

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan calon peserta didik baru, sehingga dalam beberapa tahun kebelakang, sekarang, maupun yang akan datang banyak terjadi sekolah di *merger* atau gabung karena “kalah” dalam persaingan dunia pendidikan untuk mendapatkan calon peserta didik baru. Dalam kondisi persaingan dan juga lingkungan yang selalu berubah sangat dibutuhkan keahlian kepala administrator/sekolah dalam memahami pemasaran agar pertumbuhan lembaganya meningkat dan tercapai tujuan yang diharapkan. Kunci utama memahami konsep pemasaran pendidikan, adalah konsep pasar yang merupakan tempat transaksi antara lembaga pendidikan sebagai pencetak siswa yang berprestasi dan kompeten, dengan kebutuhan yang diinginkan atau diharapkan calon peserta didik baru sebagai konsumen. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan pendidikan sebagai upaya “memenangkan” persaingan.

Jasa pendidikan dewasa ini memegang peran penting pada pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia, akan tetapi dalam satu dekade terakhir minat dan perhatian pada aspek kualitas jasa pendidikan baru berkembang dan keberhasilannya diukur atau ditentukan pada pemberian layanan berkualitas kepada para pengguna jasa pendidikan. Jasa pendidikan diterima setelah terjadi interaksi dengan penghubung dan sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi, serta tergantung pada siapa, kapan, dan dimana proses

tersebut terlaksana yang disebabkan setiap orang memiliki ciri khusus, berbeda antara satu dengan lainnya sebagai bahan baku utama dalam menghasilkan jasa dan dasar pelayanan.

Pelayanan menurut Moenir (2010:26), adalah aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang berlandaskan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya. Sedangkan menurut Ratminto dan Atik (2005:2), pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011:59), adalah tingkat kelebihan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Jadi kualitas pelayanan adalah pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi pelanggan atau konsumen pada suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan berlandaskan faktor materi yang bersifat kasat mata melalui sistem, prosedur dan metode tertentu sebagai akibat adanya interaksi dengan karyawan atau yang disediakan perusahaan untuk memecahkan persoalan dalam memenuhi kepentingan pelanggan atau konsumen sesuai haknya.

Promosi menurut Sistaningrum (2002:98), adalah suatu usaha atau aktivitas perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau masa yang akan datang. Menurut Kotler (2000:119), promosi adalah bagian

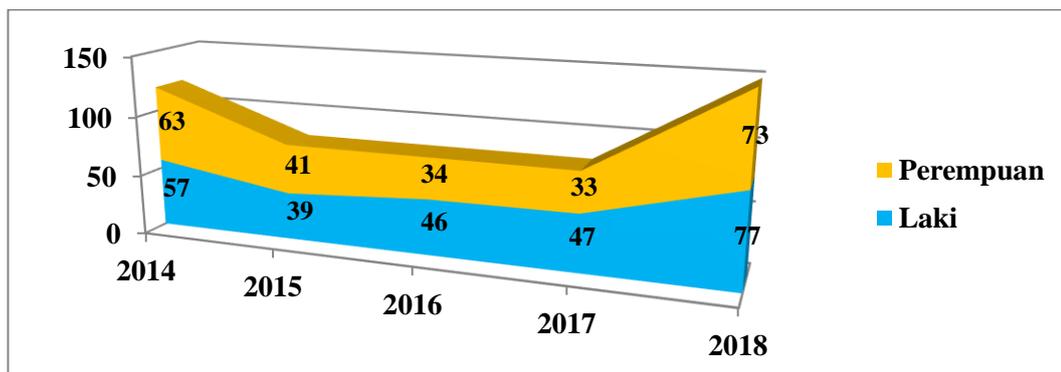
dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi.

Promosi merupakan bagian dari upaya dan proses strategi pemasaran dalam mempengaruhi pelanggan/konsumen baik aktual maupun potensial untuk berkomunikasi dengan pasar dan menggunakan komposisi bauran promosi agar pelanggan/konsumen mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya sebagai lembaga yang berlokasi satu kompleks dengan SD Negeri Tanah Kalikedinding VI Surabaya. Di wilayah Kecamatan Tanah Kalikedinding terdapat juga SD Negeri Tanah Kalikedinding VII dan SD Kurnia Indah sebagai Sekolah Dasar (SD) swasta. Oleh karena itu SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya harus menciptakan layanan yang memuaskan atas kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini wali murid sebagai langkah keberhasilan sebuah lembaga atau sekolah dalam jangka menengah maupun jangka panjang, apalagi ruang lingkup SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya dikelilingi 3 (tiga) Sekolah Dasar sebagai “pesaing” dalam meraih peserta didik baru.

Sebagai lembaga yang bersifat non profit, dan hasil dari proses pendidikan bersifat kasat mata, maka produk yang dihasilkan sekolah tidak dapat dibeli oleh para konsumen, melainkan dapat dinikmati selama wali murid sebagai konsumen melihat kemajuan dari putra atau putri selama bersekolah. Apabila tidak dirasakan manfaatnya oleh wali murid, maka sekolah sebagai “produsen” harus mampu memasarkan hasil produknya berupa kualitas layanan, karena dalam prosesnya tidak mampu memuaskan pemakai jasa pendidikan sesuai keinginan pasar, bahkan juga tidak mampu bertahan dan “laku”. Berbeda pula dengan produk fisik, jasa

layanan pendidikan tidak dapat disimpan melainkan diproduksi dan dikonsumsi secara bersama yang berdampak pada sistem pemasaran terutama sisi permintaan. Jika stabil akan mempermudah lembaga sebagai penyedia jasa layanan untuk melakukan persiapan, baik sarana dan prasarana serta peralatan teknologi pendidikan. Sebaliknya, jika tidak stabil atau fluktuatif maka sulit bagi lembaga karena tidak bisa dilihat dan dirasakan oleh konsumen sebelum membeli, merasakan atau mendapatkan jasa layanan pendidikan secara langsung. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan promosi yang merupakan sebuah rencana sistematis, perlu diformulasikan serta dijadikan pedoman berkaitan dengan penerapan variabel seperti identifikasi, segmentasi, dan pemosisian terhadap pasar, serta bauran elemen pemasaran.



Sumber : di olah penulis

Gambar 1.1 Siswa Baru SD Negeri Tanah Kalikediding II/252 Surabaya

Gambar 1.1 menunjukkan jumlah siswa baru yang diterima di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya dari tahun 2014 sampai tahun 2018. Di tahun 2014 siswa baru yang diterima sebanyak 120 siswa. Tahun 2015 sampai tahun 2017 tidak mengalami perubahan penerimaan siswa baru, yaitu sebanyak 80 siswa atau mengalami penurunan sebesar 40 siswa dibanding penerimaan tahun 2014. Di tahun

2018 terjadi peningkatan penerimaan siswa baru, yaitu sebanyak 150 siswa atau mengalami peningkatan sebanyak 70 siswa dari tahun sebelumnya.

Hal ini disebabkan pada tahun 2014 dengan keterbatasan dan kondisi seadanya tanpa melakukan perbaikan kualitas pelayanan dan bauran promosi mampu menerima siswa baru sebanyak 120 siswa. Apabila dibandingkan SD Negeri Tanah Kalikedinding VII Surabaya yang satu kawasan dengan SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya tergolong “kalah” karena SD Negeri Tanah Kalikedinding VII mampu menerima 160 siswa baru karena ditunjang kondisi gedung baru dan adanya penambahan ruang kelas, sehingga siap menerima tambahan kuota limpahan siswa baru dari SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya yang saat itu akan melakukan renovasi gedung. Hal ini menyebabkan dari tahun 2015 sampai tahun 2017 jumlah siswa baru di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya mengalami pembatasan penerimaan siswa baru hanya sebanyak 80 siswa. Dengan kondisi seperti ini SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 mengalami keterbatasan sarana pengembangan prestasi siswa maupun peningkatan kemampuan layanan maupun keinginan untuk promosi sekolah. Tahun 2018 gedung sekolah telah selesai direnovasi, penambahan kelas, ruang laboratorium, ruang perpustakaan, penambahan sanitasi siswa siap digunakan dan siap menampung siswa baru lagi sesuai daya tampung kelas yang ada dan mampu menerima sebanyak 150 siswa baru. SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya memiliki 12 ruang kelas yang terbagi menjadi 3 shift dengan 27 rombel dimana tiap rombel terisi 32 siswa.

Dari sejumlah kekurangan dan kelebihan yang diuraikan di atas, SD Negeri II/252 Surabaya terus berbenah diri menyosong masa depan lebih baik dengan

meningkatkan pelayanan dan bauran promosi, meningkatkan reputasi sekolah, berlomba meraih prestasi-prestasi dalam segala bidang dan bertujuan lebih dikenal Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur dengan melakukan “perombakan” atas kualitas pelayanan mulai dari atasan sampai bawahan dan melakukan bauran promosi agar misi dan visi SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya terlaksana.

Untuk itulah penulis tertarik menjadikan sebagai tugas akhir meraih gelar kesarjanaan strata satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Surabaya dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Minat Masuk Siswa di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masuk siswa di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya?
2. Apakah bauran promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masuk siswa di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya?
3. Apakah kualitas pelayanan dan bauran promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat masuk siswa di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini diperoleh dari rumusan masalah di atas, yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masuk siswa di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya.
2. Untuk mengetahui bauran promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masuk siswa di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan bauran promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat masuk siswa di SD Negeri Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Pengembangan Keilmuan

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta sebagai sumbangan pemikiran teori pemasaran kualitas pelayanan dan bauran promosi bidang jasa pendidikan yang terus berkembang sesuai tuntutan dan kebutuhan.

2. Pengguna

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan sumbangan ilmu pengetahuan manajemen, membuat inovasi pemasaran dalam kualitas pelayanan dan bauran promosi bidang jasa pendidikan agar tercapai tujuan memperoleh penghargaan, dikenal di lingkungan dinas pendidikan Kotamadya Surabaya dan lingkungan sekitar sekolah.

3. Peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengetahui dengan jelas kualitas pelayanan dan bauran promosi terhadap minat masuk siswa di SD Tanah Kalikedinding II/252 Surabaya. Menambah keyakinan peneliti dalam memberikan saran atas kebijakan-kebijakan atau keputusan yang akan dilaksanakan agar hambatan-hambatan selama ini dapat diselesaikan dengan baik.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini, terdiri dari 3 (tiga) bagian, yaitu : 1. Bagian awal; 2. Bagian inti; dan 3. Bagian akhir yang dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Bagian Awal

Bagian awal penulisan skripsi ini terdiri dari : a. Halaman sampul luar; b. Punggung skripsi; c. Halaman judul dalam; d. Halaman judul dalam untuk mengungkapkan maksud penulisan skripsi; e. Halaman pernyataan tidak melakukan plagiat; f. Halaman persetujuan untuk ujian skripsi; g. Halaman pengesahan panitia penguji; h. Abstrak; i. Kata pengantar; j. Daftar isi; k. Daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran;

2. Bagian Inti

Bagian inti penulisan skripsi ini terdiri dari : a. Bab I Pendahuluan, yaitu : 1). Latar belakang masalah; 2). Rumusan masalah; 3). Tujuan penelitian; 4). Manfaat penelitian; 5). Sistematika penulisan skripsi; b. Bab II Kajian Pustaka, yaitu : 1).

Landasan teori; 2). Penelitian terdahulu; 3). Kerangka konseptual; 4). Hipotesis; c. Bab III Metode Penelitian, yaitu : 1). Pendekatan penelitian; 2). Identifikasi variabel; 3). Definisi operasional variabel; 4). Teknik pengumpulan data; 5). Populasi dan sampel; 6). Teknik pengolahan data; 7). Analisis data; d. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yaitu : 1). Gambaran umum objek/subjek penelitian; 2). Deskripsi hasil penelitian; 3). Pengujian hipotesis; 4). Pembahasan; e. Bab V Penutup, yaitu : 1). Simpulan; 2). Saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir penulisan skripsi ini terdiri dari : a. Daftar rujukan; dan b. Lampiran-lampiran.