurul Jadid  
Ketua : Didik P. Wicaksono, S.Sos. M. Pd.  
Sekretaris : Miftahul Huda, S. Pd.  
Bendahara : Sulhan Adi Pranoto, S.Pd.I.

**KOORDINATOR/ ANGGOTA**

1. Standar Isi : **Didk P. Wicaksono, S. Sos. M.Pd.**  
Faisol, S.Pd.  
Didik Rahwiniyanto, S. Si.
2. Standar Proses : **Imam Hari Santoso, M. Pd.**  
Moh. Kadarusman, S. Pd.  
Syamsul Arifin, S.Kom.
3. Standar SKL : **Agus Sulthoni Imami, S. Psi. M. Pd.I.**  
Achmad Romdan Efendi, S. Kom.  
Ahmad Kholil, S.Pd.I.  
Zakiyatus Sholihah, S.Pd.I.
4. Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan : **H. Mualim Ali, BA**  
Muh. Zainuddin Sunarto, S. HI.  
Moh. Hidayatulloh
5. Standar Sarana Prasarana : **Dul Kamar, S. Ag.**  
Imam Komaruddin  
Misbahul Huda, S. Kom.
6. Standar Pengelolaan : **Miftahul Huda, S. Pd.**  
M. Syauqi, Lc.  
Abdurrahman
7. Standar Pembiayaan : **Sulhan Adi Pranoto, S. Pd.I.**  
Makruf, S. Pd.I  
Wasilatus Sholihah, S. Kom.
8. Standar Penilaian : **Hapandi, S. Pd. I.**  
Qomaruddin, S. Pd.I.  
Lusiman, S. Pd.I.

Ditetapkan : di Paiton

Tanggal : 20 Mei 2015

Kepala,



**FAIZIN, S.Ag., M.Pd.**



**SATUAN TUGAS TIM PELAKSANA AKREDITASI****SMA NURUL JADID PAITON PROBOLINGGO****TAHUN 2015**

No	Panitia	Tugas-tugas
1	Penanggung Jawab	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bertanggung jawab terhadap seluruh Pelaksanaan Akreditasi</li> <li>Melakukan koordinasi dan konsolidasi dengan Tim Pelaksana melalui pertemuan atau rapat guna menyatukan visi dengan lembaga secara utuh, sekaligus memantau secara langsung kegiatan-kegiatan.</li> <li>Menyusun dan menerbitkan SK kepanitiaan serta petunjuk teknis terhadap pelaksanaan Akreditasi</li> </ul>
2	Ketua Panitia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bertanggung jawab terhadap persiapan dan pelaksanaan kegiatan Akreditasi Sekolah</li> <li>Memandu serta memonitoring seluruh bentuk pelaksanaan kegiatan Akreditasi Sekolah</li> <li>Meninjau seluruh persiapan kegiatan dan memberikan arahan-arahan seperlunya serta mendampingi tim dalam melaksanakan tugasnya</li> </ul>
4	Sekretaris	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melaksanakan seluruh kegiatan administrasi yang dibutuhkan dalam membantu terlaksananya kegiatan Akreditasi</li> <li>Mendistribusikan Instrumen Akreditasi Sekolah</li> <li>Menyusun laporan Akhir pelaksanaan Akreditasi</li> <li>Membuat ceklist kesiapan Pelaksanaan Akreditasi</li> </ul>
5	Bendahara	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mempertanggungjawabkan keuangan pelaksanaan Akreditasi</li> <li>Menyusun anggaran seluruh kegiatan Akreditasi</li> <li>Melakukan monitoring dan ceking keuangan Akreditasi</li> <li>Menyusun laporan keuangan pelaksanaan Akreditasi</li> </ul>
7	Koordinator 8 Standar Nasional Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melengkapi data Instrumen Akreditasi Sekolah sesuai dengan standar Nasional Pendidikan (SNP)</li> <li>Koordinasi dengan Struktur sekolah terkait dengan kelengkapan data sesuai dengan instrumen Akreditasi</li> <li>Menyusu Ceklist kelengkapan data sesuai dengan standar masing-masing</li> </ul>
8	Anggota	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membantu pelaksanaan teknis Koordinator dalam melengkapi instrumen sesuai dengan standar masing-masing.</li> <li>Melaporkan hasil pelaksanaan isian instrumen sesuai dengan standar masing-masing</li> <li>Bertanggung jawab terhadap teknis kelengkapan data.</li> </ul>

Ditetapkan : di Paiton

Tanggal : 20 Mei 2015

Kepala,


**FAIZIN, S.Ag., M.Pd.**



# Lampiran 16

# Lampiran 17



**Data Perkembangan Siswa SMA Negeri 3 Malang**

Tahun	Jumlah siswa baru	Jumlah siswa keseluruhan
2011/2012	291	815
2012/2013	331	890
2013/2014	271	894
2014/2015	248	883
2015/2016	301	884

**Grafik Perkembangan Siswa SMA Negeri 3 Malang**



# Lampiran 18



**Data Perkembangan Peserta Didik  
SMA Nurul Jadid Paiton Proboinggo**

No	Tahun	Siswa baru			Siswa lulus		
		Putra	Putri	Jumlah	Putra	Putri	Jumlah
1	2011-2012	258	306	564	165	215	380
2	2012-2013	227	331	558	192	254	446
3	2013-2014	213	391	604	182	293	475
4	2014-2015	185	348	533	172	268	440
5	2015-2016	179	329	508	-	-	-

**Grafik perkembangan peserta didik SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo**

