

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan hal yang penting bagi manusia dan memiliki fungsi yang penting dan strategis sebagai instrument didalam pengembangan sumber daya manusia. Seperti pengertian pendidikan nasional yang tertuang pada UU sisdiknas tahun 2003 yang mengatakan bahwa :

“Pendidikan merupakan usaha agar manusia dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses pembelajaran dan/atau cara lain yang dikenal dan diakui oleh masyarakat. peran pentingnya pendidikan dalam membangun kualitas sumber daya manusia”.

Pendidikan adalah salah satu wujud kebudayaan manusia yang tumbuh dan berkembang, akan tetapi pada tahun ke tahun mengalami penurunan sehingga hancur dan runtuh secara perlahan-lahan dengan seiringnya perkembangan zaman. Pendidikan nasional berakar pada kebudayaan bangsa Indonesia, berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pada Undang-Undang Dasar 1945 yang di antaranya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa serta agar pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu pendidikan nasional yang diatur dengan Undang-Undang yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Pendidikan sebagai upaya manusia untuk manusia adalah aspek dan hasil budaya terbaik yang mampu disediakan setiap generasi komunitas manusia untuk kepentingan generasi manusia muda agar melanjutkan kehidupan dan cara hidup mereka dalam konteks sosio-budaya itu pula. Kebijakan pemerintah pasal 15 UU NO 20/2003 tentang sistem pendidikan nasional yang menjelaskan bahwa :

“pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik bekerja pada bidang tertentu dengan memiliki keterampilan pada bidang tertentu”.

Ketika dalam suatu biaya pendidikan semakin mahal dan persaingan untuk mendapatkan pekerjaan semakin ketat, tidak ada pilihan selain mencari lembaga pendidikan yang terjangkau dan menjamin tamatannya cepat mendapatkan pekerjaan. SMK salah satu lembaga pendidikan yang dapat memberikan jawaban untuk semua kebutuhannya.

Sekolah menengah kejuruan (SMK) sebagai salah satu bentuk satuan pendidikan kejuruan sebagaimana ditegaskan dalam penjelasan pasal 15 UU SISDIKNAS, merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu.

a. Tujuan Umum

- 1) Meningkatkan keimanan dan ketakwaan peserta didik kepada Tuhan Yang Maha Esa
- 2) Mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi warga Negara yang berahlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, demokratis, dan bertanggung jawab.
- 3) Mengembangkan potensi peserta didik agar memiliki wawasan kebangsaan, memahami dan menghargai keanekaragaman budaya bangsa Indonesia.
- 4) Mengembangkan potensi peserta didik agar memiliki kepedulian terhadap lingkungan hidup, dengan secara aktif turut memelihara dan melestarikan lingkungan hidup, serta memanfaatkan sumber daya alam dengan efektif dan efisien

b. Tujuan Khusus

- 1) Menyiapkan peserta didik agar menjadi manusia produktif, mampu bekerja mandiri, mengisi lowongan pekerjaan sebagai tenaga kerja

tingkat menengah sesuai dengan kompetensi dalam program keahlian yang dipilihnya.

- 2) Menyiapkan peserta didik agar mampu memilih karier, ulet dan gigih dalam berkompentensi, beradaptasi di lingkungan kerja, dan mengembangkan sikap profesional dalam bidang keahlian yang diminatinya.
- 3) Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, agar mampu mengembangkan diri di kemudian hari baik secara mandiri maupun melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi.
- 4) Membekali peserta didik dengan kompetensi-kompetensi yang sesuai dengan program keahlian yang dipilih.

Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan mendapat tugas langsung dari Menteri Pendidikan Nasional untuk mengembangkan dan mengembangkan dan melaksanakan dalam 2 jalur yaitu pendidikan sekolah (KBM) dan diluar sekolah (PKL).

Fakta menunjukan bahwa sebagian besar lulusan SMK langsung mendapat pekerjaan karena kepercayaan dunia usaha dan dunia industry. Profil lulusan SMK adalah siap kerja, cerdas, dan kompetitif.

1. Siap kerja

Tamatan SMK lebih dibekali keterampilan dan kemampuan bekerja di bidangnya, sehingga mereka siap untuk langsung bekerja tanpa perlu detraining lagi. Mereka juga dibekali kemampuan untuk membuka usaha sendiri.

2. Cerdas

Kecerdasan yang dimaksud disini tidak hanya cerdas secara intelektual, namun juga cerdas secara spiritual, cerdas secara emosional dan social dan cerdas kinestetik.

3. Kompetitif

Jika kompetisi, ingin menjadi agen perubahan dan pantang menyerah sudah ditanamkan sejak tahun pertama di SMK. Kemandirian serta kepribadian SMK yang unggul memicu kesiapan mental untuk bekerja atau membuka lapangan usaha ketika lulus

Pendidikan menengah kejuruan merupakan jenis pendidikan menengah yang secara khusus mempersiapkan lulusannya untuk menjadi tenaga kerja yang terampil dan siap latih. Selain itu mereka diharapkan mudah beradaptasi dengan lingkungannya dan perubahan teknologi serta dapat mengembangkan diri dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar kerja di berbagai sektor yang selalu berkembang dengan berjalannya waktu. Dalam hal ini sekolah harus mampu mengembangkan potensi peserta didiknya agar berkualitas dan dapat menarik minat siswa supaya tertarik pada sekolah menengah kejuruan.

Kemudian, pemerintah mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan sebagai sekolah lanjutan setelah tamat Sekolah Menengah Pertama. Hal ini dikarenakan di sekolah menengah kejuruan tidak hanya mengajarkan pengetahuan layaknya sekolah lanjutan tingkat SMA, namun sekolah menengah kejuruan juga mengajarkan siswa ketrampilan dan kemandirian sehingga dapat dibutuhkan didunia kerja.

Persaingan didunia kerja pada saat ini sangat ketat dan harus memiliki pendidikan yang ada lebih baik, pada indicator penyusunan program, penyusunan kurikulum, dan pelaksanaan pendidikan adalah cukup positif dan lebih cenderung terlibat langsung, selain itu perlu evaluasi yang lebih baik dalam prakerin, tetapi dalam industry melakukan evaluasi dan pemasaran lulusan cenderung belum memperlihatkan hasil yang cukup puas karena mereka menganggap tidak mempunyai keahlian pada bidangnya. Sedangkan pemasaran lulusan merupakan suatu permasalahan yang rumit kerana terjadi ketidakseimbangan antara besar lulusan dengan daya tampung dunia industry untuk tenaga kerja. Pada tahun 2006 dan 2007 secara Nasional lulusan SMK yang bisa terserap dalam dunia kerja hanya 80-85%. Yang tahun 2007 hanya

sebesar 61%. Tahun 2006 lulusan SMK di Indonesia mencapai 628.285 orang. Sedangkan proyeksi penyerapan pada tahun 2007 hanya 385.986 orang atau sekitar 61,43%. Pada tahun 2009/2010 lulusan SMK di Indonesia mencapai 825,222 orang dan jumlah pelamar sekitar 1,3 juta. Pada tahun 2011 jumlah peminat SMK mengalami peningkatan 15-20%. Pada tahun ini tercatat mencapai 1,5 juta orang sedangkan untuk pelamar SMA dan SMK berbanding 49 : 51. Hasil pada tahun 2010 menunjukkan lulusan SMK yang mendapatkan pekerjaan sesuai dengan bidangnya sebesar 40%.

Nolker (1983:20), menyatakan bahwa dalam memilih substansi pelajar, pendidikan kejuruan harus selalu mengikuti perkembangan IPTEK, kebutuhan masyarakat, kebutuhan individu, dan lapangan kerja. Di SMK siswa diberikan kurikulum yang berbeda dengan Sekolah Menengah Atas dengan adanya PKL (Prakter Kerja Lapangan) yang dimana setiap siswa mengikuti PKL pada saat kelas 3 SMK, tujuan dari PKL yaitu untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh siswa/i selama di bangku sekolah.

Dalam hal ini yang terlihat masih banyak lulusan sekolah belum memiliki kualitas kerja yang baik dalam kebutuhan yang ada dalam industry. Lebih sedikit terdapat ketidakseimbangan antara dunia pendidikan SMK dengan dunia industry itu sendiri. Maka dari itu dilaksanakan PKL dengan bertujuan untuk memperkenalkan siswa secara lebih mendalam tentang industry dengan tingkat kompleksitas masalah yang ada didalam industry tersebut.

Dalam hal ini dibutuhkan strategi pemasaran untuk mencapai hasil yang konsisten. Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran ini haruslah diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam perbandingannya di pasar melawan pesaing-pesaing. Dalam

lembaga sekolah atau madrasah pemasaran dapat didefinisikan sebagai pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi sekolah atau madrasah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu *stakeholder* ataupun masyarakat social pada umumnya (Kriegbahum, 1981). Dalam hal yang hamper senada, definisi dikemukakan oleh Evans (1995) yang menyatakan bahwa pemasaran disekolah/madrasah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus-menerus dan berkesinambungan. Dengan demikian jelas, bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh sekolah/madrasah untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat.

Pada studi pendahuluan di SMKN 1 Cimahi menyatakan bahwa sekolah SMKN 1 Cimahi dalam segi permintaan dalam industry sangat baik dilihat jumlah keseluruhan dari yang lulus dan bekerja sebanyak 62.72% sisanya kuliah dan ada juga yang masih dalam proses. Sedangkan bila dijumlahkan, prosentase siswa yang bekerja dan kuliah sebesar 78.36% sedangkan sisanya dalam proses (lain-lain) sebesar 21.64%.

Dalam jurusan RPL (Rekayasa Perangkat Lunak) jumlah lulus dan bekerja berjumlah 58,46% dari jumlah 65 siswa dan strategi pemasaran pada SMKN 1 Cimahi termasuk pada kategori cukup baik dilihat dari kebutuhan, keinginan, Nilai, permintaan, dan hubungan yang direncanakan dengan baik. Dalam hal ini strategi pemasaran terdapat permasalahan diantaranya masih banyak alumni yang tidak nyaman dengan pekerjaannya dan tidak ada pengakuan dari perusahaannya sehingga tidak betah dalam lingkungan perusahaan atau industry.

SMKN 2 Cimahi strategi pemasarannya dibentuk yang namanya bursa kerja khusus (BKK) BBK itu kepanjangan tangan dari dinas tenaga kerja kota cimahi dimana BKK tersebut bertugas menginformasikan lowongan-lowongan

atau akses-akses beberapa perusahaan yang menjadi mitra di SMKN 2 Cimahi dan memberikan pelatihan-pelatihan terutama yang berkaitan dengan bagaimana melamar dalam perusahaan.

Di SMKN 2 Cimahi jumlah siswa pada tahun 2010-2011 berjumlah 207 siswa/i. dalam hal ini dilihat dari jumlah siswa yang ada SMKN 2 Cimahi melakukan penelusuran tamatan yang di ambil pada bulan ke 6 dari mereka lulus dan menerima ijazah. Jumlah yang terserap dalam dunia industry atau dunia usaha dalam semua jurusan sekitar 55%. Kemudian yang 30% itu ada yang menjadi enterprener dan sisanya 15% itu kebanyakan meneruskan ke jenjang yang lebih tinggi atau kuliah baik itu D1,D2,D3 atau S1. Dalam jurusan RPL dalam jumlah keseluruhan siswa/i yaitu 71 siswa/i. jumlah yang terserap dalam jurusan RPL berjumlah 53 orang sekitar 39,3 %, yang 7 orang atau sekitar 5,19% melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi, kemudian untuk 6 orang atau sekitar 4,44% mereka berwirausaha, dan sisanya 5 orang atau sekitar 3,7% lainnya.

dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi yaitu permasalahan yang terdapat dalam siswa/i itu sendiri mereka memilih sendiri sesuai keinginan mereka pada hal sekolah sudah memberikan lowongan kerja yang pas sesuai dengan keahlian atau kemampuan yang mereka miliki. Kemudian permasalahan lain adalah masih banyak alumni yang tidak nyaman dengan pekerjaannya dan tidak ada pengakuan dari perusahaannya sehingga tidak betah dalam lingkungan perusahaan atau industry.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan judul **“Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Permintaan Lulusan di Dunia Industri atau Dunia Usaha”**. (Studi pada **SMKN Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) di-Kota Cimahi**).

B. IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, dapat diidentifikasi permasalahan yang terkait dengan strategi pemasaran lulusan di SMK sekota Cimahi. Strategi pemasaran lulusan dalam penelitian ini adalah sebuah rencana mempromosikan lulusan yang meliputi produk, harga, distribusi, promosi, orang, lingkungan fisik, proses.. Dalam penelitian ini yang dimaksud permintaan lulusan adalah kebutuhan dunia usaha atau dunia industri terhadap suatu lulusan tergantung kepada faktor-faktor sebagai berikut : Jumlah yang diminta, kualifikasi lulusan yang diminta, dan kemampuan menerima. lulusan Berdasarkan Identifikasi permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian secara umum adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran lulusan pada program studi Rekayasa Perangkat Lunak di SMKN di-Kota Cimahi ?
2. Bagaimana permintaan lulusan di dunia usaha/dunia industri pada program studi Rekayasa Perangkat Lunak di SMKN di-Kota Cimahi?
3. Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan oleh dunia usaha atau dunia industry pada program studi rekayasa perangkat lunak di SMKN di-Kota Cimahi?

C. TUJUAN PENELITIAN

Secara umum dari penelitian ini adalah memperoleh data empiric mengenai pengaruh strategi pemasaran lulusan SMK terhadap permintaan lulusan oleh dunia usaha/dunia industry.

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai strategi pemasaran lulusan SMK di-Kota Cimahi.

2. Untuk memperoleh gambaran mengenai permintaan lulusan di dunia industri dalam bidang program studi RPL (Rekayasa Perangkat Lunak) di-Kota Cimahi.
3. Untuk memperoleh gambaran mengenai besarnya pengaruh strategi pemasaran lulusan SMK terhadap permintaan lulusan oleh dunia usaha atau dunia industry.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Dengan diperolehnya informasi mengenai strategi pemasaran lulusan SMK maka dapat meningkatkan permintaan lulusan khususnya dalam bidang jurusan RPL (Rekayasa Perangkat Lunak).. Manfaat penelitian secara teoritis untuk menambah wawasan kajian teori dan mengembangkan kajian Disiplin Ilmu Administrasi Pendidikan khususnya mengenai strategi pemasaran lulusan dan Permintaan lulusan.

1. Bagi penulis, menambah pengetahuan mengenai strategi pemasaran lulusan SMK terhadap permintaan lulusan oleh dunia usaha/ dunia industry.
2. Bagi lembaga sekolah, sebagai bahan masukan kepada Kepala sekolah untuk meningkatkan strategi pemasaran sehingga permintaan pun meningkat.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bahan kajian sumbangan pemikiran dalam upaya meningkatkan kualitas input, proses dan hasil pendidikan.

E. STRUKTUR ORGANISASI SKRIPSI

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Bab ini berisi landasan-landasan teori yang digunakan untuk membahas materi pokok. Teori-teori yang digunakan antara lain kualitas kehidupan kerja dan motivasi kerja, kajian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini di paparkan tentang lokasi, populasi dan sampel penelitian, desain penelitian metode penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, proses pengembangan instrumen, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari apa yang menjadi permasalahan penelitian. Bab ini pun mencoba untuk menjawab rumusan masalah sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan penutup pada penelitian yang berisi kesimpulan dari analisa masalah dan merupakan jabaran deskriptif dari tujuan yang telah tercapai pada penelitian ini dan saran yang dapat digunakan untuk perbaikan objek.