

Strategi Mempertahankan Reputasi Perguruan Tinggi untuk Menjaga Mutu Pendidikan di Era Global

Sergius Lay¹, Susy Alestriani Sibagariang^{2✉}, Muhsin¹³, Irsan⁴, Selamat Triono⁵, T. Teviana⁶

(1) STP Dian Mandala Gunung Sitoli

(2) Pendidikan Ekonomi, Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

(3) Universitas Jabal Ghafur

(4) Sekolah Pasca Sarjana Universitas Negeri Medan

(5) Sekolah Pasca Sarjana Universitas Negeri Medan

(6) Sekolah Pasca Sarjana Universitas Negeri Medan

✉ Corresponding author

(susy.sibagariang@uhnp.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini Membahas tentang “strategi mempertahankan reputasi perguruan tinggi di era global”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tentang reputasi perguruan tinggi serta menemukan strategi-strategi yang mungkin dalam mempertahankan dan mengembangkannya agar institusi sekolah tersebut tetap eksis dan dicintai oleh masyarakat. Sedangkan metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif di mana penulis mengumpulkan berbagai literatur serta menganalisisnya. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa ditemukan strategi-strategi yang digunakan untuk mempertahankan reputasi perguruan tinggi dalam menjaga mutu Pendidikan yaitu : 1) memperkuat visi dan misi institusi perguruan tinggi, 2) meningkatkan visibilitas melalui komunikasi yang efektif; 3) konsentrasi terhadap pelayanan mahasiswa dan, 4) meningkatkan kualitas pendidikan, 5) membangun kemitraan nasional, dan 5) penguatan komunikasi melalui humas dan media relasi sekolah.

Kata Kunci: *Reputasi, Strategi dan Era Global.*

Abstract

This research discusses "strategies for maintaining the reputation of universities in the global era". The aim of this research is to analyze the reputation of higher education and find possible strategies for maintaining and developing it so that the school institution continues to exist and is loved by the community. Meanwhile, this research method is qualitative research with a descriptive approach where the author collects various literature and analyzes it. The conclusion obtained from this research is that strategies were found to be used to maintain the reputation of universities in maintaining the quality of education, namely: 1) strengthening the vision and mission of higher education institutions, 2) increasing visibility through effective communication; 3) concentrate on student services and, 4) improve the quality of education, 5) build national partnerships, and 5) strengthen communication through public relations and school relations media.

Keywords: *Reputation, Strategy and Global Era.*

PENDAHULUAN

Setiap organisasi yang dibangun memiliki motivasi dan keinginan untuk tetap hadir dan memberikan pelayanan terbaik, entah itu kepada para anggota organisasi itu sendiri maupun kepada lingkungannya (Wahjono et al., 2020). Suatu organisasi yang hadir di tengah-tengah masyarakat memiliki visi dan misi yang secara mendasar ingin mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal terutama terkait dengan tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi tersebut (Reed Kennedy, 2020).

Dapat dipastikan bahwa setiap Perguruan Tinggi baik itu Universitas, Institut, Sekolah Tinggi, Politeknik maupun Akademi, didirikan berdasarkan cita-cita yang dituangkan dalam visi dan misi dari masing-masing jenis Perguruan Tinggi tersebut. Tujuan utama didirikan Perguruan Tinggi adalah untuk menjawab tuntutan kebutuhan masyarakat dalam pelbagai disiplin ilmu. Dalam perjalanan waktu, kadang-kadang terjadi bahwa lembaga Perguruan Tinggi mengalami perubahan dalam tata kelola birokrasi dan struktur organisasi serta cita-cita yang hendak dicapai (Neni Herlina, 2020). Hal ini terjadi karena lembaga

Perguruan Tinggi tersebut ingin menjawab kebutuhan-kebutuhan masyarakat terkini berdasarkan perkembangan jaman.

Namun dalam perkembangan waktu, tidak semua Perguruan Tinggi yang tetap berdiri kokoh untuk memastikan eksistensinya dalam mengelola pendidikan berdasarkan cita-cita awal dari para inisiator. Menurut laporan dari berita yang dapat diakses di CNN Indonesia (CNN Indonesia, 2023), dikatakan bahwa Kemendikbudristek telah mencabut 23 Izin Operasional yang bermasalah, karena tidak memenuhi ketentuan standar pendidikan tinggi, melaksanakan pembelajaran fiktif, dan melakukan praktik jual beli ijazah. Tentu pencabutan Izin Operasional ini menyebabkan banyak mahasiswa yang mengalami kerugian dan nama baik serta reputasi Perguruan Tinggi tersebut tercoreng dan mendapatkan hukuman dari masyarakat. Tata kelola yang buruk serta tidak memperhatikan norma hukum, etika dan moral serta ketentuan lainnya dari pemerintah menyebabkan Perguruan Tinggi tersebut mengalami masalah yang berujung pada pencabutan izin operasional.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis masalah-masalah yang terjadi sehingga dicabutnya izin operasional Perguruan Tinggi oleh pihak-pihak yang memiliki kewenangan serta hendak menawarkan pelbagai strategi yang mungkin untuk mempertahankan dan meningkatkan kembali reputasi dari Perguruan Tinggi agar semua Perguruan Tinggi yang ada dapat tetap eksis dan melayani masyarakat dalam hal pendidikan dan persiapan memasuki lapangan pekerjaan di masa yang akan datang, terutama di jaman global ini.

Adapun manfaat dari penelitian ini ditujukan kepada para pengelola Perguruan Tinggi agar selalu memperhatikan dan mempertahankan eksistensi dari Perguruan Tinggi yang dikelolanya agar cita-cita awal dari para inisiator yang dirumuskan dalam visi dan misi serta tujuan dari sebuah Perguruan Tinggi tersebut tidak hilang atau mati begitu saja, namun tetap menemukan tempatnya di hati masyarakat dan lingkungan dalam pelbagai perubahan jaman. Sejarah panjang para ahli yang meneliti hubungan antara strategi dan kinerja internasionalisasi perusahaan (mis., Konraktor, Kundu, & Hsu, 2003; Lu & Beamish, 2004). Demikian pula, telah dicatat bagaimana strategi perusahaan dapat mempengaruhi reputasinya (mis., Williams, Schnake, & Fredenberger, 2005). Kaitan antara strategi internasionalisasi perusahaan dan reputasinya dapat dikembangkan secara lebih rinci. Thams dkk.(2016) baru-baru ini menemukan hubungan berbentuk U antara diversifikasi geografis dan reputasi. Rugman dan Verbeke (2004) meneliti sifat regional perusahaan multinasional. Membangun di atas ini, Borda et al. (2017) menemukan bahwa perusahaan multinasional regional memiliki reputasi yang lebih positif secara keseluruhan di Amerika Latin, tetapi efeknya berbeda berdasarkan siapa yang mengevaluasi reputasi. Efeknya signifikan dan positif ketika reputasi didasarkan pada para ahli (eksekutif puncak dan analis keuangan) tetapi signifikan dan negatif ketika reputasi didasarkan pada pendapat umum (populasi umum, asosiasi konsumen, dan serikat pekerja). Secara keseluruhan, lebih banyak penelitian tentang dampak berbagai faktor yang terkait dengan internasionalisasi dan reputasi akan bermanfaat. Singkatnya, pendekatan teoritis yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa para ahli strategi global harus mempertimbangkan berbagai tingkat pengaruh terhadap reputasi, bersama dengan berbagai tingkat reputasi itu sendiri (Newbury & Song, 2018), ketika mengembangkan teori tentang reputasi dalam konteks global. Interkoneksi antara reputasi level telah diperiksa secara teoritis di industri (Barnett & Hoffman, 2008) dan tingkat negara (Newbury, 2012). Namun, perlu lagi peningkatan teori dan penelitian empiris khususnya dalam perguruan tinggi untuk meningkatkan mutu Pendidikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif di mana penulis mengumpulkan berbagai literatur serta menganalisisnya. Dimana metode penelitian ini sering disebut dengan penelitian kepustakaan. Peneliti berusaha untuk mengumpulkan berbagai informasi yang diperoleh dari literatur-literatur yang tersedia, terutama dalam menelusuri sebab-sebab reputasi Perguruan Tinggi dengan dicabutnya izin operasional tata kelola serta berusaha menemukan strategi-strategi yang mungkin dalam hal mempertahankan dan meningkatkan reputasi Perguruan Tinggi terutama dalam hal tata kelola dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan reputasi tersebut. Analisis data dalam penelitian pustaka (library research) ini adalah analisis isi (content analysis) yaitu penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak lalu menyimpulkan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan dianalisis tersebut. Adapun langkah-langkah penelitian menurut Kuhlthau (2002) adalah sebagai berikut, (1) pemilihan topik, (2) eksplorasi informasi, (3) menentukan fokus penelitian, (4) pengumpulan sumber data, (5) persiapan penyajian data, dan (6) penyusunan laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika kita menelusuri pelbagai berita yang dipublikasikan oleh media-media online, maka kita akan menemukan sejumlah penyebab dari dicabutnya izin operasional tata kelola Perguruan Tinggi yang ada di Indonesia. Mengutip dari Direktur Kelembagaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kebudayaan, Riset

dan Teknologi (Kemendikbudristek), Lukman dalam media online Media Indonesia (Alpitarsari, 2023) misalnya dikatakan bahwa dicabutnya izin operasional disebabkan oleh Perguruan Tinggi yang ada sudah tidak memenuhi ketentuan standar pendidikan tinggi, melaksanakan pembelajaran fiktif, dan memberlakukan jual dan beli ijazah. Selain itu, penyebab lain adalah bahwa banyak Perguruan Tinggi yang melakukan penyimpangan berupa pemberian Beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-K), serta adanya perselisihan Badan Penyelenggara sehingga menyebabkan proses pembelajaran dan perkuliahan di kampus tidak kondusif.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Oplatka dan Nupar (Oplatka & Nupar, 2013) mengatakan bahwa para orang tua peserta didik akan mempercayakan anak-anak mereka kepada sekolah yang memiliki reputasi baik dan positif. Praktik tata kelola sekolah yang buruk menyebabkan wajah sekolah tersebut pun akan buruk. Keburukan menyebabkan reputasi sekolah tersebut menjadi turun dan tidak dicintai oleh masyarakat.

Hasil wawancara dengan beberapa kepala sekolah yang berada di bawah naungan Yayasan Budi Bakti Keuskupan Sibolga (Lay, 2023) mengatakan bahwa reputasi sekolah baik di tingkat pendidikan dasar dan menengah maupun di perguruan tinggi, dipengaruhi oleh budaya sekolah, nama baik sekolah, kegiatan ekstrakurikuler yang mampu mengembangkan potensi dan minat peserta didik, dan juga relasi para pendidik dan tenaga kependidikan dari sekolah yang bersangkutan dengan orang tua dan masyarakat secara umum. Perilaku pendidik dan tenaga kependidikan sebuah sekolah akan sangat mempengaruhi reputasi sekolah apakah akan menjadi positif ataupun negatif. Berbagai problem yang dihadapi oleh perguruan tinggi dalam hal menurunnya reputasi sekolahnya, harus mendapat perhatian serius jika ingin tetap menjaga eksistensinya demi perwujudan cita-cita dalam bidang pendidikannya. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi-strategi dalam mempertahankan dan meningkatkan reputasi tata kelola sekolahnya demi menjaga eksistensinya.

Reputasi Sekolah

Secara sederhana, reputasi adalah suatu gambaran atau citra yang ada di dalam pikiran seseorang. Reputasi juga dapat berarti suatu kesan yang dimiliki oleh sebuah organisasi yang muncul dari pelbagai perilaku para anggota yang merupakan bagian dari organisasi tersebut. Reputasi juga dimengerti sebagai konsumen tentang kemampuan sekolah dalam memberikan layanan terbaik, atau penilaian tentang situasi masa lalu dan prospek masa yang akan datang tentang kualitas dari sekolah tersebut (Nurjanah, 2022). Karena itu, reputasi dapat berbentuk positif dan juga negatif dan sangat tergantung dari perilaku individu dan perilaku organisasi. Dalam konteks pendidikan atau lembaga perguruan tinggi, reputasi itu dipengaruhi oleh beberapa elemen dasar seperti elemen sosial, unsur akademis, unsur prestasi peserta didik, sumber-sumber daya yang tersedia, staf sekolah dan lain sebagainya (Oplatka & Nupar, 2013).

Oleh karena itu, reputasi adalah citra yang dipunyai oleh suatu instansi sekolah dan berhubungan dengan mutu, integritas, keandalan, atau prestasi dari instansi sekolah tersebut. Terbentuk reputasi suatu institusi sekolah dapat terjadi melalui interaksi dan pengalaman dengan orang lain. Reputasi dapat juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kepercayaan dan preferensi yang diberikan oleh masyarakat atau pelanggan kepada sekolah serta memberikan manfaat seperti kepercayaan yang tinggi, peningkatan peluang bisnis, serta dukungan dan loyalitas dari pelanggan dan pemangku kepentingan (Sari & Soliha, 2022).

Jaman Global

Jaman global sering mengacu kepada jaman atau era di mana dunia menjadi semakin terhubung secara global melalui pelbagai kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Pratama, 2022). Akibat dari kemajuan ini adalah adanya peningkatan interaksi dan pertukaran informasi antara orang, sekelompok orang dan bahkan antar negara, buaya dan masyarakat yang terhubung secara global. Jaman global juga mencerminkan ketergantungan yang semakin tinggi antara negara-negara dalam hal politik, sosial, ekonomi, lingkungan dan sebagainya. Proses globalisasi sendiri disokong oleh pelbagai kemajuan teknologi informasi, komunikasi, dan transportasi. Hubungan antara semua manusia pun menjadi lebih mudah dan lancar, misalnya dalam hal komunikasi informasi kepada rekan kerja yang berada di tempat yang jauh. Reputasi dari sebuah sekolah dapat berbentuk positif atau negatif sangat ditentukan juga oleh bagaimana manusia memanfaatkan pelbagai fasilitas komunikasi yang merupakan produk dari proses globalisasi ini. Pewartaan kondisi sekolah yang baik atau tidak baik, dapat dilakukan secara efektif dan bahkan efisien melalui sarana-sarana komunikasi yang merupakan buah dari globalisasi.

Untuk menjaga reputasi dari sebuah sekolah di era globalisasi, diperlukan komitmen terhadap pembenahan dan peningkatan kompetensi yang diperlukan di era globalisasi. Banyak ahli yang menyebutkan kompetensi-kompetensi tersebut. Zen Istiarsono (2016, hal. 19) misalnya menyebut pelbagai kompetensi yang diperlukan di era globalisasi demi memelihara reputasi sebuah organisasi, seperti:

intelektual, personal, komunikatif, sosial dan budaya, serta vokasional. Dengan demikian, reputasi sekolah dapat dijaga baik di era globalisasi jika kelima kompetensi tersebut dapat terpelihara dengan baik.

Strategi Mempertahankan Reputasi di Perguruan Tinggi di Era Global

Pelbagai persoalan dan tantangan terkait dengan reputasi di era global yang dihadapi oleh pelbagai perguruan tinggi mesti dicarikan solusi atau jalan keluarnya, minimal dalam konteks antisipatif agar eksistensi perguruan tinggi tersebut tetap terjaga dengan baik. Banyak ahli yang memberikan pendapat dalam konteks ekonomi perusahaan yang dapat memberikan kontribusi gagasan untuk tata kelola sekolah demi memelihara atau menjaga reputasi perguruan tinggi.

Oleh karena ini, berikut ini akan disebutkan beberapa strategi sebagai kontribusi dari tata kelola organisasi terutama dunia bisnis kepada konteks dunia pendidikan di perguruan tinggi.

1) Memperkuat Identitas dan Misi Perguruan Tinggi

Strategi pertama adalah memperkuat identitas dan misi perguruan tinggi. Identitas dapat dimengerti sebagai “ciri” atau “keadaan khusus seseorang” atau “keadaan khusus sesuatu”. Sering juga disebut dengan “jati diri” (Ali & Deli, 2000; Pusat Bahasa Depdiknas, 2008). Identitas yang disandang oleh seseorang atau sesuatu sering diungkapkan melalui simbol, slogan, dan kalimat-kalimat tertentu yang merupakan ciri khas atau karakteristik dari seseorang atau sesuatu itu. Setiap perguruan tinggi sejak berdirinya telah memiliki identitas yang melekat pada dirinya, baik itu dari segi nama sekolahnya, simbol-simbol yang dipakai, warna bangunannya, stempel, bendera yang dimiliki, dan terlebih lagi adalah visi dan Misi sekolah tersebut.

Identitas sebuah perguruan tinggi biasanya tercatat dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga yang disahkan oleh pemerintah melalui Kementerian Hukum dan HAM. Selain visi yang merupakan alasan utama berdirinya sebuah perguruan tinggi atau sebuah lembaga / organisasi terdapat juga misi yang merupakan pernyataan tentang satuan pendidikan / perguruan tinggi dalam upaya mencapai visi yang ditetapkan untuk menjadi rujukan bagi penyusunan strategi perguruan tinggi tersebut, baik untuk program jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Pada konteks ini visi dan misi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kegiatannya menggambarkan “rekam jejak” atau reputasi kepada semua stakeholder untuk mencapai kondisi yang dicita-citakan menjadi perwujudan dari tujuan pendidikan (Syafitri et al., 2023).

Dalam tata kelola perguruan tinggi atau sekolah pada umumnya, sering terjadi para pengelolanya tidak memperhatikan visi dan misi yang merupakan identitasnya. Tata kelola sering jatuh pada oportunitas dan pragmatisme dari para pengelolanya, sehingga identitas dari perguruan tinggi tersebut hilang dan tidak terlihat lagi bagi masyarakat dan lingkungannya. Dengan demikian, reputasi sekolah dapat kembali terjaga dengan cara memperkuat identitas dan misi dari perguruan tinggi yang bersangkutan.

2) Meningkatkan Visibilitas melalui Komunikasi yang Efektif

Strategi kedua adalah meningkatkan visibilitas melalui komunikasi yang efektif. Visibilitas berarti tingkat kejelasan dari suatu fenomena ataupun kegiatan agar dapat terlihat atau dilihat oleh masyarakat. Dalam konteks pemasaran pendidikan, visibilitas mengacu kepada sejauh mana suatu produk atau hasil dari pendidikan terlihat dan dikenal oleh masyarakat yang merupakan target pelanggan yang adalah peserta didik. Visibilitas dalam hadir melalui merek di media sosial, iklan, acara promosi sekolah, pameran pendidikan, atau pelbagai bentuk kegiatan sekolah lainnya yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat.

Visibilitas adalah sesuatu yang penting untuk membentuk citra positif, menarik pelanggan potensial, dan menghasilkan nilai jual dan dukungan. Semakin tinggi tingkat visibilitas maka semakin besar pula kemungkinan untuk menarik perhatian calon peserta didik dan menciptakan pengaruh pada masyarakat. Pada era global sekarang ini, visibilitas online dan digital menjadi penting, karena dapat ditemukan melalui mesin-mesin pencari atau platform media sosial yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dari seluruh hal positif yang terjadi di lembaga kampus / perguruan tinggi.

3) Konsentrasi pada Pelayanan Mahasiswa

Strategi ketiga adalah pelayanan kepada mahasiswa. Salah satu hal terpenting dalam meningkatkan reputasi perguruan tinggi adalah konsentrasi terhadap pelayanan kepada mahasiswa baik dalam hal akademik maupun dalam hal bimbingan konseling. Pelayanan kepada mahasiswa merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh perguruan tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan dukungan kepada mahasiswa dalam pelbagai aspek kehidupan mereka sebagai seorang mahasiswa. Tujuan dari pelayanan ini adalah untuk meningkatkan pengalaman mahasiswa, membantu mencapai tujuan akademik dan pengembangan kepribadian, termasuk dalam hal kesejahteraan mahasiswa.

Beberapa contoh pelayanan kepada mahasiswa adalah 1) Bimbingan akademik. Institusi perguruan tinggi dapat memberikan bantuan dalam hal jadwal kuliah, memilih jurusan yang tepat, mengatasi problem akademik serta merencanakan karir dan masa depan mereka; 2) Bantuan keuangan. Tidak semua mahasiswa berasal dari latar belakang keluarga dengan ekonomi yang cukup. Institusi perguruan tinggi dapat membantu mahasiswa yang membutuhkan dukungan finansial, dengan cara memberikan informasi

dan bantuan terkait beasiswa, pinjaman pendidikan, program pengurangan biaya kuliah, atau juga memberikan pekerjaan di lingkungan institusi yang tidak bertentangan dengan waktu perkuliahan mereka; 3) Layanan kesehatan. Institusi perguruan tinggi perlu memberikan layanan medis kepada mahasiswa seperti konsultasi dokter, layanan kesehatan mental dan saran nutrisi. Ketersediaan layanan ini dapat membantu mahasiswa merasa bahwa kesehatan mereka di institusi perguruan tinggi tersebut dijaga dan diperhatikan; 4) Pelayanan perumahan / tempat tinggal. Institusi perguruan tinggi dapat menyediakan layanan tempat tinggal / asrama kepada para mahasiswa yang membutuhkan, terutama yang dekat dengan kampus, nyaman dan aman, serta terdapat pelbagai fasilitas terkait seperti ruang belajar, kamar tidur, pencucian pakaian, dan juga akses internet; 5) Bimbingan dan konseling. Institusi perguruan tinggi juga dapat menyediakan layanan ini seperti konsultasi tentang masalah akademik, masalah pribadi, karir, dan membantu mahasiswa mengatasi tantangan yang mereka hadapi baik di lingkungan institusi maupun di luar institusi; 6) Pusat karir. Institusi perguruan tinggi dapat juga memberikan layanan penempatan kerja, pelatihan ketrampilan, atau informasi tentang kesempatan magang dan pekerjaan, untuk membantu mahasiswa dalam persiapan karir setelah menamatkan perkuliahan mereka. Seluruh pelayanan kepada mahasiswa bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan memfasilitasi perkembangan pribadi dan akademik, sehingga mereka dapat meraih kesuksesan setelah lulus. Keseluruhan layanan ini dapat meningkatkan reputasi institusi perguruan tinggi tersebut dan membuat institusi tetap eksis dalam melayani masyarakat sesuai dengan cita-cita para pendiri institusi tersebut.

4) Meningkatkan Kualitas Pendidikan

Strategi keempat adalah meningkatkan kualitas pendidikan. Kualitas pendidikan merujuk pada sejauh mana suatu instansi perguruan tinggi berhasil mencapai tujuan-tujuan tertentu dan memberikan manfaat yang positif bagi para peserta didik. Kualitas pendidikan tidak hanya mencakup aspek akademis, tetapi juga aspek-aspek lain yang berpengaruh pada pengembangan siswa secara holistik. Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi kualitas pendidikan, seperti: 1) proses pembelajaran, yang berkaitan erat dengan kualitas metode pengajaran, kurikulum dan penilaian [kognitif, afektif dan psikomotorik] (Ilahi, 2023); 2) tenaga pendidik dan tenaga kependidikan, yang berkaitan dengan kualitas mereka dalam mengajar dan pelayanan administrasi, kompetensi, kinerja dan motivasi kerja mereka; 3) fasilitas dan sumber daya, yang berkaitan dengan kualitas sarana fisik, teknologi, perpustakaan, dan sumber daya lainnya yang mendukung kualitas perguruan tinggi; 4) lingkungan sekolah / perguruan tinggi, yang terkait dengan keselamatan, disiplin, budaya sekolah yang mampu mendukung pengembangan minat dan bakat peserta didik; 5) partisipasi orang tua dan masyarakat, yang terkait dengan keterlibatan mereka yang memberi dampak kepada kualitas pendidikan; 6) relevansi kurikulum, yang terkait dengan kesesuaian kurikulum perguruan tinggi dengan kebutuhan aktual dan kebutuhan pasar; 7) evaluasi dan pemantauan kinerja, yang berkaitan dengan sistem penilaian dan evaluasi yang efektif dalam hal pengukuran pencapaian kinerja dari instansi perguruan tinggi (Lusi, 2016).

Dapat dikatakan bahwa peningkatan kualitas pendidikan merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu sistem pendidikan yang mempersiapkan generasi muda menghadapi tuntutan kehidupan, dunia kerja serta kontribusi mereka terhadap masyarakat di era global ini. Pendekatan komprehensif dan holistik dapat menolong meningkatkan pendidikan secara keseluruhan (Chalid, 2007). Dengan demikian, dengan sendirinya instansi perguruan tinggi tersebut dapat mempertahankan sekaligus meningkatkan reputasi mereka di era global ini.

5) Membangun Kemitraan Eksternal

Aspek kelima adalah membangun kemitraan eksternal. Mitra artinya teman, kawan kerja, pasangan kerja atau rekan kerja (Pusat Bahasa Depdiknas, 2008). Suatu proyek strategis terkait dengan tata kelola sekolah akan sangat efektif dan efisien jika terdapat kerja sama yang saling menguntungkan antara pengelola sekolah dengan stakeholder lainnya. Tanpa ada kerja sama yang baik, seluruh proyek pengembangan tidak akan berjalan dengan baik.

Membangun kemitraan eksternal merujuk pada upaya untuk menjalin relasi yang erat dan saling menguntungkan dengan pihak-pihak eksternal dari luar organisasi atau entitas tertentu. Kemitraan ini dapat melibatkan banyak pihak seperti institusi sekolah yang satu dengan yang lain, sekolah dengan pemerintah, sekolah dengan lembaga donor, atau juga bahwa individu dengan sekolah atau lembaga lainnya. Jatmika (Jatmika, 2018) menambahkan pentingnya kemitraan antara sekolah, keluarga / orang tua dan masyarakat dalam upaya meningkatkan mutu dan reputasi sekolah. Tentu yang menjadi tujuan pertama dan utama adalah membangun kemitraan eksternal dengan maksud mencapai keberhasilan bersama, meningkatkan kemampuan tata kelola, dan menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkolaborasi tersebut. Seperti dikatakan oleh Nia Farida (Farida, 2017) bahwa membangun kemitraan eksternal, dapat menciptakan selain reputasi sekolah tersebut dapat juga menciptakan budaya mutu dari sekolah yang bersangkutan.

Ada beberapa alasan yang menjadi alasan untuk membangun kemitraan eksternal yaitu, 1) sumber daya bersama, bahwa melalui sumber daya bersama ini, institusi perguruan tinggi dapat berbagi sumber

daya, pengetahuan dan keahlian dengan para mitra mereka; 2) akses pasar, bahwa dengan kemitraan yang baik dapat membuka pintu akses ke pelanggan / konsumen yang mungkin sulit atau mahal untuk diakses tanpa bantuan mitra; 3) inovasi, bahwa dengan berkolaborasi dengan mitra eksternal, sekolah dapat menaikkan kemampuan inovasinya dengan menggabungkan ide, teknologi, dan pengalaman dari berbagai sumber; 4) risiko berbagi, bahwa melalui program kemitraan memungkinkan pembagian risiko dengan mitra yang lainnya. Artinya bahwa dengan berkolaborasi, risiko dapat tersebar lebih merata, dan setiap pihak terkait dapat membantu mengatasi tantangan yang mungkin muncul; 5) relasi positif dengan stakeholder, bahwa sekolah tetap menemukan eksistensinya dalam relasi dan komunikasi yang baik dengan para calon pelanggan, pelanggan, pemerintah dan masyarakat.

6) Penguatan Komunikasi melalui Humas dan Media Relasi Sekolah

Reputasi sebuah institusi perguruan tinggi ataupun sekolah sangat ditentukan oleh strategi komunikasi melalui peran humas yang baik serta penguatan media relasi media yang teratur dan konsisten. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kurnia dkk (Kurnia et al., 2013) mengatakan bahwa penguatan reputasi sekolah ditentukan strategi sekolah dalam membangun citra sekolah berdasarkan perilaku sekolah, interpretasi sekolah dan komunikasi sekolah, yang semuanya digiatkan melalui humas dan media relasi sekolah. Dalam bukunya berjudul Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi, Ruslan (Ruslan, 2008) mengatakan bahwa ada 7 fungsi humas yang harus diperhatikan demi meningkatkan citra sekolah: identifikasi masalah yang muncul, identifikasi masalah-masalah di setiap unit kerja, evaluasi perilaku setiap unit kerja, identifikasi struktur kekuasaan setiap unit kerja, pemilihan opsi strategi public relations, identifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijakan yang sedang berjalan serta terakhir adalah menjabarkan strategi-strategi yang harus dilakukan untuk perbaikan. Selain itu, diperlukan strategi teknis lainnya seperti peningkatan perbaikan sarana dan prasarana, penentuan skala prioritas dari sarana dan prasarana serta perawatan sarana dan prasarana yang ada. Selain sarana dan prasarana yang perlu, Nurdiansah (Nurdiansyah, 2023) mengatakan bahwa humas dan media relasi sekolah perlu juga memiliki kemampuan dalam mengelola publikasi secara digital serta menyusun program kehumasan yang inovatif dan kreatif demi pengembangan reputasi sekolah.

SIMPULAN

Memasuki Era globalisasi dan era serba digital, tantangan perguruan tinggi berhadapan dengan tata kelola yang baik dan tetap dicintai masyarakat semakin sulit. Berbagai strategi untuk menjaga eksistensi perguruan tinggi tetap harus dicari, diupayakan dan dijaga agar cita-cita dan tujuan pendidikan dapat tercapai dengan baik. Reputasi perguruan tinggi di era global dan digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi perguruan tinggi terhadap perkembangan teknologi informasi dan digital yang sedang melanda berbagai aspek kehidupan, terutama dalam bidang pendidikan. Oleh karena itu diperlukan komitmen dan dedikasi yang tinggi dari para pemimpin perguruan tinggi dalam mengelola institusi pendidikannya. Budaya sekolah di perguruan tinggi, penguatan humas dan media relasi publik baik offline maupun online tetap harus digiatkan dengan beradaptasi kepada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tanpa harus terseret di dalamnya. Karena itu dibutuhkan penguatan bagian humas dan relasi publik dalam menyusun strategi peningkatan reputasi institusi perguruan tinggi di jaman global dan serba digital sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. B., & Deli, T. (2000). Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Penabur Ilmu.
- Alpitasi, S. F. (2023). Kemendikbudristek Beberkan Alasan Pencabutan Izin Operasional 23 Perguruan Tinggi. Media Indonesia. [https://mediaindonesia.com/humaniora/586627/kemendikbudristek-beberkan-alasan-pencabutan-izin-operasional-23-perguruan-tinggi#:~:text=“Terdapat 23 Perguruan tinggi yang,Pendidikan Tinggi Kebudayaan%2C Riset dan](https://mediaindonesia.com/humaniora/586627/kemendikbudristek-beberkan-alasan-pencabutan-izin-operasional-23-perguruan-tinggi#:~:text=“Terdapat%20Perguruan%20tinggi%20yang,Pendidikan%20Tinggi%20Kebudayaan%20Riset%20dan%20Peningkatan%20Mutu%20Pendidikan%20di%20Perguruan%20Tinggi%20.Paper%20seminar%20sistem%20informasi%20manajemen%20,415-422.”)
- Chalid, S. (2007). Peningkatan Mutu Pendidikan di Perguruan Tinggi. Paper seminar sistem informasi manajemen, 2, 415–422.
- CNN Indonesia. (2023). Kemendikbud Cabut Izin Operasional 23 Perguruan Tinggi Bermasalah. CNN Indonesia. [https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230526154147-20954438/kemendikbud-cabut-izin-operasional-23-perguruan-tinggi bermasalah#:~:text=Kementerian Pendidikan%2C Kebudayaan%2C Riset%2C,tinggi yang dicabut izin operasionalnya.](https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230526154147-20954438/kemendikbud-cabut-izin-operasional-23-perguruan-tinggi%20bermasalah#:~:text=Kementerian%20Pendidikan%20Kebudayaan%20Riset%20,tinggi%20yang%20dicabut%20izin%20operasionalnya.)
- Farida, N. (2017). Strategi Mitra Eksternal (MIE) menuju Sekolah Bermutu. I(1), 80–86.
- Ilahi, A. (2023). Ranah Penilaian Kognitif, Afektif, dan Psikomotor. <https://www.afdhalilahi.com/2015/12/ranah-penilaian-kognitif-afektif-dan.html>
- Jatmika, S. (2018). Pelaksanaan Kemitraan Antara Sekolah, Keluarga, dan Masyarakat pada SMK Bisnis Manajemen Kota Surakarta. Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial, 28(2), 36–43.

- Kurnia, I. H., Santoso, D., & Dkk. (2013). REPUTASI SEKOLAH (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta). *Jupe UNS*, 1(2), 1–17. <https://media.neliti.com/media/publications/13532-ID-strategi-humas-dalam-meningkatkan-reputasi-sekolah-studi-kasus-di-sma-negeri-1-s.pdf>
- Lay, S. (2023). Survei tentang Reputasi Sekolah se Yayasan Budi Bakti Keuskupan Sibolga.
- Lusi, W. P. (2016). Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Indonesia Melalui Supervisi Pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 1, 1–4.
- Neni Herlina. (2020). Membangun Reformasi Birokrasi di Jalur Yang Tepat. *Humas Ditjen Dikti Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*. <https://dikti.kemdikbud.go.id/kabar-dikti/kabar/membangun-reformasi-birokrasi-di-jalur-yang-tepat/>
- Nurdiansyah, D. (2023). Strategi Pengelolaan Reputasi dalam Kegiatan Humas Institut Teknologi Telkom Purwokerto di Disruption Era. 5(1).
- Nurjanah, A. (2022). Komunikasi CSR dan Reputasi. *Samudra*.
- Oplatka, I., & Nupar, I. (2013). The Components and Determinants of School Reputation: Insights from Parents' Voices. *Education and Society*, 30(1), 37–52. <https://doi.org/10.7459/es/30.1.04>
- Pratama, A. M. (2022). Globalisasi: Pengertian, Ciri-ciri dan Dampak-dampaknya. *KOMPAS*. <https://money.kompas.com/read/2021/10/26/183000326/globalisasi-adalah-pengertian-ciri-ciri-dan-dampak-dampaknya?page=all>
- Pusat Bahasa Depdiknas. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia* (Dendy Sugono (ed.)). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reed Kennedy. (2020). *Strategic Management*. Virginia Tech Publisching.
- Ruslan, R. (2008). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Sari, D. K., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Reputasi Sekolah Terhadap Wom (Word of Mouth) Peran Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 18(2), 162–170. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i2.47960>
- Syafitri, I. R., Halimahturrafiah, N., Sucipto, E., & Sabandi, A. (2023). Merumuskan Visi dan Misi pada Pendidikan Dasar dalam Mencapai Tujuan Pendidikan di Indonesia. *Aulad : Journal on [21] Early Childhood*, 6(3), 234–243. <https://doi.org/10.31004/aulad.v6i1.504>
- Wahjono, S. I., Marina, A., Rahim, A. R., Rasulong, I., & Yani, T. I. I. (2020). *Perilaku Organisasi di Era Revolusi Industri 4,0* (1 ed.). Rajawali Press.
- Zen Istiarsono. (2016). Tantangan Pendidikan dalam Era Globalisasi: Kajian Teoritik. *Jurnal Intelegensia*, 1(2), 19–24.