

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi menghadirkan persaingan yang ketat dalam segala bidang. Untuk menjaga eksistensinya suatu lembaga dituntut menghasilkan produk dan jasa yang bermutu. Spirit mutu menjadi modal penting demi kemajuan lembaga dalam memenangkan pasar.

Dalam konteks manajemen mutu, indikator sebuah mutu berhubungan dengan kepuasan pelanggan serta rumusan standar mutu yang ditetapkan. Fokus orientasi bertujuan memenuhi keinginan konsumen. Para pelanggan harus diberikan barang atau jasa dengan nilai lebih tinggi, mutu lebih baik, harga lebih terjangkau, fasilitas memadai, dan pelayanan lebih baik dari pada pesaingnya.

Pengelola lembaga dituntut tanggap menghadapi dan memenuhi kebutuhan lingkungannya, baik internal maupun eksternal, sehingga mereka mempunyai citra positif terhadap lembaga. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan.<sup>1</sup>

Ketentuan tersebut tidak hanya berlaku dalam dunia bisnis. Namun berlaku pula di bidang-bidang lain termasuk pendidikan. Pendidikan merupakan lembaga yang melayani konsumen baik siswa, wali murid, maupun masyarakat umum yang disebut (*stakeholder*) berupa jasa pendidikan. Pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud. Tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik. Proses yang

---

<sup>1</sup> Buchori Alma, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 55.

terjadi merupakan interaksi antara penyedia dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.<sup>2</sup>

Seiring berjalannya waktu, lembaga pendidikan terus mengalami penambahan dalam segi kuantitas. Secara tidak langsung kondisi ini menumbuhkan persaingan ketat antar sekolah. Akibatnya beberapa sekolah menjadi pilihan favorit orang tua dalam menyekolahkan anaknya, namun terdapat juga sekolah yang dipandang sebelah mata oleh masyarakat.

Agar mampu bersaing pengelola sekolah harus menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Meningkatkan kualitas pendidikan yang berkaitan dengan proses pembelajaran, memberikan pelayanan yang maksimal, hingga menjalin komunikasi intens dengan mereka. Sebab pada dasarnya sekolah merupakan lembaga sosial yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan masyarakat, begitu juga sebaliknya. Hubungan sekolah dengan masyarakat ialah bentuk komunikasi yang dilakukan atas dasar kesamaan tanggung jawab dan tujuan.<sup>3</sup>

Peranan komunikasi timbal balik dalam aktivitas manajemen organisasi khususnya dalam sekolah dilaksanakan oleh bidang hubungan masyarakat (humas). Keberadaan humas sangat diperlukan untuk melaksanakan komunikasi organisasi antara manajemen lembaga pendidikan dan karyawan atau khalayak yang menjadi sasarannya.

Masyarakat sebagai pelanggan pendidikan harus selalu diperhatikan. Sekolah wajib mengetahui keinginan dan harapan mereka yang diwujudkan melalui peningkatan kualitas layanan. Sehingga pelanggan akan merasa puas dengan apa yang diberikan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat. Seperti terjalinnya hubungan yang harmonis antara *stakeholder* dengan pihak sekolah. Ini penting untuk membangun citra positif di mata masyarakat serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan lembaga pendidikan.

---

<sup>2</sup> Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 370.

<sup>3</sup> E Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 147.

Dalam memilih sekolah, masyarakat bukan sekedar karena membutuhkannya, namun ada hal lain yang diharapkannya. Sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya. Oleh sebab itu, pengelola sekolah perlu memberi informasi pada publik agar dapat membentuk citra yang baik.<sup>4</sup>

Landasan pembentukan citra berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang kongkret diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses akumulasi dan amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik secara lebih luas yang disebut citra.<sup>5</sup>

Sekolah harus berusaha menciptakan citra positif di hati masyarakat. Keberadaan citra inilah yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam menentukan apakah akan memasukkan putra putrinya ke sekolah tersebut atau sebaliknya. Membangun citra yang baik membutuhkan waktu yang lama. Terdapat banyak faktor yang memengaruhi terbentuknya citra. Seperti reputasi akademik, tampilan sekolah, biaya, atensi personal, lokasi, penempatan karir, aktivitas sosial, dan program studi. Citra baik sekolah akan selalu diperhatikan publik dari waktu ke waktu. Keberadaannya akan membentuk suatu pandangan baik yang dikomunikasikan ke semua pihak.<sup>6</sup>

Untuk membangun citra baik sekolah, pengelola perlu menyusun secara terstruktur dan sistematis di dalam manajemen strategik peningkatan citra sekolah. Penerapan manajemen strategik membuat program yang dirancang akan sesuai harapan sehingga mampu menghasilkan citra positif. Penyusunan strategi yang tepat, tidak bisa dilakukan secara instan. Sekolah harus melakukan analisis internal dan eksternal sebagai dasar utama penentuan strategi.

---

<sup>4</sup> Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hlm. 374.

<sup>5</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 76.

<sup>6</sup> Bukhori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hlm. 91.

Supaya strategi berjalan baik lembaga perlu menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan pengawasan, dan evaluasi. Melalui mekanisme tersebut suatu strategi dapat diketahui tingkat efektifitas dan efisiensinya dalam menunjang tercapainya visi misi sekolah.

Hal itulah yang dilakukan SMK YATPI Godong dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan ketat antar lembaga pendidikan. Dalam membangun citranya, SMK YATPI Godong menggunakan beragam cara yang termuat dalam rencana strategis. Misalnya mengadakan perkemahan, bantuan sosial, *career center* dan lain sebagainya. Proses pembelajaran juga ditunjang dengan berbagai sarana dan prasarana, misalnya ruang kelas standar pendidikan, ruang perpustakaan, laboratorium mekanik otomotif, laboratorium listrik pemakaian, laboratorium tata busana, laboratorium bahasa inggris, laboratorium komputer, sarana ibadah dan lain-lain.<sup>7</sup>

Satu hal yang dimiliki SMK YATPI Godong dan belum dimiliki SMK lain ialah adanya relasi dengan perusahaan, balai pelatihan, hingga departemen tenaga kerja. Melalui relasi itu, para lulusan SMK YATPI bisa disalurkan ke berbagai perusahaan. Kondisi ini akan membuat kepercayaan masyarakat selalu meningkat. Mereka percaya putra-putrinya mampu terserap di dunia kerja dengan baik. Sehingga memutuskan memilih SMK YATPI sebagai sekolah pilihan.

Berbagai program tersebut mampu membangun reputasi dan citra baik di kalangan masyarakat. Sebagai bukti jumlah siswa yang mendaftar setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Meski terdapat lembaga pendidikan yang setingkat dalam lokasi yang sama, SMK YATPI mampu bertahan dan memenangkan persaingan. Keberhasilan itu tidak terlepas dari usaha pihak sekolah dalam menjaga citra lembaga.

Adanya citra yang positif, membuat SMK YATPI mampu memenangkan persaingan dengan lembaga pendidikan lain. Baik dengan

---

<sup>7</sup> [www.smkyatpi.blogspot.com](http://www.smkyatpi.blogspot.com) diakses pada tanggal 30 Januari 2014.

Sekolah Menengah Atas (SMA)/Madrasah Aliyah (MA) maupun sesama Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang terdapat di wilayah Godong.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul, “Manajemen Strategik Peningkatan Citra SMK YATPI Godong Grobogan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Bangunan Citra SMK YATPI Godong Grobogan?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui bangunan citra SMK YATPI Godong Grobogan”.

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Secara teoritis**

Yaitu memberikan kontribusi pemikiran khususnya tentang pentingnya manajemen strategik peningkatan citra sekolah. Selain itu, tidak menutup kemungkinan diadakan penelitian lebih lanjut sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang semakin maju dari pihak yang berkompeten.

### **2. Secara Praktis**

#### **a. Bagi Dinas Pendidikan**

Dapat menjadi bahan informasi dalam upaya meningkatkan mutu dan citra pendidikan.

#### **b. Bagi Sekolah**

Dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam menerapkan manajemen strategik peningkatan citra sekolah dan dasar kebijakan untuk membangun hubungan terhadap masyarakat.

#### **c. Bagi Masyarakat**

Dapat memberikan informasi mengenai citra SMK YATPI Godong Grobogan yang sesungguhnya.

d. Bagi Pengguna

Dapat menjadi bahan penilaian sejauh mana peningkatan citra SMK YATPI Godong yang diimplementasikan dalam bentuk pelayanan terhadap pengguna pendidikan.