

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan kebutuhan mendasar yang wajib diperjuangkan oleh masyarakat Indonesia. Setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan yang terbaik.¹ Dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 31 Ayat 1 ditegaskan bahwa "setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan". Di Indonesia, pemerintah mewajibkan masyarakat untuk menyelesaikan pendidikan dasar yang berlangsung selama 6 tahun (antara usia 7 hingga 12 tahun), kemudian dilanjutkan dengan pendidikan menengah pertama selama 3 tahun (usia 12–15 tahun), dan pendidikan menengah atas di SMA atau SMK selama 3 tahun. Untuk membentuk sumber daya manusia yang unggul, tentu diperlukan sistem pendidikan yang bermutu.² Sebagai lembaga penyedia layanan pendidikan, sekolah dituntut untuk terus belajar dan berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan siswanya. Pendidikan yang diberikan di sekolah merupakan salah satu cara nyata dalam membentuk kemampuan dan karakter siswa. Keberadaan lembaga pendidikan tidak hanya menjadi kebutuhan sosial, tetapi juga menjadi bagian penting dalam aspek etika, ekonomi, politik, dan bahkan sebagai simbol kemajuan. Mengikuti pendidikan juga dianggap sebagai bentuk investasi, karena dapat meningkatkan harga diri dan derajat seseorang di masyarakat.³

¹ Fauzie, N. A., & Abidin, M. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Tenaga Pendidik terhadap Keputusan Calon Siswa Melanjutkan Studi. *Journal of Education Research*, 5(4), 5091-5102.

² Oktaviani, C. R. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sekolah Menengah Atas Swasta Menggunakan Metode Weighted Product. <http://ojs.stmikbanjarbaru.ac.id/index.php/progresif/article/view/1066>.

³ Zakaria, W., Yuniaty, U., & Puspitasari, E. E. (2023). Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(2), 64-75. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR/article/download/5545/1981>.

Di era globalisasi saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan sangat cepat. Banyak sekolah kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Melalui platform tersebut, sekolah membagikan berbagai informasi, seperti program unggulan, kegiatan sekolah, prestasi siswa, hingga pengumuman penting, sekaligus menjalin komunikasi dua arah dengan siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Selain itu, sekolah juga menggunakan website resmi untuk menyajikan informasi lengkap mengenai profil sekolah, program-program terbaik, jadwal kegiatan, hingga prosedur penerimaan siswa baru, yang semuanya bertujuan untuk memperkuat citra dan kepercayaan publik terhadap sekolah di era digital.⁴ Namun demikian, masih banyak sekolah yang belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai sarana promosi. Kondisi ini mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat antar sekolah dalam upaya menjaga eksistensi, meningkatkan mutu pendidikan, dan terus berinovasi guna memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Persaingan ini muncul karena para orang tua semakin teliti dan selektif dalam memilih sekolah terbaik untuk anak-anaknya, apalagi dengan hadirnya sekolah-sekolah baru yang menawarkan fasilitas lengkap dan modern. Akibatnya, kompetisi antar sekolah untuk menarik siswa baru setiap tahun semakin meningkat.⁵

Banyak sekolah swasta yang bersaing ketat, bahkan dengan sekolah negeri. Banyak di antaranya menjadi sekolah favorit dan menawarkan berbagai program inovatif untuk menarik minat calon peserta didik baru. Saat ini, sekolah negeri masih menjadi pilihan utama masyarakat karena tingginya minat, bahkan sering kali melebihi kapasitas yang tersedia. Hal ini membuat sekolah swasta perlu melakukan usaha lebih dalam mempromosikan program-program

⁴ Putri, I. M., Rasyid, A., & Yazid, T. P. (2025). Digital public relations sebagai media publikasi dalam dunia pendidikan. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 11(1), 1-19.

⁵ Falah, R. Z., Muchlisin, I., Indriyani, D., Ulyahimawati, V., & Haq, M. M. B. (2023). Strategi Membangun Brand Image Sekolah Berbasis Pesantren (Studi di SMA Syubbanol Wathon Secang Magelang). *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 145-164.

mereka untuk menarik pendaftar. Meskipun sekolah swasta telah memiliki kualitas yang baik dan mampu bersaing, masyarakat tetap cenderung memilih sekolah negeri karena biaya yang lebih terjangkau dan kemudahan akses untuk melanjutkan ke perguruan tinggi negeri atau bahkan ke luar negeri. Persaingan antar SMA swasta tidak hanya terletak pada fasilitas, tetapi juga pada program-program unggulan yang ditawarkan. Selain perbedaan biaya dan sarana, sekolah negeri dan swasta juga memiliki perbedaan dalam kurikulum, tenaga pengajar, karakteristik siswa, serta lingkungan sosialnya. Saat ini, kualitas pendidikan baik di sekolah negeri maupun swasta sangat dipengaruhi oleh citra sekolah tersebut. Citra sekolah akan membentuk kesan tersendiri di mata masyarakat.⁶

Menurut Agung Prasetyo (2024) citra dapat diartikan sebagai pandangan atau kesan umum yang dimiliki konsumen atau masyarakat terhadap suatu lembaga maupun perusahaan.⁷ Sementara itu Bukhari Alma (2021) menyebutkan bahwa citra sekolah merupakan persepsi atau pandangan masyarakat terhadap sekolah sebagai suatu lembaga pendidikan. Citra ini terbentuk dari berbagai informasi, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki seseorang mengenai sekolah tersebut. Apabila citra sekolah yang terbentuk positif, maka masyarakat cenderung memiliki pandangan yang baik terhadap sekolah tersebut, begitu pula sebaliknya jika citranya negatif, maka persepsi masyarakat pun akan kurang baik.⁸

Citra atau reputasi yang dimiliki oleh sekolah adalah salah satu hal penting yang diperhatikan siswa dan orang tua saat memilih sekolah. Banyak orang tua dan siswa tidak hanya menilai dari segi akademik,

⁶ Dewi, M. D. C., & Sukresna, I. M. (2023). Strategi Pengembangan Citra Merek Di SMA Khalifa IMS Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2).

⁷ Putri, H. J., Mardiana, R., & Juhari, A. (2024). Pengaruh Citra Sekolah Dan Harga Terhadap Keputusan Orang Tua Siswa Dalam Memilih Sekolah Lanjutan di Smpit Luqman Al Hakim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 1-12. <https://doi.org/10.71277/0w0mvq95>.

⁸ Ahidin, U. (2021). Pengaruh citra sekolah dan biaya pendidikan terhadap keputusan siswa untuk melanjutkan pendidikan ke SMK. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*. <https://doi.org/10.29210/-020211138>.

tetapi juga dari reputasi sekolah yang terbentuk di lingkungan sekitar. Citra yang baik dapat menciptakan kepercayaan dan mendorong masyarakat untuk memilih sekolah tersebut, bahkan meskipun biaya pendidikannya lebih tinggi. Dengan kata lain, citra sekolah yang kuat mampu memberikan nilai tambah yang membuat sekolah lebih unggul di mata calon peserta didik dan orang tua.

Oleh karena itu, penting bagi sekolah untuk membentuk citra yang baik melalui berbagai program yang berkualitas, agar masyarakat memiliki pandangan positif terhadap sekolah tersebut. Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan pun meningkat, sehingga mereka semakin selektif dalam mencari dan memilih sekolah yang dianggap unggul dan memiliki reputasi yang baik. Namun masih banyak siswa yang masih kesulitan dan belum yakin saat memilih sekolah untuk melanjutkan pendidikan. Kondisi ini muncul karena beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman terhadap minat dan bakat, keterbatasan informasi mengenai sekolah, serta tekanan dari lingkungan sekitar. Dalam kondisi ini, ada banyak hal yang menjadi pertimbangan sebelum seorang siswa memilih sekolah sebagai tempat belajarnya. Umumnya, proses pengambilan keputusan dimulai dari menentukan tujuan terlebih dahulu, kemudian mencari beberapa pilihan, dan akhirnya memilih opsi yang dirasa paling sesuai. Namun, ada juga siswa yang memilih sekolah secara spontan tanpa perencanaan yang jelas. Padahal, memilih sekolah sebaiknya dilakukan secara rasional dan objektif, karena keputusan ini akan memengaruhi bidang keahlian dan masa depan siswa tersebut.⁹

Menurut Siagian (2020), pengambilan keputusan adalah suatu proses yang dilakukan secara sistematis, dimulai dari memahami permasalahan secara menyeluruh, mengumpulkan data dan informasi yang relevan, mempertimbangkan berbagai pilihan yang tersedia, hingga akhirnya memilih tindakan yang dianggap paling tepat

⁹ Hadi, I., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih sekolah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Jembrana sebagai tempat belajar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 584-593.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20128>.

berdasarkan pertimbangan yang logis. Sementara itu, Wilson (2020) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan sebaiknya dilakukan secara bertahap, yaitu mengidentifikasi dan merumuskan masalah, menyusun serta mengevaluasi berbagai pilihan solusi, memilih pilihan yang paling tepat, menerapkan keputusan yang dipilih, dan mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah dipilih.¹⁰

Keputusan dalam memilih tempat belajar dapat disamakan dengan proses pengambilan keputusan saat membeli suatu produk. Proses ini mencakup seluruh aktivitas yang dilakukan sebelum seseorang memutuskan untuk menggunakan barang atau jasa, termasuk saat mempertimbangkan pilihan sekolah atau lembaga pendidikan.¹¹ Pemilihan sekolah, khususnya jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA), menjadi keputusan yang sangat strategis karena berpengaruh langsung terhadap kualitas pendidikan dan masa depan siswa. SMA memiliki peran penting dalam membentuk dan mempersiapkan generasi yang berkualitas. Diharapkan lulusan SMA mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, atau sukses dalam dunia kerja.

Kurangnya pemahaman terhadap minat dan bakat membuat banyak siswa merasa bingung dalam menentukan jurusan atau bidang yang sesuai dengan potensi diri mereka. Akibatnya, pilihan sekolah sering kali tidak didasarkan pada pertimbangan yang matang, melainkan hanya ikut-ikutan teman atau mengikuti keinginan orang tua. Selain itu, keterbatasan informasi mengenai profil sekolah, program unggulan, kualitas tenaga pengajar, dan prospek lulusan juga menjadi kendala yang cukup besar. Tidak semua siswa dan orang tua memiliki akses yang memadai terhadap sumber informasi yang akurat dan lengkap. Ditambah lagi, tekanan dari lingkungan sekitar, seperti dorongan untuk masuk ke sekolah 'favorit' atau sekolah yang dianggap bergengsi, sering

¹⁰ Ismaulina, & Muhyatsyah, A. (2020). Keputusan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhi memilih jurusan baru.

¹¹ Arifai, M. K. (2023). Faktor Penentu Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 6, <https://doi.org/10.32493/j-pkpk.v6i3.30162>.

kali membuat siswa mengabaikan kecocokan antara diri mereka dengan karakteristik sekolah yang akan dipilih. Jika tidak ditangani dengan bijak, kondisi ini dapat berdampak pada ketidaksesuaian antara pilihan sekolah dengan kebutuhan dan potensi siswa, yang pada akhirnya memengaruhi semangat belajar dan pencapaian akademik mereka di masa yang akan datang. Maka dari itu penting untuk siswa memilih keputusan berdasarkan pilihannya sendiri agar pembelajaran dapat terlaksana dengan baik dan mengerjakannya tanpa paksaan dari siapapun.

Berdasarkan data pokok pendidikan setiap tahun jumlah siswa Sekolah Menengah Atas Swasta di Kecamatan Pulo Gadung mengalami peningkatan, namun ada juga yang mengalami penurunan. Berikut data jumlah siswa Sekolah Menengah Atas Swasta di Kecamatan Pulo Gadung

Tabel 1. 1 Jumlah Siswa SMA Swasta di Kecamatan Pulo Gadung, Jakarta Timur.

Tahun Ajaran 2020-2025

No	Sekolah	Tahun				
		2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
1	SMA Labschool Jakarta	743	767	747	760	794
2	SMAS Diponegoro 1 Jakarta	579	743	813	880	837
3	SMAS Muhammadiyah 11 Jakarta	321	388	532	502	531
4	SMAS Don Bosco 2 Jakarta	315	328	327	333	337
5	SMAS Pelita Tiga No 3 Jakarta	231	352	479	502	391

No	Sekolah	Tahun				
		2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
6	SMAS Fransiskus 2 Jakarta	178	241	244	242	222
7	SMA Global Sevilla Pulomas	106	140	108	181	195
8	SMAS Tunas Markatin Jakarta	100	115	149	176	181
9	SMAS Al Ghurabaa Jakarta	94	119	101	119	154
10	SMAS Dian Persada Jakarta	58	52	37	40	35
11	SMAS Al Hikmah Jakarta	46	49	45	39	31
12	SMAS Villa Mas Jakarta	24	19	30	40	58

Sumber: Data Pokok Pendidikan (DAPODIK)

Data tersebut mencerminkan tingkat minat siswa terhadap sekolah-sekolah tertentu di Kecamatan Pulo Gadung dengan menganalisis jumlah siswa SMA Swasta di Kecamatan Pulo Gadung, Jakarta Timur selama 5 tahun terakhir. Terlihat bahwa tren peningkatan maupun penurunan jumlah siswa di masing-masing SMA swasta dapat mencerminkan bagaimana sekolah-sekolah tersebut membangun dan mempertahankan citra mereka di mata masyarakat. Sekolah yang mengalami peningkatan jumlah siswa dari tahun ke tahun umumnya mampu menjaga kepercayaan masyarakat melalui program unggulan, kualitas layanan pendidikan, serta strategi komunikasi yang efektif. Sebaliknya, penurunan jumlah siswa bisa menjadi indikasi adanya

tantangan dalam mempertahankan citra sekolah atau kemampuan bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian Mahendra et al. (2024) menunjukkan bahwa citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah. Hal ini menegaskan pentingnya citra positif dalam membentuk persepsi siswa terhadap sekolah.¹² Kemudian Harahap, Rachmawati, dan Handoko (2025) menunjukkan bahwa citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya di SMP Citra Berkat Surabaya. Hasil penelitian menegaskan bahwa semakin baik citra yang dibangun oleh pihak sekolah melalui kualitas pendidikan, reputasi, serta kepercayaan masyarakat maka semakin besar kemungkinan orang tua memilih sekolah tersebut. Hal ini memperkuat argumen bahwa citra positif menjadi faktor strategis dalam menentukan pilihan pendidikan, bahkan lebih kuat dibandingkan faktor lokasi sekolah.¹³ Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2018) di SMA Negeri 1 Sumberrejo mengungkapkan bahwa citra lembaga secara signifikan memengaruhi keputusan siswa dalam memilih sekolah. Hasil penelitian ditemukan bahwa citra sekolah memiliki kontribusi positif terhadap memilih keputusan, dengan pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan faktor efikasi diri. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi siswa terhadap nama baik, nilai-nilai, dan reputasi sekolah menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan. Maka dari itu, sekolah yang memiliki citra kuat akan lebih mudah menarik minat calon siswa di tengah persaingan yang semakin ketat.¹⁴

¹² Mahendra, K. A. D., Wimba, I. G. A., & Sunny, M. P. (2024). Citra Sekolah dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah Pada SMAN 1 Kerambitan Tabanan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(11), 2206-2214. <https://doi.org/http://ejo-urnal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/6216>.

¹³ Harahap, N., Rachmawati, I., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Biaya Pendidikan, Lokasi, dan Citra Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Menengah Pertama (SMP) Citra Berkat Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.32815/jubis.v5i2.2553>.

¹⁴ Prasetyo, A. (2018). Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah SMA Negeri 1 Sumberrejo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1). <https://beritabojonegoro.com>.

Di wilayah Kecamatan Pulo Gadung, Jakarta Timur, terdapat SMA swasta yang cukup banyak dan dikenal masyarakat dengan karakteristik yang beragam baik dari segi fasilitas, program unggulan dan latar belakang siswanya. Namun demikian, tidak semua sekolah mampu membentuk citra yang kuat dan konsisten di benak masyarakat, khususnya dalam hal memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi publik. Beberapa sekolah seperti SMA Pelita Tiga mengalami penurunan jumlah siswa baru, yang diduga berkaitan dengan minimnya eksposur digital dan promosi daring yang kurang maksimal, meskipun secara kualitas dan akreditasi mereka setara dengan sekolah lainnya. Persepsi masyarakat terhadap sekolah swasta di daerah ini sangat dipengaruhi oleh faktor lokal seperti aksesibilitas transportasi, jaringan alumni, kesenjangan status sosial antar sekolah, dan kehadiran sekolah-sekolah negeri unggulan sebagai pembanding langsung. Sekolah-sekolah swasta berakreditasi A di Pulo Gadung, meskipun telah memiliki capaian mutu yang tinggi secara formal, tetap harus berkompetisi untuk membangun kepercayaan dan nilai yang positif di tengah publik yang semakin rasional dan selektif. Dalam konteks inilah, citra sekolah menjadi kunci strategis untuk memahami dan mempengaruhi pengambilan keputusan siswa secara lebih mendalam.

Namun, sejauh ini masih sedikit penelitian yang membahas sejauh mana citra sekolah memengaruhi pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah pada wilayah Jakarta. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra sekolah terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih SMA swasta di daerah tersebut. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi pilihan siswa, diharapkan pihak sekolah dapat menyusun strategi promosi yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan daya saing mereka di tengah ketatnya persaingan.

Penelitian ini secara khusus hanya memilih SMA swasta berakreditasi A sebagai fokusnya. Karena kelompok sekolah ini

memiliki kualitas dan standar yang sama dengan menyediakan layanan pendidikan unggul secara formal, namun tetap harus berhadapan dengan tantangan preferensi masyarakat yang terkadang lebih memilih sekolah negeri. Di sisi lain, sekolah-sekolah ini memiliki kapasitas promosi, reputasi, dan potensi citra yang lebih terstruktur, sehingga penting untuk dianalisis bagaimana kekuatan citranya berdampak pada pengambilan keputusan siswa memilih sekolah.

Atas dasar uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Menengah Atas Swasta di Kecamatan Pulo Gadung"**.

B. Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Banyaknya pilihan sekolah menengah atas, baik negeri maupun swasta, menyebabkan persaingan antar sekolah semakin ketat dalam menarik minat calon peserta didik.
2. Belum semua sekolah swasta mampu memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana membangun citra sekolah untuk menarik calon siswa.
3. Masih terdapat siswa yang mengalami kebingungan dalam menentukan pilihan SMA swasta yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka.
4. Informasi mengenai keunggulan, fasilitas, dan prestasi sekolah swasta belum sepenuhnya tersampaikan secara jelas kepada calon siswa.
5. Persepsi masyarakat terhadap kualitas sekolah swasta masih beragam, sehingga memengaruhi kepercayaan siswa dalam mengambil keputusan memilih sekolah.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian sehingga tidak terlalu luas, diperlukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah tersebut yaitu:

1. Citra sekolah dalam penelitian ini dibatasi pada persepsi siswa terhadap kualitas, reputasi, serta layanan pendidikan yang ditawarkan oleh SMA swasta. Variabel ini diposisikan sebagai variabel independen (X).
2. Pengambilan keputusan dibatasi pada proses yang dilakukan siswa dalam menentukan pilihan sekolah menengah atas swasta. Variabel ini diposisikan sebagai variabel dependen (Y).
3. Objek penelitian dibatasi pada SMA swasta yang berada di Kecamatan Pulo Gadung dan berakreditasi A
4. Waktu penelitian dibatasi pada pelaksanaan penelitian pada tahun 2025.

D. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan batasan yang ada, peneliti merumuskan permasalahannya yaitu:

1. Seberapa tinggi citra sekolah dipersepsikan secara positif oleh siswa SMA swasta?
2. Seberapa tepat tingkat pengambilan keputusan siswa dalam memilih SMA swasta?
3. Apakah citra sekolah yang dipersepsikan secara positif berpengaruh terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih SMA swasta?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan yang akan diraih dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi citra sekolah dipersepsikan secara positif oleh siswa SMA swasta.

2. Untuk mengetahui seberapa tepat tingkat pengambilan keputusan siswa dalam memilih SMA swasta.
3. Untuk mengetahui apakah citra sekolah yang dipersepsikan secara positif berpengaruh terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih SMA swasta.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menyajikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang manajemen pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh citra sekolah terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi akademisi dan peneliti yang akan mengkaji topik serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Kepala Sekolah

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi kepala sekolah dalam memahami pentingnya membangun citra sekolah yang positif sebagai strategi untuk menarik minat calon siswa. Temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam perumusan kebijakan promosi, pengelolaan sekolah, dan strategi pemasaran pendidikan.

b. Bagi Siswa

Penelitian ini diharapkan dapat membantu siswa memahami pentingnya citra sekolah dalam memilih SMA swasta, sehingga siswa dapat lebih kritis dan rasional dalam menentukan pilihan sekolah tidak hanya berdasarkan informasi singkat tetapi dengan mempertimbangkan reputasi, kualitas layanan, dan manfaat pendidikan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pendidikan mereka.

c. Bagi Orang Tua Siswa

Penelitian ini diharapkan dapat membantu orang tua dalam memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai citra sekolah, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mendampingi anak mengambil keputusan memilih SMA swasta yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan.

d. Bagi Yayasan Pendidikan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi yayasan pendidikan dalam merumuskan kebijakan pengelolaan dan pengembangan sekolah, khususnya dalam upaya membangun citra lembaga pendidikan yang positif dan berkelanjutan.

e. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji citra sekolah dan pengambilan keputusan dalam konteks pendidikan, serta memperluas wawasan di bidang pemasaran jasa pendidikan.

f. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung bagi peneliti dalam melakukan penelitian kuantitatif serta menambah pemahaman tentang pengaruh antara citra sekolah dan pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah.