

PENGEMBANGAN "KUANTITAS" SMK: ANTARA REVOLUSI DAN INVOLUSI

Oleh:

M. Syaom Barliana

Universitas Pendidikan Indonesia

Abstrak

Dengan sejumlah persoalan yang masih melilit pengembangan SMK, arah pembangunan pendidikan yang akan menyeimbangkan pengembangan pendidikan umum dan pendidikan kejuruan sampai tahun 2010, adalah sangat tepat. Sudah saatnya pendidikan SMK menjadi pilihan tepat dan paling realistis yang dipilih masyarakat. Persoalannya, citra tentang SMK sampai saat ini belum sesuai dengan isi/substansinya, sehingga belum sepenuhnya menarik minat masyarakat. Pada tataran itu diperlukan dua hal yang utama. Pertama, pencitraan publik, sehingga masyarakat memiliki pandangan positif terhadap SMK. Kedua, kemampuan SMK untuk menerapkan delapan strategi "bisnis" dalam dunia pendidikan. Disamping itu, rencana pengembangan jumlah SMK, sesungguhnya tidak hanya menyangkut kepentingan SMK itu sendiri. LPTK (Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan), khususnya perguruan-perguruan tinggi ex-IKIP, sebagai lembaga penghasil calon Guru, juga berkepentingan dan perlu segera mengantisipasi hal itu.

Kata kunci: pencitraan publik, minat masyarakat, strategi, danantisipasi LPTK

Pendahuluan

Subronto Laras, Harry Darsono, Tantowi Yahya, dan sejumlah figur publik lain, dalam beberapa bulan terakhir ini sering tampil di layar kaca televisi untuk mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan. Langkah promosi yang dilakukan Direktorat PSMK Depdiknas ini, merupakan cara "revolusioner" yang merupakan bagian dari kerangka kebijakan untuk menyeimbangkan proporsi jumlah siswa SMK dibandingkan dengan SMA, yang juga merupakan langkah "revolusioner". Dengan didukung oleh sejumlah program lain, kegiatan promosi itu merupakan langkah yang tepat dan terbukti efektif. Di sejumlah SMK, mulai terjadi peningkatan animo masyarakat (lulusan) SMP untuk melanjutkan pendidikan ke SMK.

Semua hal itu bermula dari citra positif yang ingin dibangun, setelah sekian lama SMK distigmatisasi sebagai sekolah kelas dua untuk warga kelas dua, sekolah anak-anak nakal, sekolah marjinal. Pada tataran inilah, iklan, promosi, dan selebrasi memperoleh tempat yang penting. Dunia, dewasa ini, memasuki apa yang disebut oleh Bauldrillard (2006), sebagai dunia konsumsi dengan budaya konsumen, yang bahkan dunia pendidikan sekalipun tak bisa lepas darinya.

Lebih jauh lagi, perkembangan aspek-aspek sosial dan kebudayaan dalam berbagai bidang dewasa ini, yang berjaln berkelindan dengan kultur kapitalisme, konsumerisme, komunikasi, informasi, pasar, komoditas, masyarakat konsumen, kebudayaan pop, dunia fantasi, memunculkan apa yang disebut fenomena melampaui realitas (*hyperrealitas*). Pilliang (2003) menjelaskan bahwa dunia hiperrealitas mementingkan permainan permukaan material (fisik) ketimbang kedalaman (metafisik), permainan penanda ketimbang petanda, pengolahan bentuk ketimbang ketetapan makna, permainan kulit ketimbang kepastian isi (*content*), penjelajahan jagad raya simulasi ketimbang kanon-kanon representasi. Gejala hiperrealitas, lebih mementingkan pesona dalam tindakan (*event*) produksi tanda itu sendiri (ekstasi komunikasi atau dalam bahasa Marshall McLuhan, *medium is the message*), dan bukan makna yang terkandung di dalamnya.

Sekaitan dengan itu, prinsip simulasi (*simulation*) menjadi acuan. Simulasi adalah penciptaan realitas yang tidak lagi mengacu pada realitas di dunia nyata sebagai referensinya, dan kini menjelma menjadi semacam realitas kedua (*second reality*) yang referensinya adalah dirinya sendiri (*simulacrum of simulacrum*). Dengan demikian, simulasi bukanlah sebuah bentuk representasi. Bahasa atau tanda-tanda di dalamnya seakan-akan merefleksikan realitas yang sesungguhnya, padahal ia adalah realitas artifisial (*artificial reality*), yaitu realitas yang diciptakan lewat teknologi simulasi, sehingga pada tingkat tertentu realitas ini tampak (dipercaya) sebagai sama nyatanya atau bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya.

Apa yang ingin disampaikan dengan rujukan tentang budaya konsumen dan gejala hiperrealitas itu, adalah bahwa betapa pentingnya sebuah citra dalam dunia komunikasi publik dewasa ini. Citra yang terbangun, bahkan lebih sering lebih

penting dari isi yang diwakilinya itu sendiri. Kenyataan ini berlaku dalam berbagai bidang; politik, ekonomi, sosial, dan termasuk pendidikan. Lebih dari kualitas isi, citra sebuah institusi, sebuah organisasi, sebuah produk, atau bahkan citra individu akan sangat menentukan, apakah institusi, produk, atau individu tersebut akan terus dapat bertahan, berkembang, atau sebaliknya terpuruk di tengah persaingan yang kian kompetitif.

Demikianlah, citra positif tentang SMK secara perlahan dibangun. Persoalannya, SMK bukanlah produk dan jasa layanan komersial dan fashion belaka. SMK adalah lembaga pendidikan, yang pada awalnya tentu sangat penting untuk memperoleh citra yang semakin baik, tetapi pada akhirnya "isi" –dalam arti mutu proses, *ouput*, dan *outcome* pendidikan- yang akan sangat menentukan apakah minat masyarakat terhadap SMK tersebut akan terus meningkat secara konsisten atau hanya.

Untuk itu diperlukan berbagai strategi pengembangan diri.

Pembangunan ekonomi Indonesia sampai saat ini masih menghadapi persoalan besar, yaitu tingkat kesejahteraan mayoritas masyarakat yang masih rendah. Sejauh ini, fakta menunjukkan bahwa jumlah rakyat miskin yang berpendapatan di bawah Rp. 18.000,00 per hari, masih sekitar 109 juta orang. Sementara itu, penganggur (termasuk setengah penganggur dan penganggur terselubung) berjumlah sekitar 49 juta orang (Rinakit, 2007).

Dalam kerangka kebijakan makro, realitas itu didorong oleh belum membaik dan belum bergerakaknya ekonomi sektor riil sesudah krisis ekonomi berkepanjangan sejak tahun 1997. Dari segi mikro, dilihat dari sudut pandang pendidikan dan ketenagakerjaan, jumlah pengangguran itu menunjukkan terjadinya kesenjangan yang lebar antara jumlah, jenis, dan kualifikasi keahlian yang tersedia dengan kebutuhan pasar kerja.

Salahsatu penyebab disparitas tenaga kerja dan pasar kerja tersebut, diakibatkan oleh kesenjangan yang lebar pula antara lulusan pendidikan umum

(SMA) dengan lulusan pendidikan kejuruan (SMK). Program pendidikan SMA yang menyiapkan lulusan untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi, kenyataannya hanya menghasilkan 30% lulusan yang melanjutkan pendidikan, selebihnya (70%) langsung memasuki pasar kerja. Padahal proporsi jumlah SMA dengan SMK secara nasional masih sangat timpang, yaitu SMA sekitar 70% dan SMK 30%. Ini adalah sebuah ironi. Mayoritas lulusan SMA yang tidak memiliki ketrampilan karena tidak disiapkan untuk memasuki pasar kerja, berbondong-bondong memasuki pasar kerja yang sempit dengan kebutuhan spektrum keahlian yang berbeda. Akibatnya, angka pengangguran terus meningkat. Walaupun lulusan SMA memperoleh pekerjaan, namun pekerjaan itu sendiri di bawah kategori jenis, level, dan penghargaan yang seharusnya mereka peroleh.

Sementara itu, lulusan SMK dengan jumlah lulusan yang jauh lebih sedikit dari SMA, juga tidak sepenuhnya tertampung dalam dunia kerja. Kenyataan ini disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, beragamnya spektrum keahlian yang dibutuhkan pasar kerja, yang belum dapat dipenuhi oleh rumpun keahlian di SMK. Kedua, mutu lulusan SMK belum sesuai dengan harapan dan persyaratan dunia industri. Ketiga, pasar kerja sendiri belum bertumbuh secara signifikan akibat masih belum berkembangnya sektor riil. Namun demikian, menurut Djoko Soetrisno, Direktur Pembinaan SMK Depdiknas (2006), kondisi perekonomian daerah yang memiliki banyak sekolah kejuruan cenderung stabil. Sebagai contoh; perbandingan proporsi SMA : SMK di Blitar (40 : 60%), Pasuruan (30 : 70%), dan Malang (50 : 50%). Artinya, lulusan SMK ikut berkontribusi dalam peningkatan rata-rata taraf ekonomi daerah.

Dengan sejumlah persoalan yang masih melilit pengembangan SMK, arah pembangunan pendidikan yang akan menyeimbangkan pengembangan pendidikan umum dan pendidikan kejuruan sampai tahun 2010, adalah sangat tepat. Menurut Djoko Soetrisno, pemerintah terus mengupayakan pertumbuhan SMK ketimbang SMA. Tahun 2009, diharapkan persentase SMK dan SMA berbalik menjadi 60 banding 40 (Kompas, 10/5/2007). Sudah saatnya pendidikan SMK menjadi pilihan tepat dan paling realistis yang dipilih masyarakat.

Citra dan Stigma SMK di Masyarakat

Kenyataannya, menurut Syarif Hidayat, Kepala Sub Dinas Pendidikan Menengah dan Tinggi Jawa Barat, dan Dedy Dharmawan, Kasubdin Dikmenjur Disdik Kota Bandung, minat siswa SMP untuk masuk SMK rendah. Penyebab rendahnya minat siswa SMP masuk SMK, yaitu karena kurangnya sosialisasi, minimnya jumlah SMK atau karena jurusan yang ditawarkannya kurang menarik. Selain itu ditambahkan juga, rendahnya minat siswa SMP masuk SMK disebabkan karena timbulnya persepsi bahwa setelah masuk SMK tidak bisa melanjutkan ke perguruan tinggi (Pikiran Rakyat, 12/01/2006). Alasan ini mungkin benar belaka, namun demikian tetap harus diteliti dan dielaborasi lebih jauh, sehingga diperoleh solusi rumusan kebijakan yang tepat untuk mengatasi persoalan rendahnya minat siswa SMP melanjutkan ke SMK tersebut.

Salahsatu persoalan yang mengemuka adalah stigma yang terlanjur melekat di masyarakat, khususnya orangtua siswa SMP, yang masih memandang dengan sebelah mata kepada pendidikan SMK. SMK masih dianggap sekolah kelas dua dibandingkan dengan SMA.

Sekaitan dengan citra dan stigma SMK ini, penting untuk melihatnya dari sisi konstelasi sosial yang lebih makro. Perkembangan aspek-aspek sosial dan kebudayaan dalam berbagai bidang dewasa ini, yang berjaln berkelindan dengan kultur kapitalisme, konsumerisme, komunikasi, informasi, pasar, komoditas, masyarakat konsumer, kebudayaan pop, dunia fantasi, memunculkan apa yang disebut fenomena melampaui realitas (*hyperrealitas*). Amir Pilliang (2003) menjelaskan bahwa dunia hiperrealitas mementingkan permainan permukaan material (fisik) ketimbang kedalaman (metafisik), permainan penanda ketimbang petanda, pengolahan bentuk ketimbang ketetapan makna, permainan kulit ketimbang kepastian isi (*content*), penjelajahan jagad raya simulasi ketimbang kanon-kanon representasi. Gejala hiperrealitas, lebih mementingkan pesona dalam tindakan (*event*) produksi tanda itu sendiri (ekstasi komunikasi atau dalam bahasa Marshall

McLuhan, *medium is the message*), dan bukan makna yang terkandung di dalamnya.

Sekaitan dengan itu, prinsip simulasi (*simulation*) menjadi acuan. Simulasi adalah penciptaan realitas yang tidak lagi mengacu pada realitas di dunia nyata sebagai referensinya, dan kini menjelma menjadi semacam realitas kedua (*second reality*) yang referensinya adalah dirinya sendiri (*simulacrum of simulacrum*). Dengan demikian, simulasi bukanlah sebuah bentuk representasi. Bahasa atau tanda-tanda di dalamnya seakan-akan merefleksikan realitas yang sesungguhnya, padahal ia adalah realitas artifisial (*artificial reality*), yaitu realitas yang diciptakan lewat teknologi simulasi, sehingga pada tingkat tertentu realitas ini tampak (dipercaya) sebagai sama nyatanya atau bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya.

Apa yang ingin disampaikan dengan rujukan tentang gejala hiperrealitas itu, adalah bahwa betapa pentingnya sebuah citra dalam dunia komunikasi publik dewasa ini. Citra yang terbangun, bahkan lebih sering lebih penting dari isi yang diwakilinya itu sendiri. Kenyataan ini berlaku dalam berbagai bidang; politik, ekonomi, sosial, dan termasuk pendidikan. Lebih dari kualitas isi, citra sebuah institusi, sebuah organisasi, sebuah produk, atau bahkan citra individu akan sangat menentukan, apakah institusi, produk, atau individu tersebut akan terus dapat bertahan, berkembang, atau sebaliknya terpuruk di tengah persaingan yang kian kompetitif. Untuk itu diperlukan berbagai strategi pengembangan diri.

Sekaitan dengan hal itu, Trout (2004), berdasarkan pengalamannya, menemukan ada delapan esensi dari strategi yang baik, yaitu: (1) Strategi adalah tentang bertahan hidup (*strategy is all about survival*), (2) Strategi adalah tentang persepsi (*strategy is all about perception*), (3) Strategi adalah tentang menjadi berbeda (*strategy is all about being different*), (4) Strategi adalah tentang kompetisi (*strategy is all about competition*), (5) Strategi adalah tentang spesialisasi (*strategy is all about specialization*), (6) Strategi adalah tentang penyederhanaan (*strategy is all about simplicity*), (7) Strategi adalah tentang kepemimpinan (*strategy is all about leaderships*), (8) Strategi adalah tentang kenyataan (*strategy is all about reality*).

Pernyataan bahwa strategi adalah tentang bertahan hidup, berarti bagaimana sebuah organisasi bertahan hidup dalam kompetisi yang ganas kini, bagaimana menghadapi situasi tirani pilihan yaitu bagaimana bisa menjadi pilihan masyarakat di tengah kebebasan masyarakat untuk memilih dari kian banyak dan beragamnya pilihan yang ada. Karena itu, organisasi harus memiliki *positioning* yang jelas, yang terkait dengan esensi kedua yaitu strategi adalah tentang persepsi. *Positioning* adalah bagaimana organisasi mendiferensiasi produknya dalam benak pelanggan. Apa yang ada dalam pikiran pelanggan cenderung merupakan hal yang emosional dan bukan rasional, mereka umumnya memiliki produk karena memiliki citra dan *positioning* yang jelas. Oleh sebab itu, sebuah produk juga harus memiliki spesialisasi. Produk-produk spesialis cenderung lebih diingat daripada produk yang tidak memiliki spesialisasi. Produk spesialis juga dipersepsi sebagai produk yang memang dibuat oleh para pakar di dibidangnya.

Mengenai strategi adalah tentang menjadi berbeda, maka perlu diingat bahwa lebih baik baik berbeda sedikit daripada sedikit lebih baik, sebab jika produk hanya sedikit lebih baik tapi tidak berbeda, maka *positioning* menjadi tidak jelas. Cara membuat produk berbeda adalah dengan: (1) menciptakan kategori baru, (2) menjadi pemimpin dalam sebuah kategori produk, (3) membuat perbedaan pada bagaimana cara membuat produk, (4) yang paling lemah, adalah bagaimana membuat produk lebih murah daripada yang lain. Untuk itu semua, diperlukan kepemimpinan yang kuat, yang tahu bagaimana menemukan arah yang tepat untuk berkembang. Untuk itu, organisasi harus mendapatkan inspirasi dari masyarakat (pasar) dan bukan hanya dari ruang pimpinan.

Demikianlah, analogi dari pencitraan publik dan teori strategi pemasaran organisasi dan produk tersebut di atas, tampaknya relevan dengan kondisi perkembangan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sekarang ini. Dibandingkan dengan tahun 1980 atau 1990-an, jelas bahwa perkembangan SMK sekarang ini sudah jauh lebih maju, baik dari segi perubahan konsep dan paradigma, pengembangan kurikulum, pengembangan program, perkembangan kualitas pendidikan, diversifikasi keahlian yang ditawarkan, kualitas lulusan, maupun pasar

kerja yang dituju. Namun demikian, pengembangan sekolah kejuruan, baik melalui pembangunan unit sekolah baru maupun pengembangan SMK lama, tidak akan berhasil, jika tidak ada perbaikan dalam orientasi pandangan masyarakat terhadap SMK, dan tidak ada peningkatan minat siswa SMP memasuki pendidikan SMK.

Pada tataran itu diperlukan dua hal yang utama. Pertama, pencitraan publik, sehingga masyarakat memiliki pandangan positif terhadap SMK. Sama dengan di dunia bisnis, dalam dunia pendidikan sekalipun, citra adalah sangat penting. Tentu saja, berbeda dengan dunia periklanan atau dunia konsumsi produk industri, dalam dunia pendidikan kualitas isi/subtansi sama pentingnya dengan kemasan/citra. Persoalannya, citra tentang SMK sampai saat ini belum sesuai dengan isi/substansinya, sehingga belum sepenuhnya menarik minat masyarakat. Ini adalah merupakan masalah sekaligus tantangan terhadap upaya peningkatan mutu dan populasi sekolah kejuruan (SMK) untuk menyeimbangkan dengan sekolah umum (SMA). Kedua, kemampuan SMK untuk menerapkan delapan strategi "bisnis" dalam dunia pendidikan seperti yang diungkap Trout di atas.

Orientasi dan Antisipasi LPTK

Rencana pengembangan proporsi jumlah SMK sampai berimbang dengan SMA atau bahkan melebihi SMA, sesungguhnya tidak hanya menyangkut kepentingan SMK itu sendiri. LPTK (Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan), khususnya perguruan-perguruan tinggi ex-IKIP, sebagai lembaga penghasil calon Guru, juga berkepentingan dengan hal itu.

Namun demikian, sejauh ini, perhatian LPTK tampaknya lebih terfokus kepada isu-isu yang berkaitan dengan pendidikan guru SMA, SMP, dan SD, termasuk dalam pengembangan program studi. Adalah fakta, bahwa dari 30 lebih program studi yang ada di SMK dan jelas jumlah ini akan terus berkembang di masa depan sesuai dengan arah pengembangan SMK seperti tersebut di atas, LPTK sampai saat ini hanya menyediakan calon guru untuk kurang dari 10 program studi, dan umumnya terfokus pada prodi tradisional seperti Mesin, Elektro, Sipil/Teknik

Bangunan, PKK (Tata Boga dan Busana), Manajemen, dan Akuntansi. Selebihnya, tentu disediakan oleh pendidikan tinggi non LPTK.

Berkaitan dengan hal itu, LPTK khususnya Fakultas/Jurusan Pendidikan Teknologi dan Kejuruan (F/J PTK) dan Fakultas Teknik di perguruan tinggi ex IKIP dengan sejumlah Prodi tradisional tersebut, jika tidak segera mengantisipasi perkembangan SMK, akan menghadapi dua persoalan besar. Pertama, semakin terinvolusi dan terdegragasinya nya Prodi-prodi tradisional tersebut, yang di SMK nya sendiri untuk sebagian semakin kehilangan peminat. Kedua, LPTK akan semakin kehilangan perannya dalam pendidikan guru SMK karena akan segera diambil alih oleh perguruan-perguruan tinggi non LPTK yang memiliki ragam Program Studi yang lebih terdifferensiasi dan terdiversifikasi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan SMK di masa depan.

Kenyataan itu didorong oleh ketentuan dalam pasal 11 ayat 2 Undang-undang Guru dan Dosen yang menyatakan bahwa: "Sertifikasi Pendidik diselenggarakan oleh perguruan tinggi yang memiliki program pengadaan tenaga kependidikan yang terakreditasi dan ditetapkan oleh pemerintah". Ayat tersebut juga menempatkan posisi Pasal 1 ayat 14 yang menguraikan ketentuan umum tentang LPTK menjadi tidak ada artinya, karena semua perguruan tinggi dapat menyelenggarakan program pengadaan tenaga kependidikan. Ketentuan ini seharusnya memberi tantangan bagi LPTK, bukan saja untuk meningkatkan mutu pendidikan, tetapi juga sekaligus diversifikasi program studi.

Artinya, ketentuan itu –di tengah perdebatan mengenai esensi pendidikan profesi guru, pendidikan guru konsekutif, dan pendidikan guru terintegrasi (konkuren)- meskipun seperti sebuah "tampan" bagi LPTK, tetapi merupakan sesuatu yang realistis, jika dikaitkan dengan Renstra Depdiknas bahwa pada tahun 2015 diharapkan proporsi perbandingan antara SMA dan SMK berimbang. Bahkan, harian Kompas seperti dikutip di atas menyebut pada tahun 2009, perbandingan jumlah SMK : SMA adalah 60 : 40. Pertanyaannya, sanggupkah LPTK menyediakan calon guru SMK dengan mutu dan spesialisasi program studi yang beragam?. Padahal kenyataannya, seluruh LPTK, khususnya UPI, belum memiliki

rencana antisipasi untuk mengembangkan FPTK mengikuti diversifikasi prodi di SMK kecuali pengembangan program studi tradisional tersebut. Inilah tantangan bagi LPTK.

Kepustakaan

- Amir Pilliang, Yasraf (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- (1999). *Dunia yang Dilipat*. Bandung: Mizan
- Balitbang dan Dikdasmen. (1999). *Memahami Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan Edisi 1999 Berpendekatan Competency Based dan Board Based*. Jakarta: Balitbang dan Dikdasmen, Depdikbud.
- Balitbang dan Dikdasmen. (1999). *Kebijakan Teknis Pengembangan dan Implementasi Kurikulum Menengah Kejuruan*. Jakarta: Balitbang dan Dikdasmen, Depdikbud.
- Baudrillard, Jean (1970/1998). *The Consumer Society: Myths & Structures*. London: Sage Publications
- Bunk, G. P. (1994). *Teaching Competency in Initial and Continuing Vocational Training in the Federal Republic of Germany (CEDEFOP)*
- Butler, F.C. 1979. *Instructional Systems Development for Vocational and Technical Training*. Englewood Cliffs, N.J.: Educational Technology Publication.
- Calhoun, C.C., Finch, A.V. 1982. *Vocational Education: Concepts and Operations* (2nd ed.). Belmont, California: Wadworth Publishing Company.
- Descy P. /Tessaring M. (2001). *Training and learning for competency. Second report on vocational training research in Europe: synthesis report. (CEDEFOP)*
- Fahmina Institute (2006). Rakyat Masih Belum Puas: Penilaian Partisipatif terhadap Kinerja Pelayanan Dinas Pendidikan Kota Cirebon.*
- Hicks, N.L. 1992. Education and Economic Growth. Dalam Psacharopoulos, G. (Ed.), *Economics of Education, Research and Studies*. Elkins Park, PA: Franklin Book Company, Inc.
- International Labour Organization. (2004). *Pengembangan Keterampilan Untuk Pertumbuhan Ekonomi dan Kehidupan yang Berkelanjutan*. Survey ILO Divisi Indonesia : tidak diterbitkan
- Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 323/U/1997 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Sistem Ganda pada Sekolah Menengah Kejuruan*. Jakarta: Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan.
- Mar'at. 1981. *Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya*. Bandung: Ghalia Indonesia
- Nolker, H., dan Schoenfeldt, E. 1983. *Pendidikan Kejuruan: Pengajaran, Kurikulum, dan Perencanaan*. Terjemahan Agus Setiadi. Jakarta: PT Gramedia.
- Parasuraman. L. Berry.1990. *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. London: The Free Press.
- PP 15 tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional

Pokok-pokok Pikiran: Ketrampilan Menjelang 2020 dan Perkembangannya (2001). *Proyek Pengembangan Sistem dan Standard Pengelolaan SMK*. Jakarta: Direktorat Dikmenjur Depdiknas

Semiawan, Conny. (1982). *Prinsip Teknik Pengukuran dan Penilaian di dalam Dunia Pendidikan*. Jakarta: Mutiara.

Sonhadji, Ahmad. (2003). *Alternatif Penyempurnaan Pembaharuan Penyelenggaraan Pendidikan*. Jakarta : Direktorat Menengah Kejuruan.

Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta

Surya, M. (1992). *Psikologi Pendidikan*. Bandung : PPB FIP IKIP Bandung.

The World Bank. 1991. *Vocational and Technical Education and Training*. Washington, D.C.: The World Bank.

Trout, Jack (2004). *Trout on Strategy: Capturing Mindshare, Conquering Markets*. London: McGraw Hill

<http://www.dikmenjur.co.id>

Tentang Penulis

Ahmad Anwar Yusa, adalah Dosen pada Jurusan Pendidikan Teknik Sipil, Universitas Pendidikan Indonesia. Lahir di Cirebon, pada tanggal 31 Mei 1953. Pendidikan terakhirnya adalah Sarjana Pendidikan Teknik Sipil IKIP Bandung dan S2 Pendidikan Teknologi Kejuruan Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Penelitian dan karya ilmiahnya antara lain : Transformasi Spatial dan Ekspresi Islam pada Arsitektur Kawasan Pesantren Daarut Tauhid Gegerkalong Girang Bandung, Penelitian DueLike, 2003; Tingkat Kepuasan Siswa Terhadap Fungsi Ruang Terbuka Lingkungan Sekolah (Studi pada SMK Negeri 5 Bandung), Penelitian Rutin 2004 ; Penerapan Penilaian Kinerja pada Pembelajaran Mata Pelajaran Gambar Konstruksi Beton, Penelitian PPL 2004; Peningkatan Kualitas Pembelajaran Perhitungan Kekuatan Konstruksi Bangunan Sederhana (PKKBS) Melalui Penerapan Model Siklus Belajar (*learning cycle*) di SMKN 5 Bandung 2005; Citra dan Stigma SMK di Mata Publik , Penelitian tentang Peran Sekolah dan Dinas Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Siswa SMP Melanjutkan Pendidikan ke SMK 2007.

Yulia Rahmawati, adalah Dosen pada Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Universitas Pendidikan Indonesia. Lahir di Sukabumi, pada tanggal 20 Juli 1968. Pendidikan terakhirnya adalah Sarjana Pendidikan Kesejahteraan Keluarga IKIP Bandung dan S2 Ilmu Gizi Institut Pertanian Bogor (IPB). Penelitian dan karya ilmiahnya antara lain : Citra dan Stigma SMK di Mata Publik, Penelitian tentang Peran Sekolah dan Dinas Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Siswa SMP Melanjutkan Pendidikan ke SMK 2007.