

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah lembaga yang bertujuan untuk melakukan penelitian ilmiah atau menjalankan usaha di bidang pendidikan. Dalam pengelolaan dan administrasinya, perlu diatur dengan efektif agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Pendidikan adalah kebutuhan yang harus dipenuhi di era globalisasi seperti sekarang ini, di mana sekolah berfungsi sebagai tempat berlangsungnya proses pendidikan dan pembelajaran untuk memenuhi kebutuhan tersebut (P. Ramadina, 2021). Seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk menciptakan suasana belajar dan proses pembelajaran, sehingga peserta didik dapat secara aktif mengembangkan potensi diri mereka untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, kecerdasan, pengendalian diri, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan bagi diri mereka, masyarakat, bangsa, dan negara”.

SMK adalah salah satu lembaga pendidikan formal yang fokus pada pengembangan kemampuan peserta didik agar siap bekerja di bidang tertentu, melihat peluang kerja, dan mengembangkan diri di masa depan. Lembaga pendidikan kejuruan ini bertujuan untuk menempatkan tenaga kerja terampil yang sangat dibutuhkan oleh bangsa (Pidarta, 2007:13). Manajemen pemasaran ini akan terasa semakin penting jika dikaitkan dengan sekolah swasta, terutama SMK swasta karena sering kurang dipandang oleh masyarakat. Diperlukan keahlian komunikasi pihak sekolah kepada masyarakat untuk memberikan informasi atau pesan yang berkaitan dengan lembaga tersebut (Kurniawan et al., 2022). Untuk mencapai tujuan ini, siswa SMK harus memiliki kemampuan baik teori maupun praktik, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan atau tuntutan Dunia Usaha atau dunia Industri sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh masing-masing SMK (Fadjrin & Muhsin, 2017).

Apabila suatu barang berupa produk mutunya kurang baik maka akan tersisihkan. Bisa atau tidaknya suatu institusi memberikan sarana yang baik akan berakibat pada kesuksesan, dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan di suatu institusi pendidikan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa kenyataannya masyarakat telah menunjukkan dan memilih sekolah yang berkualitas untuk anaknya. Terutama Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Tahun demi tahun lembaga ini semakin banyak di Indonesia (Kurniawan et al., 2022).

Di tengah persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan, upaya untuk meningkatkan jumlah pendaftar tidak hanya bergantung pada kualitas akademik, tetapi juga pada citra sekolah, strategi promosi yang efektif, serta peran orang tua dalam pengambilan keputusan pendidikan anak. Citra sekolah merupakan persepsi masyarakat terhadap kualitas, nilai, dan reputasi sekolah, yang dapat terbentuk dari berbagai faktor seperti prestasi siswa, fasilitas, kedisiplinan, dan lingkungan belajar. Sekolah yang memiliki citra positif cenderung lebih dipercaya oleh masyarakat dan lebih mudah dalam menarik minat calon siswa (Nuraisah et al., 2024).

Hal ini dirasakan oleh SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang, merupakan salah satu lembaga pendidikan kejuruan swasta yang berada di Kabupaten Indramayu. Sebagai sekolah berbasis keagamaan yang mengintegrasikan pendidikan karakter, keterampilan, dan nilai-nilai keislaman, SMK ini memiliki keunggulan tersendiri. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pendaftar kelas 10 mengalami fluktuasi (perubahan yang naik turun atau tidak tetap) yang tidak stabil. Permasalahan ini menjadi sorotan penting karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan program pendidikan, efisiensi operasional, dan daya saing institusi.

Berdasarkan data resmi dari Kemendikdasmen Kemendikbud (2024), jumlah peserta didik jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kabupaten Indramayu tercatat sebanyak 1.423 orang. Sementara itu, data Profil Pendidikan Kabupaten Indramayu tahun 2021 menunjukkan

adanya 138 unit SMK yang tersebar di berbagai kecamatan. Kondisi ini menggambarkan bahwa meskipun jumlah sekolah kejuruan cukup banyak, namun minat masyarakat terhadap pendidikan vokasi di wilayah Indramayu masih relatif rendah. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Indramayu tahun 2024 juga menunjukkan bahwa persebaran sekolah, guru, dan murid SMK di setiap kecamatan cenderung stabil dari tahun ke tahun tanpa peningkatan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa SMK di Indramayu, termasuk SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang, masih menghadapi tantangan dalam menarik minat calon Peserta Didik. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi promosi sekolah yang lebih efektif dan inovatif, terutama melalui media sosial serta penguatan citra sekolah yang positif agar mampu bersaing dengan SMA maupun SMK lainnya di daerah tersebut.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) antara teori dan praktik di lapangan. Beberapa penelitian sebelumnya membahas pengaruh promosi sekolah dan citra sekolah terhadap keputusan memilih sekolah (Nuraisah et al., 2024), namun belum banyak yang meneliti secara bersamaan peran dorongan orang tua sebagai faktor psikologis yang turut memengaruhi keputusan pendaftaran. Selain itu, konteks sekolah berbasis keagamaan juga jarang menjadi fokus penelitian, padahal penting untuk melihat bagaimana nilai-nilai Islam memengaruhi strategi manajemen pendidikan. Oleh karena itu, penelitian ini penting secara akademik karena mengisi kekosongan kajian empiris terkait hubungan antara citra sekolah, promosi media sosial, dan dorongan orang tua dalam konteks pendidikan Islam. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rujukan bagi sekolah dalam mengembangkan strategi promosi yang efektif dan berlandaskan nilai-nilai keislaman seperti kejujuran, amanah, dan pelayanan pendidikan yang bernilai ibadah.

Tabel 1. 1 Jumlah Peserta Didik 3 Tahun Terakhir SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang

No.	Tahun	Jumlah Peserta Didik
1.	2023/2024	70
2.	2024/2025	67
3.	2025/2026	39

Sumber : Dapodik, 2025

Berdasarkan data peserta didik periode tahun 2023-2025 di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Nahdlatul Ulama Sukagumiwang, peneliti menemukan bahwa hingga saat ini sekolah masih melakukan promosi secara konvensional, seperti penyebaran brosur dan kunjungan ke madrasah-madrasah, tanpa adanya analisis efektivitas terhadap saluran digital yang telah digunakan. Di sisi lain, belum terdapat data yang menunjukkan sejauh mana citra sekolah dinilai positif oleh masyarakat sekitar, serta bagaimana pengaruhnya terhadap daya tarik sekolah ini di mata calon peserta didik. Selain itu, dorongan dan peran aktif orang tua siswa dalam proses pengambilan keputusan pendaftaran juga menjadi faktor penting yang belum banyak terukur secara sistematis di sekolah ini. Kondisi ini diperparah dengan masih adanya persepsi masyarakat bahwa SMA lebih unggul dibandingkan SMK, sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang dalam menarik minat Peserta Didik.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diidentifikasi bahwa permasalahan utama dalam penelitian ini terletak pada belum optimalnya citra sekolah di mata masyarakat, belum efektifnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta belum terukurnya peran dorongan orang tua dalam memengaruhi keputusan pendaftaran siswa. Ketiga faktor tersebut diduga menjadi penyebab utama terjadinya fluktuasi jumlah pendaftar di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang.

Meskipun berbagai upaya promosi telah dilakukan, belum diketahui secara pasti sejauh mana pengaruh citra sekolah, promosi media

sosial, dan dorongan orang tua terhadap keputusan pendaftaran siswa. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pendaftaran siswa, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi peningkatan jumlah pendaftar secara lebih efektif dan terarah.

Kebaruan (novelty) dalam penelitian ini terletak pada pengembangan model yang mengintegrasikan citra sekolah, promosi media sosial, dan dorongan orang tua dalam memengaruhi keputusan pendaftaran siswa. Penelitian sebelumnya umumnya hanya mengkaji variabel citra sekolah dan promosi media sosial secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah, seperti penelitian (Puti et al., 2024) yang menekankan pada citra sekolah, serta penelitian (Alamsyah et al., 2023) yang berfokus pada digital marketing, tanpa mengkaji secara komprehensif peran dorongan orang tua sebagai faktor eksternal dalam satu model penelitian.

Selain itu, penelitian terdahulu masih didominasi pada konteks sekolah umum, sehingga belum banyak yang secara spesifik meneliti pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) berbasis keagamaan. Padahal, karakteristik sekolah berbasis keagamaan memiliki nilai-nilai khas yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat serta keputusan pendidikan peserta didik. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena fluktuasi jumlah pendaftar, tetapi juga memberikan analisis empiris mengenai pengaruh citra sekolah, promosi media sosial, dan dorongan orang tua terhadap keputusan pendaftaran siswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan strategi peningkatan jumlah pendaftar yang lebih efektif dan berbasis data.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang perlu diperhatikan, sebagai berikut:

1. Citra sekolah yang belum sepenuhnya terbentuk secara positif di masyarakat, yang ditunjukkan oleh masih adanya anggapan bahwa SMK memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan SMA, serta kurangnya pemahaman tentang keunggulan kompetensi kejuruan yang ditawarkan oleh sekolah.
2. Promosi sekolah melalui media sosial yang belum optimal, baik dari segi konsistensi konten, kualitas informasi yang disampaikan, maupun daya tarik visual yang mampu menarik perhatian calon siswa dan orang tua siswa. Promosi sekolah melalui *digital marketing* belum dilaksanakan secara terencana dan berkelanjutan, sehingga belum mampu menjangkau target audiens secara optimal.
3. Tingginya persaingan antar sekolah, baik SMA maupun SMK, menuntut perlunya penguatan citra, strategi promosi yang kreatif, dan pendekatan yang persuasif terhadap orang tua agar sekolah mampu menarik minat pendaftar baru secara berkelanjutan.
4. Jumlah pendaftar siswa baru di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang sering naik turun setiap tahun, sehingga menyulitkan sekolah dalam merencanakan kebutuhan sumber daya dan strategi penerimaan siswa baru.
5. Belum diketahui sejauh mana orang tua terlibat dan mendorong anak dalam memilih SMK sebagai pilihan sekolah, padahal dukungan orang tua sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan pendaftaran siswa.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya akan fokus pada aspek-aspek tertentu dari pertanyaan penelitian yang bisa dianalisis secara mendalam. Hal ini penting karena sebuah penelitian memerlukan ketajaman fokus dan kedalaman analisis

(Nurizzati & Andini, 2019). Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi, penelitian ini akan dibatasi pada dua hal berikut:

1. Citra sekolah yang dimaksud dalam penelitian ini terbatas pada persepsi masyarakat (terutama calon peserta didik dan orang tua) terhadap reputasi, kualitas, serta keunggulan kompetensi kejuruan yang ditawarkan oleh SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang.
2. Promosi sekolah melalui media sosial yang dikaji mencakup intensitas, konten, dan daya tarik informasi yang disebarakan melalui platform media sosial resmi sekolah (seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*), selama satu tahun terakhir.
3. Dorongan orang tua siswa dibatasi pada sejauh mana orang tua memberikan motivasi, arahan, dan dukungan dalam proses pengambilan keputusan anak untuk memilih dan mendaftar di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang.
4. Keputusan pendaftaran siswa yang diteliti adalah semua peserta didik yang telah memilih SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang sebagai tempat melanjutkan pendidikan setelah lulus SMP atau MTs.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah di jelaskan, peneliti dapat merumuskan masalah untuk penelitian ini, diantaranya ialah :

1. Bagaimana citra sekolah terhadap keputusan pendaftaran di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang?
2. Bagaimana promosi media sosial terhadap keputusan pendaftaran di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang?
3. Bagaimana dorongan orang tua siswa terhadap keputusan pendaftaran di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang?
4. Seberapa besar pengaruh citra sekolah, promosi media sosial, dan dorongan orang tua terhadap keputusan pendaftaran peserta didik tahun 2023-2025 di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan citra sekolah terhadap keputusan pendaftaran di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang.
2. Mendeskripsikan promosi media sosial terhadap keputusan pendaftaran di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang.
3. Mendeskripsikan bagaimana dorongan orang tua terhadap keputusan pendaftaran di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang.
4. Menganalisis seberapa besar pengaruh citra sekolah, promosi media sosial, dan dorongan orang tua terhadap keputusan pendaftaran peserta didik tahun 2023-2025 di SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang bisa dibagi menjadi dua kategori, yaitu manfaat teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis, yakni menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan khususnya mengenai gambaran pengetahuan tentang citra sekolah, promosi melalui media sosial, serta peran orang tua dalam keputusan memilih sekolah, serta dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya.
2. Dari segi praktis, yakni dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk dapat meningkatkan kualitas pendidikan, khususnya dalam memberikan informasi mengenai pengaruh citra sekolah, promosi media sosial, dan dorongan orang tua terhadap keputusan pendaftaran siswa.

a. Bagi sekolah (SMK Nahdlatul Ulama Sukagumiwang)

Sekolah di harapkan dapat memahami informasi mengenai citra sekolah, efektivitas promosi melalui media sosial, serta pengaruh dorongan orang tua siswa, dan juga sebagai dijadikan sebagai bahan evaluasi guna untuk meningkatkan strategi penerimaan Peserta Didik di masa depan.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Bagi lembaga diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pihak manajemen sekolah, khususnya dalam merancang strategi promosi dan penguatan citra sekolah agar dapat meningkatkan jumlah pendaftar serta kepercayaan masyarakat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk memberikan informasi dan referensi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pendaftaran siswa di tingkat satuan pendidikan menengah.

