

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Keterlibatan pelajar merupakan aset penting dalam menilai keberhasilan pengejaran pendidikan dan keberlanjutan lembaga akademik (Slameto, 2010). Persaingan antar entitas pendidikan tidak diragukan lagi meningkat, disertai dengan berbagai kebijakan baru-baru ini, seperti sistem zonasi; dengan demikian, upaya untuk menarik dan mempertahankan minat calon siswa baru menghadirkan tantangan yang signifikan bagi sekolah dan perguruan tinggi (Fattah, 2020). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa minat calon pelajar baru dibentuk oleh pengaruh internal dan eksternal, termasuk persepsi publik tentang kualitas kelembagaan, strategi pemasaran pendidikan, dan kesiapan lembaga untuk menyediakan fasilitas dan kurikulum yang selaras dengan tuntutan pasar kerja atau kemajuan masyarakat (Tilaar, 2012). Akibatnya, mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mendorong atau menghambat minat calon pelajar baru adalah inisiatif strategis yang penting untuk merumuskan kebijakan dan mengembangkan program masa depan dalam lembaga pendidikan.

Manajemen pendidikan yang efektif sangat penting untuk menavigasi lanskap kompetitif di antara entitas pendidikan. Lembaga pendidikan khusus, seperti seminari, misalnya, memerlukan upaya khusus untuk melestarikan karakteristik unik mereka sambil tetap relevan dengan kebutuhan peserta didik. Seminari Menengah berfungsi sebagai sekolah calon imam, didirikan untuk menumbuhkan

sistem pendidikan universal dan adil bagi mereka yang mempersiapkan imamat. Dengan demikian, kerangka pendidikan dalam Seminari Menengah didasarkan pada fondasi pendidikan tunggal. Sebagai lembaga yang berafiliasi dengan Gereja Katolik, komponen inti dari sistem pendidikan di Seminari Menengah diatur oleh peraturan yang ditetapkan oleh Kepausan Gereja Katolik di Kota Vatikan, Roma (Setyawan, 2016).

Istilah seminari berasal dari kata Latin semen-seminis (bibit), dan seminarium (kebun bibit). Penafsiran literal seminari mengacu pada persemaian atau tempat pembentukan (*formatio*) individu-individu yang ditakdirkan untuk penahbisan atau kehidupan klerikal. Akibatnya, seminari dapat dipahami sebagai tempat pengasuhan bibit, tempat penanaman benih. Dengan demikian, seminari menandakan ruang/sekolah gabungan yang menggabungkan tempat tinggal sebagai tempat untuk belajar dan tinggal, di mana benih panggilan imamat yang tertanam dalam individu muda dibudidayakan dengan hati-hati selama suatu periode, di bawah gaya hidup dan pedoman instruksional yang berbeda, dengan dukungan staf pengajar dan pelatih, biasanya terdiri dari para imam (Suparto et al, 2016).

Sekolah Menengah Seminari St. Rafael Kupang tidak diragukan lagi memiliki karakteristik yang unik dalam pengelolaan sebuah lembaga pendidikan. Di samping beberapa faktor penting yang akan diperiksa dalam penelitian ini, elemen utama yang penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi mana pun, termasuk entitas pendidikan, adalah citra lembaga atau identitas perusahaan. Gambar ini tidak berwujud dan tidak dapat diukur secara langsung, namun dapat disimpulkan dari persepsi positif dan negatif yang muncul dari publik dan

komunitas yang lebih luas (Ruslan, 2005:74). Dalam konteks ini, hubungan masyarakat memainkan peran penting. Hubungan masyarakat bertindak sebagai jembatan antara organisasi dan audiensnya. Tujuan dari hubungan masyarakat adalah untuk menumbuhkan hubungan yang menguntungkan yang membentuk citra organisasi. Oleh karena itu, upaya strategis dan berkelanjutan dari hubungan masyarakat, yang mencakup komunikasi internal dan eksternal, dirancang untuk menumbuhkan niat baik dan saling pengertian untuk membangun citra positif di mata audiens yang dituju.

Selain mengeksplorasi pentingnya citra institusi, keterlibatan siswa terkait erat dengan ketersediaan fasilitas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:405), fasilitas didefinisikan sebagai sarana yang memungkinkan pelaksanaan atau penyediaan layanan. Dalam kerangka unit pendidikan, fasilitas mengacu pada sumber daya dan infrastruktur yang mempengaruhi hasil pembelajaran. Fasilitas pembelajaran harus selaras dengan tujuan pendidikan siswa, metode, dan penilaian minat. Penerapan fasilitas pembelajaran yang efektif dan efisien sangat penting dalam proses pengajaran di sekolah.

Selain memastikan fasilitas pembelajaran yang memadai, penting untuk tidak mengabaikan lingkungan sekolah dalam kaitannya dengan minat siswa. Komunitas berfungsi sebagai bentuk lembaga pendidikan yang paling kuno. Lingkungan adalah pengaturan awal di mana seorang anak terlibat dengan pendidikan, bertindak sebagai media alami untuk belajar. Kamus Bahasa Indonesia (2008) menjelaskan bahwa lingkungan berfungsi sebagai sumber pembelajaran yang mencakup elemen fisik dan sosial. Lingkungan fisik meliputi perpustakaan, museum, buku, pasar, dan

sekolah. Lingkungan sosial terdiri dari interaksi keluarga dan komunitas. Lingkungan pengasuhan menumbuhkan kebiasaan positif dan pengembangan karakter, sementara lingkungan yang merugikan mengarah pada kebiasaan dan sifat karakter negatif.

Aspek terakhir yang perlu dipertimbangkan ketika mengeksplorasi kepentingan pelajar baru pasti berkaitan dengan strategi promosi yang digunakan oleh lembaga pendidikan. Strategi ini adalah tindakan yang progresif (terus berkembang) dan berkelanjutan, dirancang dengan perspektif harapan pelanggan di masa depan dalam pikiran. Strategi dimulai dengan kemungkinan potensial dan bukan hanya mencerminkan realitas saat ini (Umar, 2013:16). Sebaliknya, promosi mewakili aliran informasi persuasif searah yang bertujuan membimbing individu atau organisasi untuk terlibat dalam pertukaran dalam ranah pemasaran (Rewoldt, 1995:01). Akibatnya, strategi promosi adalah tindakan berkelanjutan yang dilakukan oleh organisasi untuk mendorong individu untuk terlibat dalam pertukaran yang selaras dengan harapan pelanggan.

Sekolah Menengah Seminari St. Rafael Kupang berfungsi sebagai institusi bagi calon imam Katolik sekaligus melaksanakan strategi promosi. Sepanjang perkembangannya, sekolah telah melakukan banyak inisiatif untuk menerapkan berbagai taktik promosi yang bertujuan menarik peserta pendidikan. Sekolah telah berusaha untuk mengadopsi campuran promosi. Instrumen promosi dikategorikan menjadi empat bagian (Darmesta, 2002:245), yang meliputi iklan, promosi penjualan, publikasi, dan penjualan pribadi. Hal ini terbukti dari inisiatif sekolah untuk menyebarkan informasi secara luas melalui media tradisional seperti surat

kabar dan majalah, serta melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, yang secara konsisten diperbarui melalui akun resmi sekolah. Selain memberikan informasi tepat waktu melalui media ini, sekolah juga menyoroti lulusannya sebagai sarana promosi penjualan yang efektif.

Setelah melakukan pengamatan dan pengumpulan data awal di SMA Seminari St. Rafael Kupang, tercatat bahwa angka minat peserta pendidikan baru selama empat tahun terakhir telah menunjukkan fluktuasi. Tabel berikut menampilkan data persentase yang mencerminkan minat peserta pendidikan baru selama empat tahun terakhir:

Tabel 1.1
Data Jumlah Peserta Didik Baru

No	Tahun Ajaran	Jumlah Pendaftar (orang)	Jumlah Diterima (orang)
1.	2022/2023	41 Orang	41 Orang
2.	2023/2024	53 Orang	53 Orang
3.	2024/2025	42 Orang	42 Orang
4.	2025/2026	49 Orang	49 Orang

Sumber : SMA Seminari St. Rafael Kupang, 2025

Pada tabel yang disajikan di atas, Anda dapat mengamati isu-isu mengenai minat siswa baru di SMA Sto Seminary. Rafael Kupang divalidasi melalui data empiris tentang Penerimaan Pelajar Baru (PPDB) selama empat tahun terakhir. Sementara sekolah telah berhasil mempertahankan tingkat penerimaan 100% untuk mendaftar setiap tahun, data ini mengungkapkan fluktuasi dan ketidakkonsistenan minat dari calon peserta didik. Selama Tahun Ajaran 2022/2023, jumlah pendaftar didokumentasikan sebesar 41 individu. Angka ini mengalami peningkatan yang

signifikan menjadi 53 individu pada Tahun Ajaran 2023/2024. Namun demikian, tren yang menggembirakan ini tidak bertahan, karena Tahun Ajaran 2024/2025 mencatat penurunan tajam menjadi hanya 42 individu—hampir kembali ke tingkat dua tahun sebelumnya. Variasi ini menyiratkan bahwa daya tarik sekolah tidak konsisten dan rentan terhadap faktor eksternal dan internal yang belum diidentifikasi secara meyakinkan. Meskipun minat 49 individu sedikit meningkat pada Tahun Ajaran 2025/2026, perjuangan institusi untuk mempertahankan tren kenaikan jumlah pendaftaran ini mencerminkan tantangan yang signifikan. Fluktuasi angka pendaftaran ini menunjukkan kebutuhan mendesak untuk penelitian komprehensif tentang variabel-variabel yang mempengaruhi minat pelajar baru, seperti citra lembaga, fasilitas, lingkungan sekolah, dan strategi promosi.

Studi ini didasarkan pada kesenjangan penelitian yang diidentifikasi dari penyelidikan sebelumnya. Menganalisis faktor eksternal dan internal yang digunakan institusi untuk menarik pelajar baru, temuan dari penelitian empiris mengungkapkan kontradiksi penting, menciptakan kesenjangan penelitian yang substansif. Dalam hal Citra Kelembagaan, beberapa penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Citra Sekolah memberikan efek positif dan signifikan pada proses pengambilan keputusan atau tingkat minat calon siswa (Ahidin, 2021; Yustika, 2024; Fauzie & Abidin, 2023; Krisbiyanto & Nadhifah, 2022). Namun, faktor citra ini sering dibayangi atau dikurangi oleh pertimbangan lain, seperti biaya pendidikan, yang juga terbukti signifikan dalam pengambilan keputusan siswa (Ahidin, 2021). Kontradiksi serupa diamati mengenai variabel Fasilitas. Penelitian

menunjukkan bahwa fasilitas pendidikan secara signifikan berdampak pada penerimaan siswa baru, menekankan bahwa ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan daya tarik utama (Habibi, 2024). Namun, studi lain yang memeriksa fasilitas dalam kaitannya dengan keputusan seleksi siswa menemukan pengaruh variabel ini menjadi dapat diabaikan ketika ditimbang dengan faktor lain, seperti lokasi atau kualitas layanan, yang dianggap lebih kritis (Angelina, 2023). Inkonsistensi dalam temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh setiap variabel tidak absolut tetapi sangat dipengaruhi oleh konteks waktu, lokasi, dan variabel lain yang dinilai secara bersamaan.

Kesenjangan penelitian juga muncul dari kendala model yang diperiksa dalam penelitian sebelumnya. Sebagian besar penelitian berkonsentrasi pada pengujian terbatas atau kombinasi hanya dua hingga tiga variabel, seperti hubungan antara Citra dan Lokasi (Krisbiyanto & Nadhifah, 2022), Promosi dan Fasilitas (Habibi, 2024), atau strategi pemasaran kualitatif (Asy'ari & Indri, 2024; Sibagariang et al., 2023; Shobri et al., 2022). Belum ada penelitian kuantitatif yang telah mengintegrasikan dan menilai dampak simultan dari empat variabel independen kunci—yaitu Citra Institusi, Fasilitas, Lingkungan Sekolah, dan Strategi Promosi—pada Minat Pelajar Baru dalam satu model struktural komprehensif. Melakukan pengujian parSIAL berisiko menghasilkan kesimpulan yang bias karena mengabaikan interaksi dan efek kumulatif dari faktor-faktor yang menentukan minat. Selanjutnya, wawasan terkait dengan strategi promosi seperti pemasaran digital dan bauran pemasaran, yang telah diidentifikasi secara kualitatif (Sha'adah, 2024; Wicaksono, 2021; Mashudi et al., 2020), memerlukan kuantifikasi dan

validasi signifikansinya di samping variabel gambar, fasilitas, dan lingkungan sekolah. Mengingat kontradiksi dalam hasil dan kesenjangan dalam model ini, penelitian ini relevan dan penting untuk menilai pengaruh simultan dan parsial dari kelima variabel ini secara terintegrasi di Sekolah Menengah Seminari St. Rafael Kupang, sehingga menawarkan kontribusi teoritis dan rekomendasi manajerial yang lebih komprehensif dan tepat.

Dengan demikian, dari keempat variabel di atas peneliti mencoba menelusuri seberapa jauh dampaknya terhadap Minat Peserta Didik Baru melalui judul proposal “Pengaruh Citra Lembaga, Fasilitas, Lingkungan Sekolah dan Strategi Promosi terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang”

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka peneliti merumuskan persoalan – persoalan tersebut sebagai berikut :

1. Bagaimana Persepsi responden tentang Citra Lembaga, Fasilitas, Lingkungan Sekolah, Strategi Promosi dan Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang?
2. Apakah Citra Lembaga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang?
3. Apakah Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang?

4. Apakah Lingkungan Sekolah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang?
5. Apakah Strategi Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang?
6. Apakah Citra Lembaga, Fasilitas, Lingkungan Sekolah dan Strategi Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Persepsi responden tentang Citra Lembaga, Fasilitas, Lingkungan Sekolah dan Strategi Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang.
2. Pengaruh Citra Lembaga secara parsial terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang.
3. Pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang.
4. Pengaruh Lingkungan Sekolah secara parsial terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang.
5. Pengaruh Strategi Promosi secara parsial terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang.

6. Pengaruh Citra Lembaga, Fasilitas, Lingkungan Sekolah dan Strategi Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Peserta Didik Baru pada SMA Seminari St. Rafael Kupang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Manajemen Strategi di lingkungan Seminari Menengah.

Kontribusi teoritis ini berfokus pada pengujian model struktural komprehensif yang mengintegrasikan secara simultan pengaruh dari Citra Lembaga, Fasilitas, Lingkungan Sekolah, dan Strategi Promosi terhadap Minat Peserta Didik Baru. Hasil penelitian akan memberikan pemahaman yang lebih akurat mengenai interaksi antar variabel yang relevan dengan konteks institusi pendidikan keagamaan yang unik, sehingga memperkaya teori pemasaran dan manajemen pendidikan berbasis nilai dan identitas lembaga.

2. Bagi pengembangan ilmu manajemen pendidikan

Penelitian ini juga menjadi referensi penting bagi mahasiswa Program studi Magister Manajemen, khususnya pada konsentrasi Manajemen Pendidikan, untuk melakukan penelitian sejenis di masa mendatang. Sumbangan ini berupa model empiris kuantitatif yang menguji research gap pada studi-studi terdahulu, terutama dengan menggunakan model struktural terpadu yang jarang diaplikasikan dalam konteks lembaga pendidikan.

3. Bagi para pengambil kebijakan atau praktisi di lembaga pendidikan lain.

Temuan mengenai signifikansi variabel seperti Citra Lembaga, Fasilitas, dan Strategi Promosi akan menjadi landasan pengetahuan bagi sekolah-sekolah umum maupun khusus (seperti seminari) untuk merumuskan kebijakan yang lebih holistik, akurat, dan terukur dalam upaya mereka menarik dan mempertahankan minat calon peserta didik baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pihak manajemen sekolah.

Penelitian ini memberikan rekomendasi manajerial yang akurat mengenai variabel mana yang paling berpengaruh terhadap Minat Peserta Didik Baru (Citra, Fasilitas, Lingkungan, atau Promosi), sehingga sekolah dapat memfokuskan sumber daya finansial dan non-finansialnya secara optimal. Manfaat utamanya adalah meningkatkan Citra Lembaga dan Fasilitas serta penajaman Manajemen Strategi dalam menarik minat Orang Tua dan calon peserta didik.

2. Bagi para guru dan staf pendidik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan praktis mereka dalam menerapkan manajemen strategi dan promosi yang efektif. Dengan memahami faktor-faktor penentu minat, guru dapat lebih sadar akan perannya dalam meningkatkan Citra Lembaga dan fasilitas serta memperbaiki Lingkungan Sekolah melalui kinerja dan disiplin mereka. Hal ini akan mendorong perbaikan pada kualitas layanan dan interaksi, yang merupakan elemen penting dalam menarik minat orang tua peserta didik.

3. Bagi masyarakat luas khususnya orang tua calon peserta didik

Penelitian ini menyajikan informasi yang transparan dan teruji secara ilmiah mengenai faktor-faktor yang benar-benar memengaruhi kualitas dan daya tarik sekolah. Informasi yang terperinci mengenai Fasilitas dan Lingkungan Sekolah serta Citra Lembaga yang akan diukur, akan membantu orang tua dalam mengambil keputusan yang lebih rasional dan tepat ketika memilih lembaga pendidikan terbaik bagi anak-anak mereka.