

## Peran Reputasi Sekolah Terhadap Preferensi Orang Tua Memilih SMP Swasta: Kajian Prisma

Dyah Zakiati<sup>1</sup>, Wahyu Sri Ambar Arum<sup>2</sup>, Winda Dewi Listyasari<sup>3</sup>, Linda Ika Mayasari<sup>4</sup>, Muhammad Takdir<sup>5</sup>  
Magister Manajemen Pendidikan, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia  
<sup>1</sup>\*dyah.zakiati@mhs.unj.ac.id

---

### Riwayat Artikel

Submitted: 10-12-2025  
Accepted: 20-12-2025  
Published: 31-12-2025

**Prosiding Fakultas Ilmu  
Pendidikan Universitas  
Negeri Jakarta**  
diterbitkan oleh Fakultas  
Ilmu Pendidikan,  
Universitas Negeri Jakarta



---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran reputasi sekolah terhadap preferensi orang tua memilih Sekolah Menengah Pertama Swasta. Kajian ini fokus pada identifikasi reputasi sekolah, pengaruh reputasi sekolah terhadap keputusan sekolah, serta kecenderungan pemilihan sekolah oleh orang tua. Penelitian ini menggunakan metode PRISMA. Pencarian artikel dilakukan melalui Google Scholar menggunakan aplikasi *Publish or Perish* dengan kata kunci terkait reputasi sekolah, preferensi orang tua, SMP Swasta dibatasi tahun 2020-2025. Dari 200 artikel awal, proses seleksi menghasilkan 13 artikel jurnal yang memenuhi kriteria setelah mengeliminasi duplikat, artikel yang tidak relevan, serta yang tidak dapat diakses. Hasil sintesis menunjukkan bahwa reputasi sekolah dibangun melalui kualitas guru, mutu pembelajaran, layanan sekolah, keamanan, kedisiplinan, fasilitas, serta program unggulan. Sebagian besar penelitian menyatakan bahwa reputasi dan citra sekolah berpengaruh positif terhadap keputusan orang tua. Namun demikian, di wilayah tertentu terutama di wilayah dengan keterbatasan ekonomi, atau akses, faktor biaya pendidikan dan kedekatan lokasi lebih dominan dibanding reputasi sekolah.

**Kata kunci:** reputasi sekolah; keputusan orang tua; citra sekolah; preferensi memilih sekolah; PRISMA

---

### Abstract

*This study aims to analyze the role of school reputation on parents' preferences in choosing private junior high schools. This study focuses on identifying school reputation, the influence of school reputation on school decisions, and the tendency of parents to choose schools. This study uses the PRISMA method. Article searches were conducted through Google Scholar using the Publish or Perish application with keywords related to school reputation, parental preferences, and private junior high schools limited to the years 2020-2025. From the initial 200 articles, the selection process resulted in 13 journal articles that met the criteria after eliminating duplicates, irrelevant articles, and those that were inaccessible. The synthesis results show that school reputation is built through teacher quality, learning quality, school services, security, discipline, facilities, and flagship programs. Most studies state that school reputation and image have a positive influence on parents' decisions. However, in certain areas, especially those with limited economic or access limitations, educational costs and location are more dominant than school reputation.*

**Keywords:** school reputation; parental decision; school image; school choice preferences; PRISMA

## PENDAHULUAN

Bagi banyak orang tua, memilih sekolah untuk anak, terutama pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP), adalah keputusan penting. Reputasi sekolah, nilai-nilai yang diusung lembaga, dan berita di masyarakat mulai memainkan peran yang jauh lebih besar. Reputasi sekolah bukan hanya atribut tambahan, tetapi bagian dari pertimbangan utama yang memengaruhi keputusan orang tua.

Sejumlah studi dari berbagai konteks, baik global maupun lokal, mengidentifikasi reputasi sebagai gabungan dari beberapa dimensi utama. Dalam konteks keluarga militer (Soldevila, 2022) dan studi di sekolah Islam terpadu, reputasi dipandang sebagai kemampuan sekolah dalam mendukung kebutuhan akademik, emosional, perilaku, serta bagaimana sekolah melibatkan pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti guru, orang tua, dan komite. Dimensi serupa terlihat di ranah kompetisi, di mana reputasi berfungsi sebagai menciptakan efek kompetitif antar sekolah (misalnya di Seoul), yang pada akhirnya mendorong peningkatan mutu.

Faktor-faktor yang membentuk reputasi ini terbagi menjadi aspek substantif dan komunikasi. Aspek substantif yang konsisten muncul dalam kajian di Yangon, Chittagong, maupun Arab Saudi meliputi kualitas guru, kualitas pembelajaran, kondisi kampus, dan prospek masa depan anak. Sementara itu, dalam konteks Indonesia (misalnya di Pekanbaru dan Jakarta), reputasi juga ditopang oleh kualitas layanan (keandalan dan daya tanggap), serta saluran komunikasi seperti *word of mouth* (rekomendasi antarsesama orang tua) dan media sosial. Secara kuantitatif, temuan di Bekasi dan Pontianak menegaskan bahwa reputasi sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua, menjadikannya semacam "shortcut" yang digunakan orang tua di tengah keterbatasan informasi.

Namun, literatur juga memperlihatkan bahwa orang tua jarang mempertimbangkan satu faktor. Mereka merangkai informasi tentang kualitas guru, layanan pembelajaran, keamanan, kedisiplinan, fasilitas, program unggulan, hingga nilai-nilai keagamaan dan sosial yang diusung sekolah ke dalam konsep reputasi. (Lestariningsih, 2021) Di balik kesamaan pola tersebut, terdapat beberapa celah (*gap*) yang perlu dicatat. Pertama, banyak penelitian dilakukan pada konteks yang sangat spesifik (satu sekolah atau satu kota), sehingga hasilnya belum dipetakan secara komprehensif pada jenjang SMP di Indonesia. Kedua, proses sosial terbentuknya reputasi (misalnya melalui jaringan pertemanan atau narasi digital) belum banyak dieksplorasi secara mendalam dalam bentuk sintesis lintas penelitian. Ketiga, beberapa studi menggarisbawahi peran faktor praktis seperti harga, lokasi, dan kemampuan finansial keluarga, yang jarang disandingkan secara utuh dengan reputasi.

Berangkat dari celah tersebut, artikel prosiding ini disusun untuk menyintesis 13 artikel ilmiah yang telah dipilih melalui prosedur PRISMA. Kajian ini fokus pada dua pertanyaan besar: (1) bagaimana reputasi sekolah diposisikan dan dimaknai dalam penelitian-penelitian tentang pemilihan sekolah; dan (2) sejauh mana reputasi sekolah berinteraksi dengan faktor lain—seperti kualitas layanan, kurikulum, biaya, lokasi, dan media komunikasi—dalam memengaruhi keputusan orang tua memilih SMP atau lembaga yang setara. Dengan pendekatan ini, diharapkan muncul gambaran yang lebih utuh tentang apa yang sebenarnya dicari orang tua ketika mereka berkata: "Yang penting, sekolahnya bagus."

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* dengan pedoman PRISMA 2020 (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Metode ini dipilih untuk menyaring, mengevaluasi, dan mensintesis temuan-temuan ilmiah terkait reputasi sekolah dan preferensi orang tua dalam memilih sekolah pada jenjang pendidikan menengah pertama atau lembaga yang setara.

Pencarian literatur dilakukan menggunakan perangkat *Publish or Perish* dengan basis data Google Scholar. Kata kunci yang digunakan mencakup kombinasi berikut: *school reputation*, *parental preference*, *school choice*, *private school*, *junior high school*, serta dalam bahasa Indonesia:

Reputasi sekolah, preferensi orang tua, SMP Swasta. Proses pencarian awal menghasilkan 200 artikel yang berkaitan dengan tema tersebut.

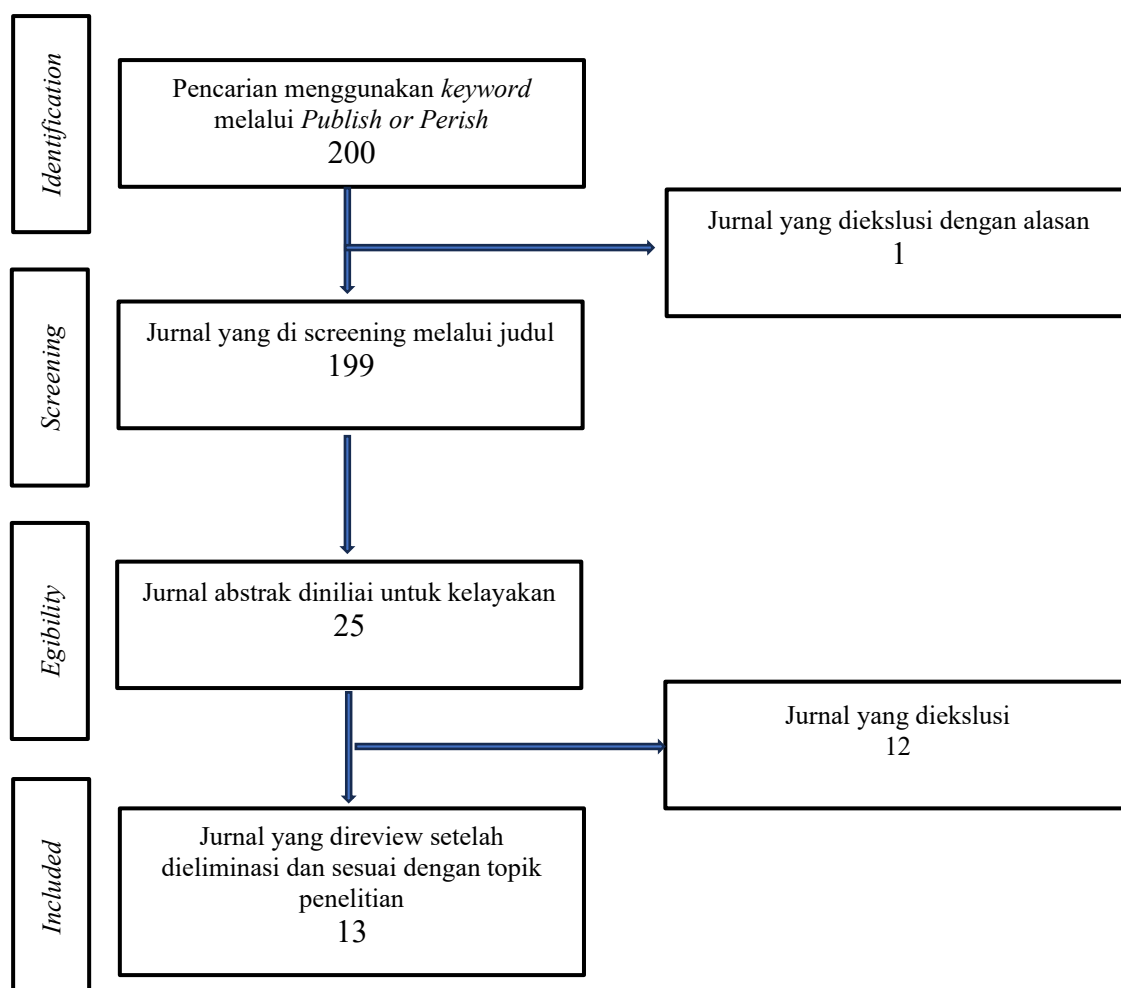
Kriteria inklusi ditetapkan sebagai berikut:

1. Artikel ilmiah dalam bentuk jurnal atau prosiding, bukan skripsi, tesis, atau disertasi.
2. Terbit dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (2020–2025).
3. Memuat tema: reputasi sekolah, atau preferensi orang tua memilih sekolah.
4. Memiliki abstrak lengkap atau full-text sehingga dapat dianalisis.
5. Relevan dengan jenjang SMP atau secondary school, atau konteks setara.

Adapun kriteria eksklusi meliputi:

1. Artikel tidak dapat diakses full-text.
2. Skripsi, tesis, disertasi, atau laporan non-jurnal.
3. Topik tidak relevan setelah dibaca abstraknya.
4. Duplikat hasil penelusuran.

Proses Penyaringan (PRISMA Flow)



Dengan demikian, terdapat 13 artikel yang memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

Analisis dilakukan melalui:

1. Ekstraksi data, meliputi: penulis, tahun, negara, tujuan penelitian, variabel kunci, metode, dan hasil utama.
2. Pengelompokan tematik, yaitu membagi temuan artikel ke dalam tema besar seperti:

- a. Reputasi sekolah dan citra lembaga
  - b. Kualitas layanan dan hubungan sekolah-orang tua
  - c. Lingkungan sekolah dan keamanan
  - d. Pengaruh word of mouth dan media sosial
  - e. Faktor biaya, lokasi, dan fasilitas
3. Sintesis naratif, yaitu menyatukan temuan lintas penelitian untuk menyimpulkan pola umum yang mempengaruhi preferensi orang tua.
- Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyajikan gambaran menyeluruh dan terintegrasi mengenai bagaimana reputasi sekolah mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 200 artikel awal yang diperoleh melalui *Publish or Perish*, proses seleksi bertahap akhirnya menyisakan 13 artikel yang benar-benar memenuhi kriteria: terbit di jurnal/prosiding, relevan dengan tema reputasi sekolah dan keputusan orang tua, memiliki abstrak atau naskah lengkap, serta berada pada konteks jenjang yang setara dengan SMP (junior/middle/secondary level).

Secara geografis, ketiga belas artikel ini mencerminkan konteks yang beragam:

- a. Indonesia (Pekanbaru, Jakarta, Bekasi, Pontianak, Sidoarjo)
- b. Kawasan Asia lainnya (Saudi Arabia, Bangladesh, Myanmar/Yangon)
- c. Konteks internasional lain melalui kajian branding dan school choice.

Dari sisi pendekatan, mayoritas penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi, PLS-SEM, atau *path analysis* untuk menguji pengaruh reputasi, brand image, kualitas layanan, biaya, lokasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan orang tua. Di samping itu, terdapat beberapa studi kualitatif yang memperkaya pemahaman tentang bagaimana orang tua memaknai reputasi dan citra sekolah dalam pengalaman sehari-hari, seperti studi keluarga militer dan stakeholder sekolah Islam terpadu.

Dengan demikian, basis data yang tersusun cukup kokoh untuk melihat pola umum:

1. apa yang dimaksud orang tua ketika mereka menyebut sekolah “bereputasi baik”, dan
2. bagaimana reputasi itu memengaruhi keputusan mereka memilih sekolah untuk anak.

### 1. Reputasi dan Brand Image sebagai Faktor Penentu

Secara konsisten, hampir semua artikel menyiratkan bahwa reputasi atau brand image sekolah adalah salah satu alasan utama orang tua tertarik pada sebuah lembaga. Namun cara reputasi itu diukur dan dimaknai berbeda-beda.

Pada penelitian di SMP Islam Darul Kirom Bekasi, reputasi sekolah diuji secara langsung sebagai variabel independen terhadap keputusan orang tua. Hasilnya jelas: reputasi berpengaruh positif dan signifikan, dengan koefisien regresi sekitar 0,52 dan koefisien determinasi 22,6%. (Haerani & Iskandar, 2025) Secara sederhana, hasil ini menunjukkan bahwa hampir seperempat variasi keputusan orang tua dapat dijelaskan oleh bagaimana mereka memandang nama baik sekolah tersebut. Sisanya tentu berhubungan dengan faktor lain, tetapi reputasi sudah menempati posisi penting sebagai pemicu awal kepercayaan.

Polanya menguat ketika kita melihat studi di Pontianak tentang MIS Al Ikhwah. Di sini, variabel yang diuji adalah harga, brand image, dan word of mouth, dan ketiganya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua. Menariknya, nilai  $R^2$  sebesar 0,835 menunjukkan bahwa 83,5% keputusan orang tua dapat dijelaskan oleh kombinasi tiga faktor tersebut, dengan brand image sebagai variabel yang paling menonjol. (Indra, 2025) Artinya, meskipun faktor biaya tetap diperhitungkan, citra sekolah yang kuat termasuk program tahfidz, fasilitas, dan prestasi lebih menentukan. (Kumara et al., n.d.)

Di sisi lain, studi kualitatif tentang keluarga militer menggambarkan reputasi sebagai sesuatu yang lebih lembut dan emosional: bukan hanya soal ranking atau akreditasi, tetapi bagaimana sekolah dipersepsikan mampu mendampingi anak dalam masa transisi, memahami

karakteristik keluarga militer, serta menyediakan dukungan akademik, emosional, dan sosial. Reputasi di sini bukan sekadar angka, tetapi cerita—tentang bagaimana sekolah memperlakukan anak dan orang tua. (Soldevila, 2022)

Semua ini menunjukkan bahwa reputasi dan brand image bukan sekadar label cantik. Ia adalah ringkasan dari banyak pengalaman, yang kemudian mengambil bentuk sederhana di kepala orang tua: “sekolah ini bagus” atau “sekolah itu jangan”.

## 2. Kualitas Layanan, Kurikulum, dan Program sebagai Isi Reputasi

Penelitian di SMP Negeri 1 Pekanbaru menempatkan kualitas layanan, lokasi, dan program ekstrakurikuler sebagai tiga variabel utama. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiganya berpengaruh signifikan terhadap keputusan orang tua, dengan kualitas layanan sebagai faktor dominan. Layanan yang dimaksud mencakup keandalan sekolah dalam menjalankan program, daya tanggap guru dan staf, rasa aman yang diberikan, empati terhadap kebutuhan siswa, serta kelayakan fasilitas fisik. Orang tua tidak hanya menilai “hasil akhir”, tetapi juga cara sekolah memperlakukan mereka dan anak-anak. (Olivia et al., 2025)

Studi di SMP Bukit Sion Jakarta memperkuat pola tersebut dari sisi lain. Di sana, kurikulum (kombinasi nasional dan internasional), word of mouth, dan media sosial terbukti masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua. (Stephanie et al., 2025) Artinya, ketika sekolah mampu menjelaskan dengan baik keunggulan kurikulumnya, dan itu dikonfirmasi oleh cerita-cerita positif dari orang tua lain serta tampilan yang konsisten di media sosial, reputasinya menguat dan keputusan mendaftar menjadi lebih mantap.

Secara konseptual, dua penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi sekolah tidak muncul begitu saja. Ia dibangun dari interaksi antara isi (mutu pembelajaran dan program) dan cara lembaga mengomunikasikan dirinya kepada publik.

Orang tua cenderung lebih puas terhadap sekolah yang menyediakan lingkungan yang aman, ramah pembelajaran, dan mudah diakses, sedangkan ketidakpuasan terhadap layanan sekolah berpotensi mendorong perpindahan siswa ke sekolah lain, yang pada akhirnya dapat berdampak pada penurunan angka pendaftaran di sekolah negeri apabila kualitas layanan tidak segera ditingkatkan. (Chuktu et al., 2024)

Keputusan orang tua dari kalangan ekonomi menengah dalam memilih Hasanka Boarding School didorong oleh motivasi yang bersifat multidimensional dan holistik, dengan faktor keagamaan sebagai determinan utama yang saling terkait dengan pertimbangan akademik, sosial, fasilitas, dan reputasi sekolah. Hasil ini mengindikasikan bahwa orientasi orang tua tidak semata-mata berfokus pada capaian akademik, melainkan pada upaya membentuk pribadi muslim yang seimbang secara intelektual, spiritual, sosial, dan kultural, yang difasilitasi oleh lingkungan sekolah berbasis komunitas dengan pendekatan keislaman yang moderat. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa nilai-nilai institusional dan karakter lingkungan sekolah memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan serta preferensi orang tua dalam memilih lembaga pendidikan Islam. (Saefulloh, n.d.)

kualitas lingkungan sekolah, termasuk hubungan guru-siswa dan iklim pembelajaran yang suportif, berperan penting dalam membentuk keterlibatan akademik, kesejahteraan emosional, serta mencegah burnout dan masalah perilaku siswa. Secara manajerial dan sosial, penelitian ini menekankan pentingnya mutu pendidikan sebagai faktor kunci dalam preferensi orang tua terhadap sekolah, sekaligus memberikan implikasi bagi pengelola sekolah dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan. (Ramesh, n.d.)

## 3. Word of Mouth, Media Sosial, dan Jaringan Sosial

Salah satu benang merah yang cukup kuat dalam 13 artikel adalah peran word of mouth (WOM) dan jaringan sosial. Bahkan di luar konteks Indonesia, banyak studi yang menyebutkan bahwa orang tua lebih sering mempercayai cerita langsung dari sesama orang tua dibanding informasi formal dari sekolah.

Penelitian di Pontianak dan Jakarta sama-sama menunjukkan bahwa WOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua. Rekomendasi dari kerabat, teman, tetangga, atau sesama orang tua di komunitas ibadah memberi bobot besar pada persepsi: satu cerita negatif bisa membuat satu keluarga batal mendaftar, sementara satu cerita positif mampu mendorong beberapa keluarga mencoba sekolah yang sama. (Indra, 2025)

Dalam konteks yang lebih luas, artikel tentang kebijakan *school choice* di Seoul dan kajian branding di Islamabad menggambarkan bahwa reputasi banyak menyebar melalui jaringan informal—kelompok sosial, komunitas kelas menengah, dan obrolan antar keluarga. (Shahzia Shahbaz, Shahzad Hussain, Mahmood ul Hassan, 2022) Di titik ini, *school choice* tidak lagi sekadar mekanisme administratif, tetapi juga fenomena sosial: siapa berteman dengan siapa, dan cerita apa yang beredar di lingkaran pergaulan mereka. (Kim & Zimmer, 2021)

#### 4. Biaya, Lokasi, dan Lingkungan Fisik Sekolah

Pada penelitian di Sidoarjo, biaya sekolah dan lingkungan sekolah terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih SMP Insan Cendekia Mandiri. Menariknya, ketika diuji sebagai jalur tidak langsung melalui citra sekolah, pengaruh biaya dan lingkungan melalui image justru tidak signifikan. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks tertentu, orang tua membuat keputusan yang sangat praktis: “biayanya sanggup, lingkungannya cocok, maka daftarkan”—tanpa harus lewat persepsi reputasi yang kompleks. (Lestariningsih, 2021)

Penelitian di India juga menunjukkan bahwa faktor ekonomi keluarga berperan penting dalam pemilihan sekolah swasta. Keluarga yang lebih mampu cenderung memilih sekolah yang dinilai lebih berkualitas, sementara keluarga dengan sumber daya terbatas sering kali harus mengompromikan preferensi ideal mereka. (Lohan & Farr, 2020)

Hal ini selaras dengan temuan studi tentang *preference compromise* di pasar pilihan sekolah: kelompok keluarga dengan sumber daya terbatas cenderung lebih banyak berkompromi terhadap kualitas dan reputasi sekolah, karena terikat oleh biaya, jarak, dan keterbatasan akses. Dampaknya, tingkat kepuasan mereka terhadap sekolah yang dipilih cenderung lebih rendah. Di sini, kita melihat bahwa reputasi sekolah dan keterjangkauan tidak selalu berjalan seiring.

Temuan di Dadhing lingkungan sekolah yang aman dan mendukung kesejahteraan siswa merupakan faktor penting dalam keputusan orang tua memilih sekolah, karena rasa aman memungkinkan anak berkembang secara optimal serta mencegah dampak negatif seperti ketidakhadiran, penurunan prestasi, dan gangguan psikologis. Selain itu, ketersediaan dan kualitas fasilitas sekolah juga menjadi pertimbangan utama, di mana lingkungan belajar yang nyaman, didukung teknologi dan sarana yang memadai, dinilai mampu meningkatkan kualitas pembelajaran, mendorong kemandirian belajar siswa, serta memperkuat interaksi dan berbagi pengetahuan antar peserta didik. (Subedi, n.d.)

#### 5. Konteks Keagamaan dan Budaya: Reputasi yang Melekat pada Nilai

Tiga penelitian dalam kumpulan artikel ini mengangkat konteks sekolah berbasis agama:

- a. SMP Islam Darul Kirom Bekasi,
- b. MIS Al Ikhwah Pontianak,
- c. dan sekolah dalam konteks keluarga Muslim di Saudi Arabia.

Dalam ketiga konteks ini, reputasi sekolah tidak hanya dinilai dari prestasi akademik, tetapi juga dari konsistensi nilai keagamaan yang diusung. Orang tua mencari sekolah yang sejalan dengan keyakinan mereka, dan reputasi “baik” sering kali berarti: mengajarkan agama dengan kuat, menjaga pergaulan siswa, memiliki program unggulan seperti tahfidz, serta menghadirkan lingkungan yang dipandang “aman secara moral”.

Penelitian di Saudi Arabia secara eksplisit menyebut bahwa identitas budaya dan religius—seperti pemisahan gender, penekanan pada pendidikan Islam, dan pilihan bahasa—menjadi faktor utama dalam rasionalisasi orang tua ketika memilih sekolah. (Alothman et al., 2024) Ini mengingatkan kita bahwa reputasi sekolah tidak pernah netral: ia selalu dibaca melalui lensa budaya, agama, dan kelas sosial.

Temuan (Kumara et al., n.d.) menyatakan terdapat hubungan/korelasi antara reputasi sekolah dengan keputusan memilih sekolah. Orang tua memilih sekolah yang terkenal karena didorong oleh reputasi sekolah yang kuat di masyarakat.

## 6. Implikasi Teoretis dan Praktis

Dari sintesis 13 artikel ini, beberapa hal dapat disoroti:

1. Reputasi sekolah terisi oleh pengalaman konkret orang tua dan siswa: kualitas pengajaran, layanan, keamanan, fasilitas, dan konsistensi nilai.
2. Pengaruh reputasi terhadap keputusan orang tua bersifat nyata dan terukur, terutama ketika dikombinasikan dengan variabel seperti brand image dan word of mouth (misalnya di MIS Al Ikhwah dan SMP Darul Kirom).
3. Namun, reputasi bukan satu-satunya faktor, dan dalam beberapa konteks, biaya, lokasi, dan keterbatasan akses dapat “mengalahkan” pertimbangan reputasi, terutama bagi keluarga dengan kapasitas ekonomi terbatas.
4. Jaringan sosial, media sosial, dan WOM adalah saluran utama penyebaran reputasi, sehingga sekolah yang ingin membangun citra positif tidak cukup hanya memperbaiki dokumen resmi, tetapi harus menghadirkan pengalaman yang benar-benar baik bagi murid dan orang tua, agar cerita yang beredar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.
5. Dalam konteks sekolah berbasis agama, reputasi sangat terkait dengan kekuatan identitas dan nilai, sehingga sekolah perlu menjaga bukan hanya mutu akademik, tetapi juga integritas moral dan kejelasan visi keagamaan.

Secara umum, hasil review ini menguatkan pandangan bahwa ketika orang tua berkata, “Saya mencari sekolah yang baik,” yang mereka maksud jarang murni soal nilai ujian. Mereka berbicara tentang kepercayaan: pada guru, pada sistem, pada lingkungan, dan pada reputasi sekolah di mata orang-orang yang mereka percaya.

## KESIMPULAN

Kajian literatur terhadap 13 artikel yang memenuhi kriteria PRISMA menunjukkan bahwa keputusan orang tua dalam memilih sekolah, khususnya pada jenjang setara SMP, merupakan proses yang kompleks dan tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor tunggal. Di berbagai konteks negara dan budaya, orang tua memadukan harapan, pengalaman, keterbatasan, serta nilai-nilai keluarga dalam menilai sebuah sekolah. Namun di tengah keberagaman itu, ada pola-pola yang konsisten.

Pertama, reputasi sekolah terbukti menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam keputusan orang tua. Reputasi dipahami bukan sebagai label statis, melainkan sebagai kumpulan pengalaman kolektif yang dibangun dari interaksi guru, kualitas pembelajaran, suasana lingkungan, keamanan, disiplin, dan respons sekolah terhadap kebutuhan siswa dan orang tua. Di beberapa penelitian—seperti pada SMP Islam Darul Kirom Bekasi dan MIS Al Ikhwah Pontianak—reputasi atau *brand image* bahkan mampu menjelaskan sebagian besar variasi keputusan orang tua.

Kedua, reputasi tidak dapat berdiri sendiri. Ia terbentuk dari kualitas layanan, profesionalitas guru, program unggulan, dan konsistensi nilai yang ditunjukkan sekolah dalam praktik sehari-hari. Studi di Pekanbaru, Jakarta, dan Yangon menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah, pembelajaran yang berkualitas, serta komunikasi yang jujur dan terbuka membuat orang tua merasa dihargai dan percaya pada lembaga. Pengalaman-pengalaman ini menjadi bahan bakar reputasi yang kemudian menyebar melalui percakapan informal.

Ketiga, word of mouth dan narasi digital memainkan peran besar dalam memperkuat atau melemahkan reputasi. Dalam lebih dari satu penelitian, rekomendasi orang tua lain terbukti menjadi faktor yang secara statistik signifikan memengaruhi keputusan. Ini menegaskan bahwa reputasi sekolah hidup dalam percakapan di grup komunitas, media sosial, lingkungan ibadah,

atau ruang pertemuan orang tua. Ketika pengalaman baik terasa konsisten, kepercayaan publik tumbuh.

Keempat, meskipun reputasi penting, faktor praktis seperti biaya, lokasi, dan fasilitas tetap menjadi batasan nyata bagi banyak keluarga. Studi di Sidoarjo menegaskan bahwa keputusan sekolah sering kali merupakan perpaduan antara preferensi ideal dan kondisi ekonomi atau geografis. Hal ini menjelaskan mengapa beberapa keluarga harus berkompromi terhadap pilihan mereka meskipun mengetahui reputasi sekolah lain lebih baik.

Kelima, dalam konteks keagamaan seperti penelitian di Bekasi, Pontianak, dan Saudi Arabia nilai dan identitas budaya menjadi dimensi penting dari reputasi. Bagi keluarga-keluarga ini, sekolah tidak hanya tempat belajar, tetapi juga ruang pembentukan karakter dan moral. Reputasi dipandang sebagai sejauh mana sekolah mampu menjaga konsistensi nilai tersebut.

Secara keseluruhan, hasil kajian ini menunjukkan bahwa orang tua memilih sekolah yang mereka percayai, bukan hanya sekolah yang terlihat unggul di atas kertas. Kepercayaan ini lahir dari gabungan antara faktor akademik, emosional, sosial, dan moral. Reputasi sekolah sebagai rangkuman pengalaman dan persepsi publik memainkan peran sentral dalam membentuk keyakinan itu, terutama pada masa ketika informasi mudah berpindah tetapi kepercayaan justru semakin mahal.

Temuan ini menegaskan pentingnya bagi sekolah, khususnya pada jenjang SMP, untuk tidak hanya berfokus pada hasil akademik, tetapi juga menjaga kualitas layanan, memperkuat hubungan dengan orang tua, membangun komunikasi yang autentik, dan memastikan bahwa nilai-nilai lembaga tercermin dalam tindakan sehari-hari. Reputasi yang baik tidak dapat dibuat secara instan; ia tumbuh perlahan melalui konsistensi, integritas, dan kepedulian yang dirasakan oleh setiap keluarga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alothman, H. F., Bashatah, L., Aldossari, A. S., Alfai, M. S., Almutairi, A., Alshuaibi, A. A., Alajlan, H. A., Aseri, S., Aseery, A. Y., & Alhasan, N. A. (2024). *How Saudi parents rationalize the choice of school for their children*. 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03867-9>
- Chuktu, O., Owan, V. J., Abang, K. B., Idika, D. O., Ekpo, E. E., Ekon, E. E., Dan, F. A., Ojini, R. A., Maria, O., Robert, A. I., Aduma, P. O., Ekpo, E. E., Ekon, E. E., Dan, F. A., Ojini, R. A., Sunday, M. O., Dan, F. A., Ojini, R. A., Sunday, M. O., & Robert, A. I. (2024). Institutional attributes and parents' contentment with the quality of teaching, care, and safety of pupils in public primary schools. *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2295167>
- Haerani, B., & Iskandar, R. (2025). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Reputasi Sekolah Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama (SMP) Islam Darul Kirom Bekasi*. 7(1).
- Indra. (2025). *The Influence of Price, Brand Image and Word of Mouth on Parents' Decision to Send their Children to MIS Al Ikhwah Pontianak*. 6(3).
- Kim, Y., & Zimmer, R. (2021). *EdWorkingPaper No. 23-860 Is Reputational Pressure Enough to Create Competitive School Choice Effects? Evidence from Seoul's School Choice Policy*. 23.
- Kumara, Pudyaningtyas, A. R., & Zuhro, N. S. (n.d.). *Hubungan reputasi sekolah dengan keputusan orang tua dalam memilih sekolah*. 11(4), 383–389.
- Lestariningsih, M. (2021). *The Impact of Costs And School Environment Against The Decision to Choose Schools Through School Image*. 4(4), 609–626.
- Lohan, A., & Farr, J. V. (2020). *What's Best for My Kids? An Empirical Assessment of Primary School Selection by Parents in Urban India*. 14(1), 1–26.
- Olivia, C., Nasution, N., & Arizal, N. (2025). *KEGIATAN EKSTRAKURIKULER TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MEMILIH SMP NEGERI 1 PEKANBARU Pendahuluan Metode*. 2(1), 138–146.
- Ramesh, P. (n.d.). *Geographic location, finance, and educational quality influence parents' private school choices Vinnaras Nithyanantham \* Madhurima Ganguly Sukhwinder Sharma Bestoon Abdulmaged Othman Tribhuwan Kumar*. X.

- Saefulloh, A. (n.d.). *MOTIVASI ORANG TUA DALAM MEMILIH HASANKA BOARDING SCHOOL PALANGKA RAYA : STUDI KASUS LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM UNTUK MUSLIM EKONOMI MENENGAH " Parental Motivation in Choosing Hasanka Boarding School Palangka Raya : A Case Study of an Islamic Educational Institution for the Middle-Class Muslim " Abstrak.*
- Shahzia Shahbaz. Shahzad Hussain. Mahmood ul Hassan. (2022). *Nexus between Branding of Education and Parental School Choice : Evidence from Islamabad , Pakistan.* 5(3), 323–343. <https://doi.org/10.47067/ramss.v5i3.242>
- Soldevila, J. M. (2022). *Digital Commons @ ACU A Study of Military-Connected Parental Perceptions of Civilian Secondary School Image , Legitimacy , and Reputation.*
- Stephanie, N., Suherman, C., & Karnawati, T. A. (2025). *PENGARUH KURIKULUM , WORD OF MOUNTH DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA MENDAFTARKAN.* 4307(May), 1542–1551.
- Subedi, Y. R. (n.d.). *Factors Affecting Parental Choice of Private and Public Schools in Dhading Yuba Raj Subedi. II(1999), 67–80.*

## BIODATA PENULIS KORESPONDEN



Nama : Dyah Zakiati  
 Institusi asal : Magister Manajemen Pendidikan FIP UNJ  
 pengalaman : Mengajar di SMP