

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan merupakan proses humanisasi melalui pengangkatan manusia ketaraf insani, artinya pendidikan merupakan usaha untuk membawa manusia keluar dari kebodohan, dengan membuka tabir *aktual-transenden* dari sifat alami manusia (*humannes*). Proses belajar juga menuntut upaya memahami bagaimana individu berbeda dengan yang lain (*individual differences*). Di sisi lain, memahami bagaimana menjadi manusia seperti manusia lain (persamaan dalam *specieshood or humanness*). Sehingga proses pendidikan semestinya memberi tempat *insideout* pemberdayaan diri berdasarkan paradigma, karakter, dan motif sendiri. Dengan *self awareness dan self insight*, peserta didik dapat terhubung dengan dirinya dan mempunyai pemahaman lebih tentang dirinya (Agus Wibowo,2013).

Menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (UU Sisdiknas) Nomor 20 Tahun 2003, pada Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta, keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Pada Pasal 3 disebutkan bahwa pendidikan nasional berfungsi untuk mengembangkan kemampuan, dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat, dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Adapun peserta didik, menurut Pasal 1 ayat (4), adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan.

Pendidikan Sekolah Dasar adalah dimana anak harus mendapat perhatian khusus bagi orang tua dalam memilih sekolah yang sesuai. Pemilihan orang tua dalam memutuskan sekolah bagi anaknya pun menjadi masalah yang mengemuka. Mereka cenderung lebih memilih sekolah yang favorit, yang notabene berada di luar tempat tinggalnya. Mereka berpandangan pendidikan yang bagus harus disekolahkan di sekolah yang bagus pula meskipun harus mengeluarkan biaya yang relatif besar. Akan tetapi, menyekolahkan anak-anak bagi orang tua adalah hak dan kewajiban. Para orang tua memiliki kewajiban untuk memilihkan sekolah bagi anak-anaknya. Informasi pendidikan pun diberikan orang tua untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan mengembangkan potensi dan minat anak. Tentu saja berkaitan dengan konsumen atau pemakai jasa pendidikan sekolah. Orang tua murid adalah masyarakat yang memakai layanan jasa pendidikan. Jika mutu sebuah sekolah dikenal dengan baik maka akan banyak orang tua yang berlomba-lomba ingin menikmati layanan pendidikan. Dan ini sebaliknya jika mutu sekolah rendah atau buruk, maka tidak akan banyak

orang tua menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut. Mutu berasal dari bahasa Latin, *quails* yang artinya *what kind of* (Husaini Usman, 2013:540). Sekolah akan berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan menunjukkan serta mempertahankan kualitas yang sudah terbentuk sejak lama dengan tujuan agar image atau citranya tetap dikenal oleh masyarakat. Citra merek menggambarkan sifat ekstrinsik produk atau jasa, termasuk cara dimana merek berusaha memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012:330). Istilah image mulai populer sejak tahun 1950 yang dikemukakan dalam berbagai konteks seperti image terhadap organisasi, image terhadap perusahaan, image nasional, image terhadap merk atau brand image, image public, self-image. Bahasa image lebih dikenal dengan citra. Citra tidak dapat dicetak seperti membuat barang dipabrik akan tetapi citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pemahaman dan pengetahuan. Kegiatan operasional yang memiliki landasan utama pada segi pelayanan akan membentuk citra yang baik.

Banyak cara dan upaya untuk menarik orang tua siswa menyekolahkan anaknya ke sekolah. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan peningkatan citra sekolah, maka dari itu persepsi citra yang baik terhadap sekolah harus sudah ditanamkan sejak awal dan harus dipertahankan. Sehingga banyak orang tua yang beringinan untuk memutuskan memilih jasa pendidikan di sekolah yang menurut persepsi mereka memiliki nilai yang baik tanpa ragu dan penuh keyakinan memutuskan memilih jasa pendidikan tersebut.

Salah satu strategi pemasaran dibidang jasa pendidikan untuk meningkatkan dan mempertahankan eksistensinya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan kualitas pelayanan maka kepuasan siswa yang berkaitan erat dengan harapan siswa akan terwujud dengan baik karena ini merupakan produk yang ditawarkan oleh pihak sekolah. David Wijaya (2012:74) menyatakan bahwa "kepuasan siswa tidak ditentukan semata-mata oleh pengajaran siswa dan pengalaman belajar, melainkan juga ditentukan dengan pengalaman mereka secara keseluruhan sebagai pelanggan dari sekolah tersebut" faktor yang dapat menentukan kepuasan siswa diantaranya kualitas guru, kurikulum, ekstrakurikuler, sarana-prasarana, proses pembelajaran, metode pembelajaran menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hendri dan Sumanto,2010). Lokasi sekolah merupakan tempat dimana sekolah melakukan proses kegiatan belajar mengajar. Lokasi yang strategis akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk memutuskan pilihan ini sesuai dengan (Heri Alamsyah,2007). Faktor yang dapat menentukan keputusan pelanggan untuk memilih jasa pendidikan adalah strategis, akses, aman dan nyaman, lingkungan, ketersediaan sarana, transportasi (Hurriyati,2009).

Pengambilan keputusan adalah proses membuat pilihan dari sejumlah alternatif untuk mencapai hasil yang diinginkan. Definisi ini memiliki tiga kunci elemen. Pertama, pengambilan keputusan melibatkan membuat pilihan dari sejumlah pilihan. Kedua, pengambilan keputusan adalah proses yang melibatkan lebih dari sekedar pilihan akhir dari antara alternatif. Ketiga, "hasil

yang diinginkan" yang disebutkan dalam definisi melibatkan tujuan atau target yang dihasilkan dari aktivitas mental bahwa pembuat keputusan terlibat dalam mencapai keputusan akhir (dalam Lunenburg, 2010:112). Pemasaran yang efektif akan sangat membantu pihak sekolah menjangkau siswa/calon orang tua murid untuk memilih sekolah tersebut. Sekolah swasta berlomba-lomba untuk mendapatkan tempat yang baik. Dengan pemasaran yang efektif diharapkan sekolah swasta mampu mempertahankan citra, image mereka dimata konsumen .

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memilih judul "Pengaruh Citra Sekolah, Kualitas Pendidikan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Di SD Santa Maria Surabaya"

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dilakukan agar pembahasan terhadap suatu permasalahan tidak terlalu luas, sehingga dapat diperoleh pemecahan atau pembahasan yang benar. Perumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra sekolah berpengaruh terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria?
2. Apakah kualitas pendidikan berpengaruh terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria Surabaya?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria Surabaya?
4. Apakah citra sekolah, kualitas pendidikan, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki tujuan, adapun yang menjadi tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra sekolah terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pendidikan terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra sekolah, kualitas pendidikan, dan lokasi terhadap keputusan memilih di SD Santa Maria Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi semua pihak, yaitu:

1. Sekolah

Memberikan masukan bagi manajemen dalam melakukan pengelolaan usaha agar orang tua murid memilih jasa pendidikan di SD Santa Maria Surabaya.

2. Bagi Mahasiswa
Menambah khazanah keilmuan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan khususnya di bidang pemasaran.
3. Bagi Universita PGRI Adi Buana
Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan.

Halaman ini sengaja dikosongkan