

Optimalisasi Kerjasama Praktik Kerja Industri untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Daya Saing Lulusan SMK

Ahmad Dardiri

Universitas Negeri Malang
ahmaddardiri.um@gmail.com

Abstract: The objective of this research is to identify how industrial internship improves the school's image and enhances vocational schools' graduate competitiveness. The research was a phenomenological qualitative approach to multiple sites in five public and private vocational education schools in Malang. The data were collected through interviews, observations, and documentation. Informants were selected purposively with adequacy of the data using a snowball sampling technique. The informants include the principals, vice principals, heads of department, teachers, chairmen of the school committee, and parents. Data analysis was carried out repeatedly through the continuous collection and analysis of data. Credibility of the data was tested with triangulation techniques of data sources and peer discussion. The results of data analysis showed that the principals put the industrial internship as a system that can enhance the positive image of the school and the competitiveness of graduates through the recruitment of graduates, teaching factory, competency testing and certification.

Keywords: dual system education, school's image, graduate's competitiveness.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bagaimana optimalisasi kerjasama praktik kerja industri (prakerin) untuk meningkatkan citra sekolah dan daya saing lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Penelitian dirancang dengan pendekatan kualitatif fenomenologis multisitus pada lima SMK Unggul di kota Malang. Data penelitian dijarah melalui interview, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih secara *purposive*, dan kecukupan data digunakan teknik *snowball sampling*. Informan penelitian mencakup kepala sekolah, wakil kepala sekolah, ketua program keahlian, guru, ketua komite sekolah, dan orang tua siswa. Analisis data dilakukan secara berulang, berkesinambungan selama proses pengumpulan dan analisis data. Kredibilitas data diuji dengan teknik triangulasi sumber data dan diskusi teman sejawat. Hasil analisis data menunjukkan kepala sekolah menempatkan prakerin sebagai sistem untuk meningkatkan citra positif sekolah dan daya saing lulusan melalui rekrutmen lulusan, *teaching factory*, uji kompetensi dan sertifikasi.

Kata kunci: praktik kerja industri, citra sekolah, daya saing lulusan

Praktik Kerja Industri (Prakerin) di SMK memiliki peran strategis untuk menyiapkan tenaga kerja terampil tingkat menengah yang berkualitas tinggi sesuai kebutuhan masyarakat/industri. Meskipun banyak hasil penelitian yang menunjukkan keberhasilan prakerin, dilihat dari aspek proses dan hasil masih dirasakan kesenjangan, antara lain: (1) relevansi kurikulum sekolah dengan kebutuhan industri, (2) terbatasnya kapasitas SDM industri untuk membimbing Prakerin, (3) belum adanya perencanaan prakerin oleh industri, (4) rendahnya alokasi pendanaan untuk pengembangan Prakerin, dan (5) belum terciptanya iklim saling

menguntungkan dalam pelaksanaan Prakerin (Mahdiansyah, 2007). Prakerin sebagai implementasi kebijakan *link & match* masih terbatas pada pemenuhan formalitas pembelajaran. Substansi pembelajaran prakerin belum mendapatkan perhatian dan penanganan yang serius dari sekolah. Sundoyo, dkk. (2012) memperoleh fakta kualifikasi instruktur/pembimbing prakerin di industri sebagian besar lulusan SMA, kriteria penilaian oleh industri belum memiliki indikator yang jelas, dan hasil prakerin belum memiliki indikator yang rinci.

Pandangan masyarakat terhadap SMK masih belum banyak berubah. SMK dipandang sebagai

pendidikan menengah yang kurang bergengsi/berkualitas (Paryono, 2006). Industri sebagai pengguna lulusan SMK juga kurang percaya terhadap kualitas lulusan SMK. Masih terdapat kesenjangan kebutuhan industri dengan kualitas lulusan SMK (Sanyoto, 2008). Minat masyarakat masuk SMK juga masih rendah (Dardiri, 2010; Pimpa, 2007)

Daya saing lulusan SMK masih rendah. Hal tersebut ditunjukkan masih tingginya angka pengangguran terbuka SMK dan rendahnya daya serap industri (BPS, 2012; Roesminingsih, 2011). Kepercayaan industri terhadap SMK juga masih rendah. Menurut Sanyoto (2008) kesenjangan antara kualitas lulusan dan kebutuhan industri masih tinggi. Partisipasi industri dalam penyelenggaraan pendidikan SMK masih lemah. Siswa yang sedang praktik industri di berbagai bidang tidak memperoleh bimbingan yang memadai dari industri

Filosofi dan prinsip pendidikan kejuruan membawa implikasi agar sekolah kejuruan melakukan kerjasama pembelajaran dengan industri. Dengan kerjasama yang kuat penyiapan kualitas lulusan akan efektif dan efisien. Harris, Simons & Moore, (2005) menyatakan bahwa kerjasama yang baik dapat menyiapkan kualitas dan daya saing SMK. Pada era global dan persaingan bebas, setiap sekolah berusaha memenangkan persaingan. Kepala sekolah SMK dituntut untuk bertindak kreatif dan inovatif dalam mengkomunikasikan keunggulan sekolah kepada industri, sehingga industri memiliki kemauan mendukung program-program pendidikan SMK.

Pemerintah telah melakukan berbagai kebijakan untuk memperbaiki citra SMK melalui berbagai program (1) pengembangan kapasitas kepala sekolah, (2) pencitraan "SMK BISA" melalui mass media, (3) membangun SMK menjadi Rintisan SMK Bertaraf Internasional, (4) merubah rasio SMK : SMA dari 30 : 70 menjadi 70 : 30. Namun keefektifan dan hasil dari program-program tersebut masih dipertanyakan.

Filosofi dan prinsip-prinsip pendidikan kejuruan menuntut SMK melakukan pembelajaran di tempat kerja yang sebenarnya. Hal tersebut akan menumbuhkan kesadaran saling ketergantungan antara sekolah dan industri. Bagi sekolah manfaat kerjasama adalah: (1) meningkatkan relevansi kurikulum; (2) meringankan biaya pendidikan; (3) meningkatkan kompetensi siswa, (4) pemutakhiran materi ajar sesuai kebutuhan, dan (5) industri memperoleh informasi tentang kualitas calon tenaga kerjanya (Bailey, 2004).

Memperoleh citra positif sebagai sekolah unggul dari masyarakat dan industri merupakan bagian yang

penting bagi SMK. Keuntungan yang diperoleh sekolah berupa: (1) memberikan kemudahan SMK mencapai tujuan; (2) meningkatkan kepercayaan industri, (3) meningkatkan komitmen masyarakat pada sekolah; dan (4) memberikan kebanggaan bagi *stakeholders* pada sekolah (Dardiri: 2010, Kasali: 2003, Alma 2006). Citra terbentuk melalui proses informasi. Dengan demikian citra dapat berubah setiap saat sesuai dengan intensitas dan kredibilitas sumber informasi. Besarnya kepercayaan obyek terhadap sumber informasi merupakan salah satu dasar penerimaan atau penolakan informasi.

Harison (1995) berpendapat bahwa informasi yang lengkap tentang citra perusahaan mencakup empat hal yaitu: (1) personaliti, karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran, seperti: kedisiplinan, kejujuran, dan tanggungjawab sosial; (2) reputasi, (3) nilai, budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan; dan (4) identitas perusahaan.

Sekolah perlu mengadopsi atau mengadaptasi konsep komunikasi pemasaran seperti yang telah banyak dilakukan perusahaan modern agar masyarakat memperoleh informasi yang benar dan komprehensif tentang keunggulan sekolah. Citra sekolah mencakup lima dimensi, yaitu: (1) kepemimpinan kepala sekolah dan kualitas pendidikan, (2) kompetensi lulusan dan keberhasilan alumni, (3) sarana dan prasarana sekolah, (4) keterlibatan orang tua dan masyarakat, dan (5) karakter siswa/lulusan.

Promosi sekolah pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara sekolah dengan industri dan masyarakat tentang produk atau jasa yang disediakan oleh sekolah. Promosi bertujuan untuk membujuk *stakeholders* bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai tindakan untuk memanfaatkannya (Kertajaya, 2008: 1). Menurut Kotler (2000), promosi mencakup sembilan elemen yang terdiri atas tiga elemen strategi, tiga elemen taktik, dan tiga elemen *value* dengan *positioning, differentiation, branding* (PDB) sebagai intinya. Tiga elemen strategi adalah *segmentation, targeting, dan positioning* (STP), dengan *positioning* sebagai intinya. Tiga elemen taktik adalah *differentiation, marketing-mix, dan selling* (DMS), dengan *differentiation* sebagai intinya. Sementara tiga elemen *value* adalah *brand, service, dan process* (BSP), dengan *brand* sebagai intinya. Jadi inti strategi *marketing* dari sebuah

perusahaan/lembaga pendidikan mencakup PDB.

Globalisasi dan kemajuan IPTEK mendorong terjadinya persaingan yang ketat antar SMK dalam mencapai tujuan. Tolok ukur keberhasilan sekolah adalah dihasilkannya lulusan yang memiliki kualitas tinggi dengan indikator pencapaian prestasi akademik dan non akademik siswa dan keberhasilan lulusan di tempat kerja baik kualitas maupun kuantitasnya. Dengan kata lain tingginya kualitas dan kuantitas *output* dan *outcome* sekolah merupakan daya saing lulusan.

Kualitas *output* dihasilkan dari proses pembelajaran yang unggul. Pembelajaran yang unggul dicapai jika guru-guru secara terus menerus melakukan pembelajaran yang aktif, kreatif dan inovatif ditunjang dengan sarana dan prasarana pembelajaran yang memadai, sehingga siswa belajar dengan optimal. Pada sisi lain untuk mencapai pembelajaran yang baik diperlukan kepala sekolah yang memiliki visi yang kuat, memberi motivasi, inspirasi serta teladan dalam bekerja keras, disiplin, dan berintegritas tinggi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis dengan rancangan multisitus. Subjek penelitian adalah lima SMK di Malang yang memiliki citra positif di masyarakat sebagai sekolah unggul sebagaimana ditetapkan oleh Dinas Pendidikan Kota Malang yaitu SMKN 3 Malang, SMKN 4, SMKN 5 Malang, SMKN 6 Malang, dan SMK PGRI 3 Malang (http://www.depdiknas.rekap_school_mapping.htm). Informan kunci adalah kepala sekolah dan wakil kepala sekolah bidang humas yang menangani kerjasama/prakerin, sedangkan informan lain ditentukan berdasar hasil wawancara dengan kepala sekolah.

Peneliti hadir tanpa berperan serta dan tidak melakukan intervensi apapun terhadap fenomena yang akan diungkap. Agar diperoleh data yang alami maka peneliti melakukan wawancara dalam situasi informal, pertanyaan bersifat terbuka, dan subjek menjawab secara bebas. Kalimat dan pernyataan informan divalidasi dengan sumber kedua berupa dokumentasi dan observasi terhadap bukti dan hasil tindakan/kebijakan kepala sekolah yang diwawancarai. Agar tidak ada kalimat yang tidak tercatat maka juga digunakan alat bantu perekam (*tape recorder*). Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

Analisis data dilakukan secara berulang-

ulang dan berkesinambungan antara pengumpulan dan analisis data, baik selama pengumpulan data di lapangan maupun sesudah data terkumpul, diklasifikasi dan direduksi. Transkrip yang sudah disusun dibaca berulang-ulang dikaitkan dengan fokus penelitian. Setiap data diberikan kode untuk kemudahan pelacakan data secara bolak-balik (Bogdan & Biklen, 1982: 146, Sugiyono, 2006). Selanjutnya dilakukan analisis data lintas kasus dengan maksud membandingkan data untuk dicari persamaan dan perbedaan dari tiap kasus. Data yang diperoleh diperiksa kredibilitas dan keabsahannya dengan teknik triangulasi sumber data, *member chek*, dan diskusi teman sejawat (Bogdan & Biklen, 1982). Contoh penerapan kode dan cara membacanya sebagai berikut.

(W.A.2.1.F2)

W = wawancara A = informan utama/kepala sekolah

2 = situs (SMK X) 1 = informan ke

F2 = fokus/sub fokus pertanyaan ke 2

HASIL

Optimalisasi Kerjasama

Peningkatan daya saing lulusan dilakukan kepala sekolah dengan cara (1) mendorong dan memotivasi para guru untuk melakukan inovasi pembelajaran dan bermental wirausaha, (2) melengkapi sarana prasarana sesuai dengan kebutuhan industri sehingga dapat digunakan untuk menunjang pelaksanaan *teaching factory*, (3) secara terus menerus mengembangkan kualitas kerjasama untuk prakerin, pengembangan kurikulum berbasis industri, uji kompetensi, dan (4) secara intensif membangun komunikasi dengan *stakeholders* sekolah.

Kepala sekolah secara terus menerus memotivasi para guru untuk melakukan inovasi pembelajaran. Daya saing lulusan akan tinggi jika lulusan memiliki kompetensi sesuai kebutuhan industri. Kinerja pembelajaran menjadi prioritas utama, karena ruh kualitas pendidikan ada pada proses pembelajaran (W.A.A.1.F1; W.A.D.1.F1). Kepala sekolah memfasilitasi guru dalam berwirausaha. Setiap pembelajaran produktif dijadikan wahana untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat (W.A.1.1.F2; W.B.1.1.F2; W.C.1.1.F2). Peningkatan daya saing dimulai melalui upaya internal sekolah untuk meningkatkan pembelajaran dan menumbuhkan mental wirausaha (D.A3.B.3.F2; W.A.D.1.F2). Sikap kepala sekolah mendorong warga sekolah untuk melakukan inovasi dan

mengembangkan kreatifitas serta memotivasi untuk untuk berwirausaha. Kepala sekolah juga memberikan tantangan kepada mereka yang mau maju dan berkembang melalui unit produksi. Kepala sekolah selalu mengajak warga sekolah bekerja keras, bersemangat, dan memiliki keyakinan tinggi pada keberhasilan setiap usaha. Kepala sekolah selalu mendukung setiap gagasan bagus dari warga sekolah apalagi jika gagasan tersebut memiliki inovasi berupa berpikir lebih dari orang lain. Itulah yang menjadikan sekolah selalu inovatif. Setiap tahun selalu ada inovasi yang dihasilkan oleh guru-guru (W.A.B.1.F2; W.A.2.D.1.F2).

Pencapaian visi misi sekolah sebagai sekolah unggul menjadi isu penting yang ditawarkan kepala sekolah kepada pihak industri saat membangun kerjasama prakerin. SMK yang sudah memiliki citra (*brand image*) sebagai sekolah unggul secara konsisten melakukan promosi. Kepala sekolah memiliki pandangan bahwa barang baik pun harus tetap dipromosikan agar para pengguna memiliki informasi tentang kualitas produk sekolah terutama kualitas lulusannya. Keunggulan yang ditawarkan sekolah pada industri mencakup (1) kedisiplinan lulusan, (2) kejujuran lulusan, (3) komitmen kerja, dan (4) kompetensi keterampilannya (W.A.E.1.F3; W.S.2.E.F3; W.A.B.1.F3).

Pemanfaatan kerjasama untuk rekrutmen alumni oleh industri merupakan strategi kepala sekolah dalam meningkatkan promosi SMK pada industri. Penempatan lulusan melalui rekrutmen hasil prakerin menjadi andalan sekolah untuk menanamkan kepercayaan masyarakat (orang tua siswa) pada sekolah. Kepala sekolah SMK BI berupaya untuk mengajak industri untuk mengikat kerjasama prakerin. Sekolah menyediakan tempat prakerin yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Kepala sekolah memiliki tim promosi yang bertugas mengembangkan kerjasama/prakerin, menetapkan kriteria kualitas industri, dan mendistribusikan siswa dalam pelaksanaan prakerin. Tim juga diberi kewenangan untuk melakukan negosiasi membuat MOU pelaksanaan prakerin. SMK unggul memiliki sistem organisasi yang kuat dalam penyelenggaraan prakerin. Prakerin difungsikan untuk meyakinkan pihak industri tentang kualitas lulusan yang tinggi sehingga industri bersedia untuk melakukan rekrutmen terhadap lulusan (W.A.A.3.F3; W.A.E.1.F3). Aspek lain adalah kepuasan orang tua siswa terhadap layanan informasi sekolah baik informasi prakerin, rekrutmen, penerimaan siswa dan perkembangan sekolah. Orang tua merupakan

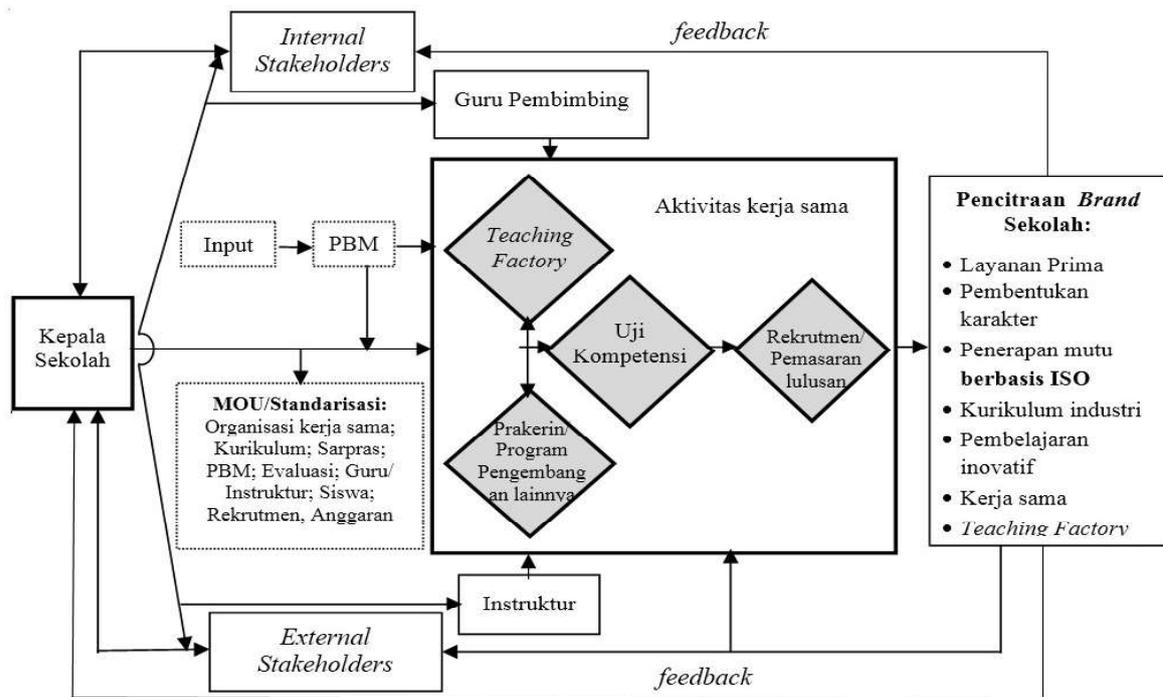
media promosi yang sangat efektif terhadap citra sekolah. Ia akan memberikan informasi dari mulut ke mulut pada orang tua lain dan masyarakatnya (W.A.D.1.F4); (W.A.E.1.F4).

Pengetahuan dan pemahaman industri terhadap kualitas calon tenaga kerja (lulusan SMK) dilakukan melalui sosialisasi dan komunikasi yang intensif dengan industri. Keterlibatan industri dalam uji kompetensi, sertifikasi, *teaching factory*, dan pengembangan kurikulum sekolah menjadi perhatian bagi kepala sekolah. Dengan demikian secara perlahan industri memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap pendidikan. Hal tersebut diwujudkan dari kesediaan mereka untuk melakukan rekrutmen lulusan. Tumbuhnya kesadaran industri terhadap pentingnya mitra sekolah dalam memenuhi ketersediaan tenaga kerja tampak dari antusiasme industri mendukung pengembangan pendidikan di sekolah. Industri yang memiliki komitmen dan kepercayaan pada sekolah bersedia bekerjasama mendukung kelas industri, melakukan proses produksi di sekolah, dan pembimbingan *teaching factory* (W.A.E.1.F3; W.A.D.1.F3; W.A.B.1.F3).

Realitas dari situs-situs penelitian menunjukkan bahwa lulusan sekolah memiliki daya saing yang tinggi di masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari tingginya penyerapan lulusan oleh industri mitra sebagai tenaga kerja sebelum siswa menyelesaikan studinya. Di samping itu minat masyarakat untuk menjadi siswa di kedua sekolah tersebut dari tahun ketahun terus meningkat.

Peningkatan Daya Saing Lulusan dan Citra Sekolah

Daya saing lulusan dan pencitraan merupakan fokus dalam mengoptimalkan kerjasama Prakerin. Peningkatan daya saing dimulai sejak kegiatan rekrutmen siswa. Strategi yang dilakukan kepala sekolah dalam melaksanakan pencitraan (1) menetapkan *positioning*, (2) menetapkan *branding*, dan (3) memilih *diferensiasi* produk/jasa sekolah. *Positioning* sasaran pencitraan adalah sekolah-sekolah menengah pertama (basis input) yang terletak di wilayah terdekat dengan lokasi sekolah. Sebagai *brand* sekolah adalah karakter siswa/lulusan, layanan sekolah pada masyarakat terutama pembelajaran inovatif dan transparansi informasi, kurikulum berbasis kebutuhan industri, terciptanya karakter disiplin sebagai budaya mutu, pengelolaan alumni melalui jaminan kerja, dan berkembangnya *teaching factory*. Sedangkan *diferensiasi* yang menjadi pembeda antara lima kasus adalah implementasi kurikulum berbasis kebutuhan industri



Gambart 1. Gambaran Menyeluruh Pola Optimalisasi Pemanfaatan Kerjasama Prakerin

dan berkembangnya unit produksi/*teaching factory* di masing-masing sekolah.

Kerjasama yang dibangun oleh kepala sekolah telah menumbuhkan kepercayaan, loyalitas, komitmen dan dukungan dari *stakeholders* terhadap SMK. Animo masyarakat untuk masuk di SMK unggul di Malang setiap tahun terus meningkat. Sekolah tidak mengalami kesulitan untuk menempatkan siswa dalam kegiatan prakerin. Pada akhir prakerin banyak siswa yang direkrut sebagai tenaga kerja di industri. Bahkan SMK unggul di Malang memiliki target, ketika pengumuman hasil ujian nasional, paling tidak 70% lulusan sudah mendapatkan pekerjaan. Gambaran menyeluruh pola optimalisasi pemanfaatan kerjasama prakerin dipaparkan pada Gambar 1.

PEMBAHASAN

Optimalisasi kerjasama yang dilakukan kepala sekolah dimulai dari penguatan internal organisasi yaitu dengan memberikan penguatan motivasi guru untuk melakukan inovasi pembelajaran. Guru memiliki peran sentral dalam menentukan metode dan strategi pembelajaran aktif, inovatif, kreatif, efektif, dan menyenangkan (PAIKEM) yang terbukti meningkatkan kualitas hasil belajar. Dengan demikian kepala sekolah memerankan fungsinya sebagai motivator dan inspirator bagi guru untuk melakukan

pembelajaran inovatif. Karena kepala sekolah juga seorang guru, maka ia juga memerankan diri sebagai model dalam pembelajaran. Kemampuan inovasi para guru berkaitan dengan kemauan guru untuk bermental wirausaha (Usman, 2010; Dardiri, 2010; Blanchard, 2007).

Kepala sekolah memiliki tugas untuk mengembangkan dan menanamkan visi dan misi kepada setiap warga sekolah. Dengan pemahaman visi yang kuat maka akan diperoleh kesamaan pandangan, komitmen, loyalitas dan semangat mencapainya. Setiap *stakeholders* akan yakin jika tujuan pendidikan tercapai akan memberikan kesejahteraan bagi semuanya. Kepala sekolah yang berjiwa *entrepreneur* memiliki fungsi manajerial yang mencakup (1) mengelola sumber daya sekolah, (2) mengelola sarana prasarana sekolah, (3) mengelola kerjasama dengan industri, (4) mengelola keuangan, dan (5) melaksanakan pengawasan (Mark & Printy, 2004; Yin, 2005; Dardiri, 2012).

Wirausaha berarti keberanian, ketamaan dan keperkasaan dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri (Alma, 2006: 20). Wirausaha merujuk pada sifat, watak dan ciri-ciri yang melekat pada individu yang mempunyai kemauan keras untuk mengembangkan dan mewujudkan gagasan kreatif dan inovatif yang

dimiliki ke dalam kegiatan yang bernilai. Seseorang yang berjiwa wirausaha adalah seseorang yang di dalam dirinya telah terinternalisasi nilai-nilai kewirausahaan, yakni kepribadian yang memiliki tindakan kreatif inovatif, gemar berusaha, tegar dalam menghadapi tantangan, percaya diri, memiliki *self determination* atau *locus control* berkemampuan mengelola resiko, memandang perubahan sebagai peluang, toleran terhadap banyaknya pilihan, inisiatif dan memiliki *need for achievement*, *perfectionist* dan berpandangan luas, menganggap waktu sangat berharga, dan memiliki motivasi yang kuat untuk berprestasi (Winarno, 2009: 124-131; Kasali, 2003).

Menjadi pemimpin yang berjiwa *entrepreneur* berarti menjadi kepala sekolah yang memiliki kemauan dan kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang itu. Kepala sekolah berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan dan menyukai tantangan dengan risiko moderat. Seorang kepala sekolah yang berjiwa *entrepreneur* memiliki kepercayaan dan keteguhan pada dirinya dan kemampuannya untuk mengambil keputusan yang tepat.

Karakteristik kewirausahaan menyangkut tiga dimensi, yakni inovasi, pengambilan risiko dan proaktif. Sifat inovatif mengacu pada pengembangan produk, jasa atau proses unik yang meliputi upaya sadar untuk menciptakan tujuan tertentu, memfokuskan perubahan pada potensi sosial ekonomi organisasi berdasarkan pada kreativitas dan intuisi individu. Pengambilan risiko mengacu pada kemauan aktif untuk mengejar peluang, sedangkan dimensi proaktif mengacu pada sifat asertif dan implementasi teknik pencarian peluang “pasar” yang terus-menerus dan bereksperimen untuk mengubah lingkungannya (Hisrich, Peter, & Shepherd, 2008; Hurriyati, 2009).

Kemampuan kepala sekolah yang berjiwa wirausaha dalam berinovasi sangat menentukan keberhasilan sekolah yang dipimpinnya karena kepala sekolah tersebut mampu menyikapi kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakat terhadap pendidikan bagi anak-anaknya. Kepala sekolah mampu menggerakkan sumberdaya yang dimiliki untuk bersaing dalam mencapai tujuan. Kekuatan lembaga menjadi kekuatan daya saing dalam memenangkan persaingan.

Sarana dan prasarana pembelajaran merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya saing lulusan dan citra sekolah. SMK yang sudah memiliki

citra (*brand image*) sebagai sekolah unggul secara konsisten tetap memerlukan promosi (pencitraan). Citra merupakan kesan suatu objek terhadap objek yang lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari sumber informasi yang terpercaya (Kasali, 2003; Kotler, 2000).

Kerjasama prakerin memiliki prinsip saling menguntungkan. Oleh karena itu, sarana dan prasarana pembelajaran di sekolah disesuaikan dengan kebutuhan industri. Ketersediaan sekolah melengkapi prasarana praktik sesuai kebutuhan industri, sedangkan industri menyediakan teknologi dan peralatan pendukung, sehingga di sekolah dapat terlaksana *teaching factory*.

Kemudahan akses informasi dan komunikasi merupakan kunci dalam mengoptimalkan kerjasama prakerin. Kepala sekolah menyediakan layanan dan keterbukaan informasi kepada industri maupun kepada orang tua siswa terkait dengan perkembangan pelaksanaan prakerin. Kepala sekolah memiliki peran dan kewenangan memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga orang tua dan industri memperoleh kepuasan. Kepuasan dari semua pihak yang terkait dengan produk pendidikan menjadi kunci kesuksesan sekolah (Blanchard, 2007; Usman, 2010; Reinhartz & Beach, 2004).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan disimpulkan bahwa optimalisasi kerjasama prakerin untuk peningkatan daya saing dan citra sekolah yang dilakukan kepala sekolah adalah: (1) secara internal sekolah melakukan peningkatan kualitas dan inovasi pembelajaran berkelanjutan, (2) memperkuat organisasi prakerin melalui pelibatan industri pada semua tahap manajemen Prakerin, (3) mempromosikan kualitas sekolah kepada industri untuk peduli pendidikan melalui rekrutmen lulusan dan *teaching factory*, (4) memberikan layanan informasi dan komunikasi secara intensif pada orang tua siswa dan industri tentang perkembangan Prakerin, dan (5) memperluas kerjasama pengembangan pembelajaran sesuai kebutuhan industri.

SARAN

Berdasar kesimpulan disarankan beberapa tindakan antara lain: (1) pemerintah (Dinas Pendidikan) memfasilitasi pembentukan forum industri peduli pendidikan, (2) pemerintah bersama perguruan tinggi mengembangkan penelitian pengembangan kerjasama dunia pendidikan dengan industry, dan (3) pemerintah secara intensif

mensosialisasikan pentingnya peran industri bagi pengembangan pendidikan di kalangan industri.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, B. 2006. *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Bailey, Hughes, & Moore. 2004. *Working Knowledge*. New York: Routledge and Palmer.
- Blanchard, K. 2007. *Leading at A Higher Level. (Terjemahan Ponijan Liaw & Hendar Liem)*. New Jersey: Prentice Hall inc.
- Bogdan, R. & Biklen, S.K. 1982. *Qualitative Research for Education : an Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon Inc.
- BPS. 2012. *Sakernas Survey Angkatan Kerja Indonesia 2012*.
- Dardiri, A. 2010. *Pengembangan Model Kepemimpinan Entrepreneur Kepala Sekolah untuk Meningkatkan Citra SMK Bertaraf Internasional*. Disertasi. Tidak Dipublikasikan. PPS Universitas Negeri Yogyakarta.
- Dardiri, A. 2012. Membangun Citra Pendidikan Kejuruan: Manfaat dan Implikasinya Bagi Perbaikan Kualitas Output dan Outcome. *Invotec. Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan (1) (VIII)*. hal. 1-19. Bandung: APTEKINDO-UPI.
- Harison, S. 1995. *Public Relations: An Inroduction*. Thomson Learning.
- Harris, R., Simons, M., & Moore, J. 2005. *A Huge Learning Curve TAFE Practitioners Ways of Working With Private Eenterprises*. Diakses 15 Mei 2010 dari <http://www.ncver.edu.au>.
- Hisrich, R.D. & Peters, M.P., Shepherd, D.A. 2008. *Entrepreneurship. Fifth Edition*. New York: McGraw Hill Irwin.
- Hurriyati, R. 2009. *Menciptakan Superior Customer Value Perguruan Tinggi Negeri Melalui Peningkatan Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan*. dalam Alma (Eds). *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. Bandung Alfabeta.
- Kasali, R. 2003. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Grafiti.
- Kertajaya, H. 2008. *PDB Is Positioning, Differentiation and Brand*. (online) diakses dari <http://www.kompas.com/read/xml/2008/10/18/10113478/>. Diakses pada tanggal 2 Desember 2008.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management, 1⁰h Edition*. Upper Saddle River:Prentice Hall, Inc.
- Mahdiansyah. 2007. *Kajian Hubungan Dunia Pendidikan dengan Dunia Industri*. Puslitjaknov. <http://sippendidikan.org/media.php?page=detailkarya&id=65>
- Marks, H. C. & Printy, S.M. 2004. *Principal Leadership and School Performance: An Integration of Transformasional and Instructional Leadership. Educational Administration Quarterly. 39. 3. hal. 370-397*. diakses pada tanggal 26 Oktober 2009 dari: <http://eaq.sagepub.com/cgi/content/abstract/39/3/370>
- Paryono. 2006. *Perceived Image Of Vocational and Technical Education And Improvement Initiative*. p 45-47. (Online) <http://www.voiced.edu.au/td/tnc/92.220>. Diakses pada tanggal 8 Agustus 2008.
- Pimpa, N. & Suwannapirom. 2007. Thai students' choices of vocational education: marketing factors and reference groups. *Education Reasearch for Policy Practice Journal. (7) (2)* p.99-107 (online) <http://www.aare.edu.au/07pap/pin07613/pdf>. Diakses 15 Nopember 2008
- Reinhartz, J. & Beach, D.M. 2004. *Educational Lidership Changing School, Changing Roles*. Boston: Pearson Education Inc
- Roesminingsih. 2011. *Kualitas Lulusan SMK dalam Rangka Penyerapan Lulusan Tenaga Kerja di Jawa Timur*. *Jurnal Dewan Pendidikan Jatim (2) (2)*: 12.
- Sanyoto. *Kesenjangan Sekolah Dengan Industri Harus Dikurangi*. <http://www.kompas.on.line>. diakses 23 Agustus 2008.
- Sundoyo, H., Sumaryanto, T., & Dwiyanto. 2012. *Evaluasi Program Pendidikan Sistem Ganda Berdasarkan Stake Countenance Model. Innovative Journal of Curriculum and Educational Technology. (1) (2)*. H.69-73. (online). <http://journal.unnes.ac.id/> Diakses tanggal 7 Mei 2013.
- Sutrisno, D. (12 Agustus 2008) . *SMK Tidak Lagi Sebagai Pendidikan Terminal*. <http://www.jurnalnet.com/konten.php?>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2009.
- Usman, H. 2010. *Manajemen: Teori, Praktik, Riset Pendidikan*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Winarno, A. 2009. *Pengembangan Model Pembelajaran Internalisasi Nilai-Nilai Kewirausahaan Pada SMK di Kota Malang*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 14 No 2*.
- Yin, C. C. 2005. *New Paradigm for Re-engineering Education. Globalisation, Localization, and Individualization*. Asia Pasific Education Reseachr Association. Springer.
- Yukl, G. 2010. *Leadership in Organization*. Upper Sadle River: Pearson.