

## UPAYA PENGUATAN PADA PENYERAPAN JUMLAH LULUSAN YANG DITERIMA BEKERJA DI INDUSTRI TERHADAP MINAT PESERTA DIDIK PADA LEMBAGA PENDIDIKAN (*OUTPUT* MEMPENGARUHI *INPUT*)

Ali Khamdilah<sup>1\*</sup>, Sulida Erliyana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknologi Rekayasa Permesinan Kapal, Politeknik Bumi Akpelni  
Jl. Pawiyatan Luhur II/17, Bendan Duwur, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang

<sup>2</sup>Program Studi Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga, Politeknik Bumi Akpelni,  
Jl. Pawiyatan Luhur II/17, Bendan Duwur, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang

\*E-mail : [alikhamdilah@akpelni.ac.id](mailto:alikhamdilah@akpelni.ac.id)

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara output (lulusan yang diterima bekerja di Industri atau dunia kerja) dengan input (minat peserta didik terhadap lembaga pendidikan) dengan latar belakang terjadinya penurunan jumlah peserta didik yang berminat masuk ke lembaga pendidikan dimana hal tersebut akan berdampak terhadap kondisi operasional lembaga pendidikan. Dengan pokok masalah yaitu Kemampuan masyarakat membaca peluang lulusan dari lembaga pendidikan terhadap kebutuhan industri atau dunia kerja dimana Kepuasan pelanggan merupakan bagian yang sangat mempengaruhi dalam menentukan minat peserta didik terhadap lembaga pendidikan. Kesimpulan yang didapat bahwa peluang bagi banyaknya lulusan yang diterima bekerja di perusahaan merupakan nilai positif bagi lembaga pendidikan dalam mendapatkan minat masyarakat terhadap pilihan lembaga pendidikan, Kemampuan masyarakat dalam membaca peluang terhadap kebutuhan industri dimana lulusan lembaga pendidikan tidak menunggu cukup lama untuk bekerja di dunia kerja dan harus mampu menjembatani antara keinginan dan harapan masyarakat tentang mutu lulusan yang dibutuhkan di industri. Pengaruh hasil keluaran (lulusan yang diterima bekerja di Industri atau dunia kerja) sangat mempengaruhi pada masukan (minat peserta didik terhadap lembaga pendidikan).

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Capaian Mutu, Kebutuhan Dunia Industri

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the relationship between output (graduates accepted to work in industry or the world of work) and input (students' interest in educational institutions) against the background of a decrease in the number of students who are interested in entering educational institutions. Besides, this will impact the operational conditions of educational institutions. The main problem is the ability of the community to read opportunities for graduates from educational institutions to the needs of industry or the world of work where customer satisfaction is a very influential part in determining students' interest in educational institutions. The conclusion is that the opportunity for many graduates to be accepted to work in companies is a positive value for educational institutions in gaining public interest in the choice of educational institutions. The ability of the community to read opportunities for industrial needs is where graduates of educational institutions do not wait long enough to work in the world of work and must be able to bridge the gap between the wishes and expectations of the community regarding the quality of graduates needed in the industry. The influence of the output (graduates accepted to work in industry or the world of work) dramatically influences the input (students' interest in educational institutions).*

**Keywords:** Customer Satisfaction, Quality Achievement, Industrial World Needs

## PENDAHULUAN

Terpenuhinya jumlah peserta didik yang masuk pada lembaga pendidikan merupakan target dari manajemen pengelolaan bisnis pendidikan, tidak

dipungkiri bahwa persaingan antar lembaga pendidikan merupakan hal yang selalu dijumpai, dikarenakan hal tersebut merupakan bagian bentuk strategi informasi kepada masyarakat terhadap pengakuan mutu serta kualitas lembaga pendidikan.

Secara tidak langsung hal tersebut dilakukan bertujuan agar mendapatkan tempat di hati dalam menarik minat masyarakat terutama peserta didik terhadap lembaga pendidikan. Menggiatkan kegiatan promosi yang dikemas dengan hal-hal menarik merupakan bentuk kegiatan yang lebih spesifik dari kelanjutan persaingan antar lembaga pendidikan dalam mempengaruhi minat peserta didik terhadap pilihan yang diinginkan pada lembaga pendidikan. Tidak terpenuhinya jumlah minat peserta didik pada lembaga pendidikan akan berdampak terhadap kondisi operasional lembaga pendidikan, dimana biaya operasional lembaga pendidikan rata-rata sebagian besar menggunakan dana dari peserta didik. Beberapa hal mendasar tentang lembaga pendidikan terhadap pembacaan lulusan.

- 1 Lembaga pendidikan harus mampu membaca orientasi pasar terhadap lulusan
- 2 Lembaga pendidikan harus mampu membaca tentang pengakuan pasar terhadap lulusan

Dua hal tersebut merupakan kondisi yang harus dimiliki oleh lembaga pendidikan sebagai strategi dalam menyakinkan peserta didik dalam menentukan pilihannya. Kemampuan masyarakat dalam membaca peluang lulusan terhadap kebutuhan industri dunia kerja menjadi prioritas utama bagi lembaga pendidikan untuk mewujudkan keinginan masyarakat kedepannya. Kepuasan pelanggan merupakan bagian yang sangat mempengaruhi dalam menentukan minat peserta didik terhadap lembaga pendidikan.

Jhingan (1996), menyebutkan bahwa analisis *input output* juga merupakan variasi terbaik keseimbangan umum yang mempunyai tiga unsur utama. Pertama, melalui analisis *input output* memusatkan perhatiannya pada perekonomian dalam keadaan seimbang. Kedua, tidak memusatkan perhatian pada analisis permintaan tetapi masalah teknis produksi. Ketiga, analisis ini didasarkan pada penelitian empiris.

Tiga unsur pengelolaan lembaga pendidikan meliputi :

- 1 *Input* / masukan  
Mengenalkan lembaga pendidikan terhadap masyarakat dengan keunggulan yang dimiliki, seperti sarana prasarana yang baik, kualitas pendidikan, biaya pendidikan dan lain-lain.
- 2 Proses  
Pengelolaan pendidikan yang dilakukan lembaga pendidikan pada proses pembelajaran serta pendukung-pendukung yang digunakan dengan standar pendidikan dan keinginan ataupun harapan dari dunia industri tentang materi yang disuguhkan dengan harapan lulusan nantinya memiliki kemampuan bersaing di dunia industri.
- 3 *Output* / keluaran  
Hasil yang didapat dari proses pengelolaan dari lembaga pendidikan adalah kualitas suatu produk lulusan yang diinginkan pangsa pasar.

Tiga hal tersebut harus dapat bekerja secara berkesinambungan dengan tujuan akhir yaitu mendapatkan capaian lulusan yang diminati dunia industri.

Untuk mendapatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan rata-rata kebiasaan yang dilakukan yaitu dengan cara menggiatkan unsur promosi secara besar-besaran. adapun dampak yang terjadi memang akan mengalami kenaikan minat peserta didik terhadap lembaga pendidikan tetapi seiring waktu minat tersebut akan mengalami penurunan, jika keluaran (*output*) lulusan yang diterima dunia kerja tidak bisa terpenuhi maka akan menjadi persoalan yang berdampak terhadap masukan (*input*) yaitu terhambatnya minat masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan yang diharapkan.

## LANDASAN TEORI

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver, dalam buku J. Supranto (2006), Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya.

J. Supranto (2006), menyatakan harapan pengguna jasa dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji informasi pemasar dan saingannya. Pengguna jasa yang puas akan setia lebih lama, kurang *sensitive* terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila yang diharapkan oleh pelanggan tersebut sesuai dengan kenyataan / hasil kinerja perusahaan (Citra M dkk , 2013).

### **Kualitas Produk Penjaminan Mutu Dalam Menjaga Kualitas Lulusan**

Menurut J Supranto, Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar atau strategi untuk terus tumbuh. (Citra M dkk , 2013). Penjaminan mutu atau *quality assurance* merupakan suatu sistem dalam manajemen mutu. Manajemen mutu itu sendiri merupakan suatu cara dalam mengelola suatu organisasi yang bersifat komprehensif dan terintegrasi. (Meirawan D, 2010). Manajemen mutu diarahkan dalam rangka a) memenuhi kebutuhan konsumen secara konsisten, dan b) mencapai peningkatan secara terus menerus dalam setiap aspek aktivitas organisasi (Tenner dan Dtoro, 1992). Menjaga suatu kualitas produk diperlukan suatu panduan yang telah dibuat sebelumnya berdasarkan masukan dari beberapa pihak terkait yang dirasa sangat mendukung terwujudnya kualitas produk yang baik. Penjaminan mutu adalah suatu sistem yang bekerja untuk mengawal semua kegiatan yang berhubungan dengan kualitas produk sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Standarisasi adalah proses perencanaan, penetapan, penerapan, dan pengawasan standar dan dilaksanakan secara teratur oleh setiap pihak (Presiana, 2017)

### **Industri Kerja**

Industri adalah sekumpulan perusahaan yang melakukan kegiatan yang sejenis atau menghasilkan barang-barang yang homogen (Foengsitanjoyo dkk, 2016). Menurut UU RI tahun 1984 pasal 1 tentang perindustrian mengatakan bahwa industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi menjadi barang yang bernilai ekonomi yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. (UU RI No.5 tahun 1984).

Industrialisasi tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia dan kemampuan memanfaatkan secara optimal sumberdaya alam dan sumberdaya lainnya. Hal ini berarti pula sebagai suatu usaha untuk meningkatkan produktivitas tenaga manusia disertai untuk meluaskan ruang lingkup kegiatan manusia (Foengsitanjoyo dkk, 2016)

### **METODE**

Metode yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan sistem *observasi* dan wawancara terhadap minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan sebagai tempat rujukan dalam mendapatkan pendidikan. Metode tersebut digunakan untuk mendapatkan data informasi tentang keinginan dan harapan dari masyarakat dalam menentukan minat masuk ke suatu lembaga pendidikan. Data informasi tersebut kemudian dibandingkan dengan lulusan yang diterima bekerja untuk mendapatkan benang merah faktor - faktor paling dominan yang mendasari minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan sebagai tempat rujukan serta mendapatkan pendidikan yang tepat yang diinginkan dunia industri. Mania, S (2008), menyatakan bahwa observasi merupakan suatu metode dalam menghimpun suatu data yang didapatkan ketika melakukan proses pengamatan terhadap fenomena yang telah diamati dan dilakukan secara sistematis.

Selanjutnya Mania menyatakan tentang jenis-jenis observasi yaitu (1) Observasi yang dilakukan dengan partisipasi pengamat, (2) Observasi yang dilakukan tanpa partisipasi pengamat, (3) Observasi quasi partisipasi. Sugiyono (2006), menyatakan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Terjadinya penurunan jumlah minat peserta didik pada lembaga pendidikan**

Promosi merupakan bentuk media komunikasi yang dilakukan lembaga pendidikan dalam bentuk informasi-informasi kepada peserta didik. Strategi pada sistem promosi rata-rata akan menyajikan serta menyuguhkan perihal yang menarik bagi calon peserta didik dengan tujuan mendapatkan perhatian dan minat dari peserta didik. Kesuksesan dalam menggiatkan promosi secara bertahap akan meningkatkan jumlah peminat untuk masuk ke lembaga pendidikan, tetapi hal tersebut bukan merupakan suatu jalan keluar karena tidak memerlukan waktu cukup lama minat konsumen akan mengalami penurunan, dimana Salah satu faktor mendasar yang mempengaruhi penurunan minat peserta didik terjadi dikarenakan lembaga pendidikan tidak mampu menjembatani keinginan dan harapan masyarakat tentang lulusan yang diterima bekerja di dunia industri. Fenomena yang sering terjadi terhadap pengelola pendidikan dimana sebagian besar hanya berorientasi terhadap target capaian minat peserta didik yang masuk ke lembaga pendidikan tetapi jarang sekali pengelola pendidikan mengawal dan memperhitungkan *presentase* lulusan yang dihasilkan seperti :

- Apakah lulusan tersalurkan dengan baik untuk bekerja di dunia kerja sesuai bidangnya.
- Apakah lulusan yang dihasilkan diterima baik didunia kerja sesuai bidangnya.

- Apakah jumlah lulusan yang dihasilkan terserap dengan baik di dunia kerja sesuai bidangnya.

### **Upaya untuk mengatasi terjadinya penurunan jumlah minat peserta didik pada lembaga pendidikan**

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut bisa menggunakan metode terbalik yaitu *Output* mempengaruhi *Input*. Lulusan sebagai nilai acuan yaitu lulusan yang dihasilkan sangat dibutuhkan oleh pangsa pasar. dalam hal ini lembaga pendidikan harus bisa menyakinkan pengguna lulusan dengan pembuktian bahwa lulusan lembaga pendidikan tersebut siap dan sesuai dengan keinginan IDUKA Menjalin hubungan dengan IDUKA bagi lembaga pendidikan merupakan suatu keharusan, mengingat standar lulusan harus *match* dengan industri dunia kerja. Hubungan sinergis ditandai dengan terpenuhinya tujuan yang diinginkan dari kedua belah pihak. Jadi dalam hal tersebut pertanyaannya harus mulai digeser, dimana yang awalnya berapa banyak peserta didik yang mendaftar ke lembaga pendidikan harus digeser menjadi seberapa banyak lulusan dari lembaga pendidikan tersalurkan bekerja di dunia kerja, dengan kata lain *trend* lulusan akan diikuti pangsa pasar (peserta didik). Hal tersebut dilakukan sebagai upaya awal dan semangat baru bahwa prioritas lulusan yang tersalurkan didunia kerja merupakan bentuk nyata dalam menyakinkan peserta didik untuk mendaftar ke lembaga pendidikan.

### **Upaya yang dilakukan lembaga pendidikan guna menyakinkan IDUKA**

- 1 Menjalin Komunikasi secara berkelanjutan antara lembaga pendidikan dan dunia industri. Proses kemitraan dengan dunia industri tentu harus dimulai dengan melakukan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Proses komunikasi harus dilakukan secara asertif sehingga pihak industri yang dilibatkan dalam kerja sama tidak

- sekedarnya atau bahkan merasa terganggu
- 2 Kunjungan ke perusahaan secara berkala sesuai dengan bidang lulusan  
Cara komunikasi dengan berkunjung langsung merupakan cara yang paling efektif dalam hal meyakinkan kepada pihak industri berkaitan dengan kepentingan sekolah vokasi terhadap perusahaan
  - 3 Menjadikan lembaga pendidikan sebagai tempat solusi pemecahan permasalahan terhadap permasalahan - permasalahan yang muncul di industri Kemampuan lembaga pendidikan dalam melakukan pemetaan serta solusi tentang permasalahan yang muncul di industri merupakan suatu keuntungan tersendiri, dimana pada kondisi tersebut akan terjalin komunikasi yang harmonis, baik tentang strategi menyelesaikan terhadap masalah ataupun menjadi mitra kerja yang berkelanjutan dikarenakan adanya kecocokan antara industri dan lembaga pendidikan

Dengan hal-hal yang demikian industri dunia kerja secara tidak langsung akan menilai kualitas lembaga pendidikan dan lulusan secara langsung dengan data-data yang akurat. Secara bertahap kepercayaan industri dunia kerja akan tumbuh terhadap lembaga pendidikan. Kesempatan terbuka lebar bagi lulusan untuk diterima bekerja di perusahaan. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan Dirjen Vokasi Kemdikbud Wikan Sakarinto “Kemajuan industri mengajak kita untuk menerapkan konsep ‘*Bring Industry to School*’. Bukan dengan membawa peralatan mesin ke sekolah, melainkan menerapkan apa yang ada di dalamnya, yaitu *Bring Attitude, Bring Project and Bring Best Learning*,” dalam acara Peluncuran Program *Upskilling dan Reskilling* Guru Kejuruan dan Bantuan Pemerintah melalui Direktorat Kemitraan dan Penyelarasan. (Sakarinto pada Sutarso, 2021)

## KESIMPULAN

Peluang bagi lulusan yang diterima bekerja di perusahaan merupakan nilai positif bagi lembaga pendidikan dalam mendapatkan minat masyarakat terhadap pilihan kampus, kemampuan masyarakat dalam membaca peluang terhadap kebutuhan industri menjadi prioritas utama dalam menentukan minat pilihan lembaga pendidikan yang diinginkan, lembaga pendidikan harus mampu menjembatani antara keinginan masyarakat tentang mutu lulusan, serta kampus juga harus mampu memenuhi kebutuhan lulusan yang sesuai dengan keinginan dunia industri, pandangan masyarakat terhadap lulusan menjadi peran yang penting dalam menentukan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan, masyarakat sangat selektif dalam menentukan pilihan dengan harapan bahwa lulusan kampus tidak menunggu cukup lama untuk bekerja di IDUKA, sehingga pengaruh hasil keluaran sangat mempengaruhi pada masukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Citra M dkk. (2013). *Analisis kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Blackberry Internet Service Provider Telkomsel (Studi Kasus Pada 100 Pengguna Blackberry Internet Service Pada Provider Telkomsel di Kota Semarang)* Diponegoro Journal of Social and Politic, 1-7
- Foengsitanojoyo dkk. (2016). *Analisis Pengaruh Industri Besar dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya* Jurnal Ekonomi & Bisnis (229-256)
- Jhingan, M.L. (1998). *Beberapa Masalah Perencanaan Pembangunan Daerah*, Rajawali Press, Jakarta.
- Mannia, S. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Jurnal Lentera Pendidikan*, 11 (2)
- Meirawan D. (2010). *Penjaminan Mutu Satuan Pendidikan Sebagai Upaya Pengendalian Mutu Pendidikan*

*Secara Nasional dalam Otonomi Pendidikan*, Jurnal Educationist IV (2)

- Presiana, D. (2017). *Direktorat standarisasi produk pangan*. Jakarta
- Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Supranto, Johannes. (2006). *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa Pasar*. PT Asdi Mahasatya. Jakarta
- Sutarso Taat. (2021). *Komunikasi Asertif untuk Jalin Hubungan Sinergis SMK dan IDUKA*, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Jawa Tengah, <http://pdkjateng.go.id/p/cabang-dinas-wilayah-i/komunikasi-asertif-untuk-jalin-hubungan-sinergis-smk-dan-iduka>
- Tenner, A.R. dan De Toro, I.J. (1992). *Total Quality Management: three Steps To Continuous Improvement*, MA: Addison-Wesley Publishing Company.