

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi secara signifikan telah meningkatkan kompleksitas persaingan di dunia kerja. Era ini menuntut ketersediaan sumber daya manusia yang tidak hanya terampil tetapi juga adaptif dan inovatif (Aini & Purba, 2022). linepembangunan nasional, dengan pendidikan formal menjadi pondasi utamanya. Dalam konteks ini, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang berdaya saing tinggi tidak dapat dilepaskan dari peran krusial Pendidikan (Nagel, 2020).

Pendidikan di Indonesia terus mengalami dinamika, beradaptasi dengan tuntutan pasar kerja yang berkembang dan kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) hadir sebagai institusi pendidikan vokasi yang strategis, dirancang untuk mencetak lulusan siap kerja, siap beradaptasi dengan industri, dan bahkan berpotensi menjadi wirausahawan (Andika et al., 2024). Pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan, termasuk program revitalisasi SMK, secara konsisten mendorong penguatan pendidikan vokasi sebagai pilar ekonomi nasional dan peningkatan daya saing bangsa di kancah global. SMK memiliki tugas utama untuk mendidik dan melatih siswa dengan pengetahuan dan keterampilan integratif guna memenuhi tuntutan dunia kerja (Aini & Purba, 2022).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah

Nomor 4 Tahun 2022, setiap satuan pendidikan wajib memenuhi Standar Nasional Pendidikan yang mencakup standar kompetensi lulusan, isi, proses, penilaian, pendidik dan tenaga kependidikan, pengelolaan, pembiayaan, serta sarana dan prasarana.

Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa SMK, khususnya yang berstatus swasta, masih menghadapi tantangan serius dalam menarik minat calon siswa baru. Persaingan antar lembaga pendidikan sangat ketat, baik dengan SMK negeri yang umumnya memiliki fasilitas lebih lengkap, tenaga pendidik lebih banyak, dan biaya relatif terjangkau, maupun dengan SMK swasta lain yang menawarkan keunggulan berbeda (Asbar et al., 2022). Kondisi ini semakin diperparah dengan adanya stigma yang memandang pendidikan kejuruan kurang menjanjikan dibandingkan sekolah umum atau jurusan populer lainnya. Persepsi negatif ini seringkali mempengaruhi preferensi orang tua dan calon siswa dalam memilih jalur pendidikan (Sunarsih et al., 2025).

Selain itu, rendahnya minat masyarakat, khususnya Generasi Z, terhadap jurusan pertanian tidak terlepas dari masih kuatnya stigma negatif terhadap sektor pertanian. Bidang ini kerap dipersepsikan sebagai pekerjaan yang identik dengan kondisi kerja yang panas, kotor, serta membutuhkan tenaga fisik yang besar. Pandangan tersebut membuat sektor pertanian dianggap kurang menarik, baik oleh calon siswa maupun orang tua, sehingga pilihan terhadap jurusan pertanian cenderung dihindari. Apalagi di tengah arus modernisasi dan perkembangan teknologi digital, banyak siswa lebih tertarik pada bidang yang dianggap kekinian seperti teknologi informasi, bisnis digital, multimedia, atau perhotelan. Generasi

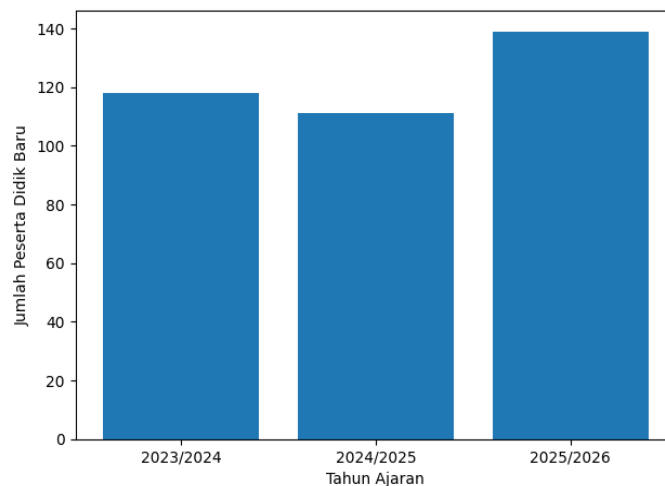
muda saat ini cenderung mencari bidang pekerjaan yang identik dengan lingkungan kerja yang nyaman, berbasis teknologi, dan memberikan status sosial yang tinggi (Anwaruddin et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan jurusan pertanian semakin tersisih dalam preferensi pendidikan generasi muda.

Fenomena ini menciptakan kesenjangan antara kebutuhan akan tenaga kerja terampil di sektor pertanian dengan minat generasi muda untuk berkecimpung di bidang tersebut. Akibatnya, banyak SMK pertanian yang mengalami kesulitan dalam menjaring siswa baru. Padahal sektor pertanian masih menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, serta ketahanan pangan nasional (BPS, 2023). Kesenjangan antara pentingnya sektor pertanian dengan rendahnya minat generasi muda untuk berkarier di bidang ini menjadi ironi yang perlu mendapat perhatian serius.

SMK Swasta Pertanian Pembangunan (SPP) Putra Jaya Stabat merupakan salah satu sekolah kejuruan berbasis pertanian yang berlokasi di Jl. Wonosari No. 59 Perdamaian, Stabat, Kabupaten Langkat. Sebagai sekolah vokasi yang menekankan pada keterampilan pertanian, SMK SPP Putra Jaya Stabat memiliki potensi besar dalam mencetak lulusan siap kerja di sektor agrikultur maupun agroindustri. Sekolah ini telah memperoleh akreditasi A, sebuah indikator formal yang menunjukkan bahwa mutu penyelenggaraan pendidikan, termasuk aspek kurikulum, tenaga pendidik, serta dukungan sarana dan prasarana, telah memenuhi standar nasional pendidikan. Sekolah ini didukung oleh sarana dan prasarana pembelajaran yang lengkap dan memadai, berupa ruang kelas yang layak,

laboratorium praktik pertanian, lahan praktik pertanian, alat mesin praktik pertanian, perpustakaan dengan koleksi sumber belajar, ruang administrasi sekolah, ruang guru, fasilitas olahraga, serta fasilitas penunjang lain yang relevan dengan kebutuhan kurikulum vokasi yang diterapkan.

Gambar 1.1 Grafik Penerimaan Peserta Didik Baru 3 Tahun Terakhir



Sumber: Arsip data administrasi pesertadidik oleh staf tata usaha SMK SPP Putra Jaya Stabat

Berdasarkan data administrasi yang diperoleh dari staf tata usaha sekolah, jumlah penerimaan peserta didik baru (kelas X) SMK Swasta Pertanian Pembangunan Putra Jaya Stabat dalam tiga tahun terakhir menunjukkan kondisi yang belum stabil. Pada tahun ajaran 2023/2024 jumlah siswa baru tercatat 118 orang, kemudian menurun menjadi 111 orang pada tahun ajaran 2024/2025, dan kembali meningkat menjadi 129 orang pada tahun ajaran 2025/2026.

Perubahan jumlah ini menunjukkan bahwa minat calon siswa terhadap sekolah belum konsisten dari tahun ke tahun. Penurunan yang terjadi mengindikasikan bahwa upaya promosi sekolah belum sepenuhnya mampu menjangkau calon peserta didik secara berkelanjutan.

Sementara, peningkatan yang terjadi di tahun berikutnya menunjukkan adanya potensi dari strategi promosi yang mulai berjalan, meskipun belum stabil. Jika dibandingkan dengan target penerimaan siswa baru yang ditetapkan sekolah sebanyak 200 siswa setiap tahun, capaian tersebut masih jauh dari harapan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa meskipun sekolah telah memiliki fasilitas yang memadai dan akreditasi yang baik, minat calon siswa baru untuk memilih sekolah ini masih rendah.

Rendahnya minat siswa baru tersebut menjadi persoalan krusial yang harus segera diatasi. Tanpa jumlah siswa yang memadai, keberlanjutan operasional sekolah akan terancam, termasuk dalam hal pembiayaan, pengembangan program, dan kualitas pembelajaran. Dalam konteks ini, strategi komunikasi pemasaran menjadi sangat penting sebagai sarana untuk mengubah persepsi negatif, membangun citra positif sekolah, dan menarik minat calon siswa.

Komunikasi pemasaran yang efektif dapat menyampaikan informasi tentang keunggulan sekolah, prospek lulusan, dan nilai tambah yang ditawarkan kepada calon peserta didik dan orang tua. Strategi komunikasi pemasaran yang dirancang secara terencana dan berkelanjutan memungkinkan sekolah membangun kepercayaan publik dan meningkatkan daya tarik sekolah di mata masyarakat (Darul et al., 2023).

Gambar 1.2 Media Promosi SMK SPP Putra Jaya Stabat melalui Instagram dan Brosur PPDB



Sumber: https://www.instagram.com/smks_spp_putra_jaya_stabat

Observasi awal menunjukkan bahwa sekolah telah berupaya menggunakan media sosial, Akun instagram @smks_spp_putra_jaya_stabat memiliki 87 postingan, 466 pengikut, dan mengikuti 28 akun lain. Jumlah pengikut yang relatif sedikit ini menjadi salah satu indikator bahwa jangkauan komunikasi sekolah masih terbatas. Selain itu, belum diketahui secara pasti strategi komunikasi pemasaran apa saja yang telah diterapkan sekolah, bagaimana pelaksanaannya, serta sejauh mana efektivitasnya dalam menarik minat calon siswa baru.

Sejauh ini, belum adanya analisis akademik mendalam terkait strategi komunikasi pemasaran SMK pertanian swasta di Kabupaten Langkat menjadikan penelitian ini memiliki posisi penting dalam memberikan kontribusi ilmiah. Penelitian terkait strategi komunikasi pemasaran pada sekolah lebih banyak dilakukan di sekolah umum atau sekolah besar di wilayah perkotaan.

Sementara penelitian pada SMK pertanian swasta di daerah masih sangat terbatas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai praktik komunikasi pemasaran sekolah berbasis pertanian di daerah, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat siswa

baru, serta memberikan rekomendasi strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan minat calon siswa di masa depan.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih dalam tentang "Strategi Komunikasi Pemasaran SMK Swasta Pertanian Pembangunan Putra Jaya Stabat Dalam Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru."

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan SMK Swasta Pertanian Pembangunan Putra Jaya Stabat dalam menarik minat calon siswa baru?
2. Bagaimana hambatan komunikasi dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran tersebut?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pemusatan fokus kepada intisari penelitian yang akan dilakukan. Mengingat luasnya cakupan masalah dalam studi kasus pembahasan mengenai komunikasi pemasaran, maka penulis memfokuskannya pada

1. Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan SMK Pertanian Pembangunan Putra Jaya Stabat dalam menarik minat calon siswa baru, melalui : *Advertising, Salles Promotion, Public Relation & Publicity, Personal Selling, Direct Marketing, Digital Marketing*
2. Hambatan komunikasi dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat calon siswa baru, meliputi: hambatan teknis, hambatan semantik, hambatan psikologi dan hambatan fisik.

1.4 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian harus mempunyai tujuan yang jelas. Hal ini diperlukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya dicari peneliti sehingga memberikan arahan dalam melangkah sesuai dengan maksud penelitian. Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan SMK Pertanian Pembangunan Putra Jaya Stabat dalam menarik minat calon siswa baru.
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan hambatan komunikasi dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat calon siswa baru.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian proposal ini maka manfaat dari penelitian ini adalah berdasarkan:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Dapat menjadikan bahan perbandingan bagi peneliti berikutnya untuk lebih menyempurnakan penelitian yang sama.
2. Menjadi sumber informasi bagi pembaca untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada sekolah SMK khususnya swasta dalam menarik minat calon peserta didik.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan sumber informasi bagi institusi Pendidikan untuk mengetahui Strategi pemasaran yang tepat pada SMK khususnya Swasta dalam menarik minat siswa baru untuk mempertahankan eksistensinya.
2. Memberikan sumber informasi dan menambah wawasan bagi pengembangan ilmu komunikasi untuk mengetahui teori dan praktik dilapangan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang lebih luas.