

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pendidikan bertumbuh secara cepat dan dinamis. Salah satu faktor pendorong tumbuh dan berkembangnya lembaga pendidikan terlihat dari kesadaran orang tua akan pendidikan anaknya. Orang tua di zaman seperti sekarang, tentunya telah merencanakan tentang pendidikan anaknya sejak dini. Sehingga pemilihan sekolah untuk anak sangat dipertimbangkan dengan baik. Maka bagi sekolah katolik dalam memenangkan persaingan diperlukan strategi khusus dan inovatif sehingga mampu mengikuti kebutuhan dan tantangan zaman saat ini. Keberadaan pemerintah dalam pemerataan pendidikan sangat penting terutama pada proses Penerimaan Murid Baru di tahun pelajaran baru. Dengan adanya pemerataan mutu dalam pendidikan, diharapkan minat siswa baik di sekolah swasta akan sama dengan minat untuk bersekolah di sekolah negeri pada saat ini. Hal tersebut dapat memberikan peluang yang sama bagi sekolah sebagai alternatif sekolah yang akan dipilih orang tua untuk menyekolahkan anaknya. Sehingga menyebabkan munculnya persaingan antar sekolah swasta dengan berbagai strategi untuk peningkatan kualitas guna mendapatkan murid.

Sekolah merupakan bagian dari lembaga pendidikan yang menawarkan pelayanan dalam bentuk jasa. Lembaga pendidikan yang tidak mampu mengikuti atau tidak memenuhi kebutuhan pasar akan sulit untuk bertahan. Menurut Romo Odemus Bei Witono, SJ (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Transformasi, Kolaborasi, dan Integritas dalam Lembaga Pendidikan di Tingkat Dasar dan Menengah” mengatakan bahwa perkembangan pendidikan dalam dua dasawarsa terakhir ini sangat cepat dan masif dalam mempengaruhi budaya suatu sekolah. Hal ini yang menyebabkan banyak sekolah, baik swasta maupun negeri yang mengalami kesulitan dalam menghadapi perubahan kebutuhan zaman yang terus berkembang. Oleh sebab itu salah satu solusi terbaik untuk mengatasi kesulitan tersebut yaitu suatu lembaga pendidikan perlu melakukan transformasi kelembagaan. Transformasi lembaga pendidikan sangat penting

dilakukan untuk merespon perubahan yang terjadi dengan tetap menghargai kultur nilai keutamaan formatif yang sudah ada sejak didirikannya unit atau sekolah-sekolah dalam lembaga tersebut. Agar budaya baik yang sudah ada di sekolah tidak hilang, usaha Transformasi dapat dilakukan secara bertahap dengan melibatkan segenap elemen dalam komunitas pendidikan tersebut yang disertai dengan kolaborasi terukur dan integritas untuk mengembangkan keunggulan pelayanan terbaik bagi para murid yang dilayani.

Eksistensi suatu sekolah atau Lembaga pendidikan dipengaruhi oleh minat dan kepercayaan orang tua murid sebagai konsumen atau pengguna jasa pendidikan. Sekolah harus berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenuhi kebutuhan yang diharapkan dengan strategi pemasaran di bidang jasa pendidikan yang kompetitif sehingga mampu memenangkan persaingan antar sekolah. Kegiatan promosi yang dilakukan di Lembaga pendidikan swasta berperan penting untuk mencapai tujuan sekolah yaitu memperoleh murid. Agar sekolah semakin dikenal luas masyarakat harus gencar dilakukan kegiatan promosi, namun kenyataannya pada sekolah-sekolah di Perkumpulan STR kegiatan promosi belum dilakukan secara maksimal karena terbatasnya biaya promosi, serta strategi promosi yang dilakukan kurang bervariasi.

Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Muhaimin, Suti'ah, &Prabowo (Sari et al., 2015) untuk membentuk pandangan atau citra yang baik bagi lembaga dengan tujuan untuk menarik minat sejumlah calon siswa baru adalah salah satu fungsi pemasaran pada lembaga pendidikan. Pandangan masyarakat mengenai *image* suatu sekolah juga sangat mempengaruhi seseorang memilih sekolah. Terlebih bagi sekolah swasta harus selalu berusaha membangun *image* yang baik agar dapat mempertahankannya di mata konsumen, dalam hal ini orang tua calon siswa sebagai pengambil keputusan. Harapannya *image* positif dapat memberi pengaruh kepada orang tua siswa untuk mengambil keputusan dalam memilih sekolah. Berbagai kegiatan dilakukan agar dapat berkompetisi antar sekolah negeri maupun sekolah swasta sehingga tetap diminati oleh calon siswa. Hal tersebut juga dialami oleh SMP SSA, jika dilihat dari *feeder school* sekolah dasar yang dimiliki dapat memberikan pasokan jumlah murid yang cukup tanpa harus mencari dari luar.

Tetapi pada kenyataan masih banyak siswa dari *feeder school* yang tidak mendaftar ke SMP SSA dan tidak menjadikan sekolah tersebut sebagai pilihan yang utama. Ada pula anggapan masyarakat bahwa biaya di sekolah swasta mahal sehingga mereka memilih untuk menyekolahkan anaknya di sekolah negeri yang gratis. Sedangkan bagi orang tua yang mampu, mereka memilihkan sekolah bagi anaknya di sekolah swasta baik Kristen maupu Katolik yang bonafit dan berkualitas meskipun biayanya jauh lebih mahal daripada di sekolah STR. Minat orang tua juga menurun karena masih dipengaruhi oleh *image* yang melekat tentang “sekolah buangan”, yang membuat SMP SSA mengalami kesulitan untuk berkembang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel intervening yaitu minat. Minat dari pelanggan menjadi salah satu indikator penting kemajuan dari suatu sekolah. Terlebih sekolah-sekolah yang berada pada satu lembaga/yayasan. Jika konsumen merasa puas di jenjang pendidikan sebelumnya maka tidak segan-segan berminat untuk mengambil keputusan menyekolahkan kembali anaknya ke jenjang sekolah berikutnya pada pada satu lembaga tersebut.

Sejalan dengan visi Perkumpulan STR yang menjangkau jauh ke depan, yakni satu abad Perkumpulan STR, tuntutan sebagai “suatu komunitas pendidikan yang memiliki keunggulan, kepedulian, dan berjiwa melayani” merupakan tantangan yang harus diwujudkan. Pengembangan Rencana Strategis Perkumpulan STR pada tahun 2016-2024 dilandasi oleh asumsi-asumsi salah satunya adalah kualitas dan layanan pendidikan yang akan menjadi dasar orang tua murid untuk mempertimbangkan dalam mendaftarkan sekolah bagi anaknya. Hal tersebut selaras dengan tujuan STR yang tertuang pada misi yang ketiga yaitu “meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan”. Perkumpulan STR mengarahkan pelayanan pedidikan yang modern membentuk pribadi siswa yang berkarakter, kreatif dan inovatif.

Fenomena Gap

Mendapatkan murid yang banyak dengan cara mempengaruhi keputusan orang tua murid untuk menentukan sekolah bagi anaknya merupakan salah satu tujuan sekolah swasta untuk mendapatkan pemasukan guna memenuhi biaya operasional pendidikan dan menjaga eksistensi suatu lembaga pendidikan. Tapi

kenyataannya mencari murid bagi sekolah swasta saat ini dirasakan cukup sulit. Demikian juga yang dilakukan oleh SMP SSA. Dari awal pendirian unit sekolah STR di kompleks Duren Sawit, SMP SSA menggunakan bangunan yang sama dengan SD VL II, kegiatan operasional dan pembelajaran sekolah dilakukan secara bergantian dengan membagi waktu belajar di pagi hari untuk SD VL II dan siang hari digunakan oleh SMP SSA karena hal tersebut maka muncul *image* sekolah masuk siang dan merupakan sekolah bagi siswa yang tidak diterima di sekolah lain karena nilai akademik yang kurang. Pada tahun 2012 Perkumpulan STR mendirikan bangunan baru yang diperuntukan untuk SMP SSA, sehingga kegiatan pembelajaran dapat dilakukan di pagi hari. Namun dengan dibangunnya gedung baru yang megah belum membuat SMP SSA langsung diminati masyarakat.

SMP SSA memiliki *feeder school* yang merupakan unit sekolah milik Perkumpulan STR yaitu SD VL II yang berada dalam satu kompleks. Berikut ini dijelaskan mengenai data jumlah siswa SMP SSA selama tahun 2018-2021.

Tabel 1.1 Jumlah Siswa SMP SSA

Tahun Pelajaran	Kelas 7	Kelas 8	Kelas 9
2018/2019	73	69	67
2019/2020	107	75	63
2020/2021	127	105	75

Sumber: Database Siswa SMP SSA

Pada tabel 1.1 terlihat adanya peningkatan jumlah murid selama tiga tahun terakhir hal tersebut terlihat dari jumlah siswa kelas 7 yang masuk. Terlihat pada tabel 1.1 tahun 2018/2019 jumlah siswa kelas 7 yang masuk berjumlah 73 murid kemudian naik ke kelas 8, jumlah murid bertambah dua menjadi 75 murid dan jumlah tersebut stabil di kelas 9. Pada tahun 2019/2020 mengalami peningkatan jumlah murid yang cukup banyak dari tahun sebelumnya yaitu menjadi 107 murid untuk di kelas 7, sehingga bertambah menjadi 34 murid, karena peningkatan tersebut maka SMP SSA membuka kelas baru yang semula dua kelas menjadi tiga kelas di kelas 7. Hal ini disebabkan karena adanya pemberlakuan peraturan pemerintah mengenai prioritas umur dalam PPDB berdasarkan Permendikbud Nomor 44 tahun 2019. Hal tersebut berdampak positif bagi SMP SSA karena banyak murid SD yang tidak diterima di sekolah negeri dikarenakan usia yang tidak

memenuhi syarat. Dampak peraturan pemerintah berdasarkan usia itu masih dirasakan di tahun ajaran berikutnya yang meningkat 20 murid dari tahun sebelumnya menjadi 127. Sehingga dapat dikatakan selama tiga tahun berturut-turut SMP SSA mengalami peningkatan jumlah murid yang cukup baik.

Tabel 1.2 Jumlah murid kelas 6 SD VL II yang masuk kelas 7 SMP SSA

Tahun Pelajaran	Jumlah seluruh murid Kelas 6 SD VL II	Masuk Kelas 7 SMP SSA	Presentase
2018/2019	120	40	30%
2019/2020	115	42	36%
2020/2021	118	55	46%

Sumber : Database Siswa SD VL II

Pada tabel 1.2 terlihat jumlah murid kelas 6 SD VL II selama 3 tahun terakhir. Tahun ajaran 2018/2019 murid kelas 6 berjumlah 120 murid, tahun ajaran 2019/2020 murid kelas 6 berjumlah 115 murid dan tahun ajaran 2020/2021 murid kelas 6 SD VL II berjumlah 118 siswa. Jika dibandingkan jumlah murid kelas 6 SD VL II di tahun 2018/2019 yang berjumlah 120 murid, data yang masuk ke SMP SSA hanya berjumlah 40 murid, artinya 67% atau 80 murid memilih sekolah di tempat lain, demikian pula di tahun 2019/2022 jumlah murid kelas 6 SD VL II 115 sedangkan murid yang masuk ke SMP SSA hanya berjumlah 42 murid, artinya 64% atau 73 siswa memilih sekolah di tempat lain dan meningkat 2 murid dari tahun sebelumnya, dan di tahun berikutnya 2020/2021 jumlah siswa kelas 6 SD VL II berjumlah 118 dengan murid yang masuk ke SMP SSA berjumlah 55, artinya 54% atau 63 siswa memilih sekolah. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya siswa SD VL II yang masuk ke SMP SSA meningkat sebanyak 13 murid, ada beberapa faktor yang mungkin saja mempengaruhi peningkatan tersebut antara lain adanya pemberlakuan zonasi dan pembatasan usia siswa yang mendaftar ke sekolah negeri. Namun dari data tersebut menunjukkan sebagai *feeder school* SD VL II belum memasok murid secara optimal bagi SMP SSA.

Tabel 1.3 Daftar SMP Swasta Katolik yang menjadi pesaing SSA

No	Nama Sekolah
1	SMP Budhaya II Santo Agustinus
2	SMP Santa Maria Fatima
3	SMP Vincentius
4	SMP Tarakanita 4
5	SMP Santo Yosef
6	SMP Santo Antonius
7	SMP Marsudirini
8	SMP Canisius College Gonzaga

Sumber : Database SSA

Dari tabel 1.3 terlihat data beberapa sekolah swasta yang letaknya berdekatan dengan sekolah SMP SSA dan dikatakan sekolah - sekolah tersebut menjadi pesaing bagi SMP SSA. Jika dilihat dari delapan SMP yang disebutkan pada tabel 1.3 tujuh diantaranya SMP tersebut memiliki *feeder school* sekolah dasar dan memiliki kesamaan yaitu merupakan sekolah swasta berbasis agama Katolik.

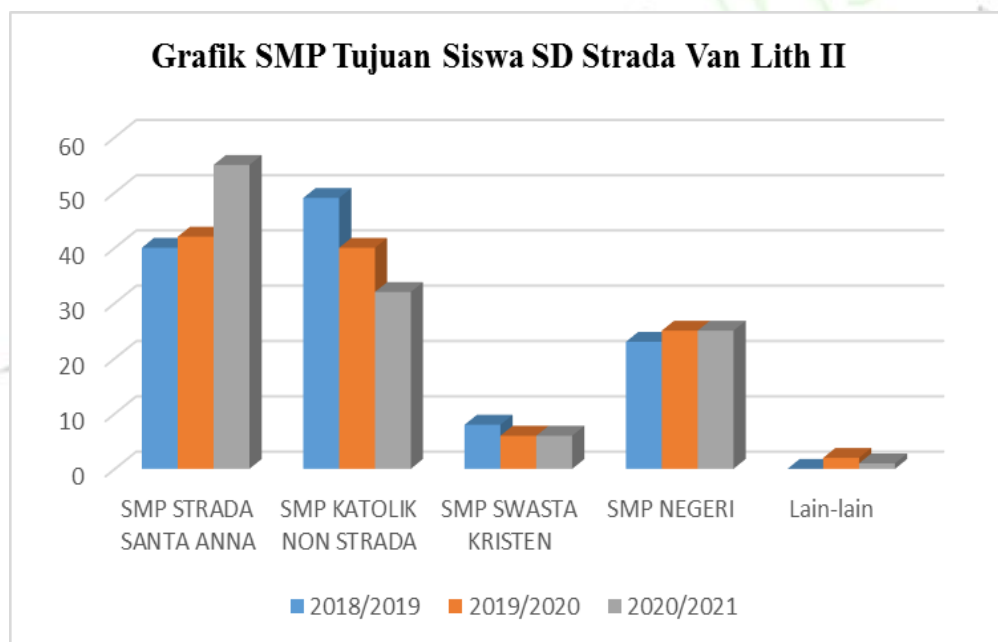
Tabel 1.4 Data SMP Tujuan Siswa Kelas 6 VL II

TAHUN	SMP SSA	SMP KATOLIK NON STR	SMP SWASTA KRISTEN	SMP NEGERI	Lain-lain	Jumlah
2018/2019	40	49	8	23	0	120
2019/2020	42	40	6	25	2	115
2020/2021	55	32	6	25	1	118

Sumber : data peneliti, 2022

Dari tabel 1.4 terlihat bahwa siswa kelas 6 SD VL II pada tahun 2018/2019 siswa yang masuk ke SMP SSA berjumlah 40 siswa atau 30% dari jumlah keseluruhan 120 siswa. Di tahun 2018/2019 jumlah murid yang masuk ke SMP katolik Non STR berjumlah 49 murid sedangkan yang masuk ke SMP SSA hanya berjumlah 40 murid. Itu artinya jumlah murid yang masuk ke SMP Katolik Non STR lebih banyak 9 murid dibandingkan dengan yang masuk ke SMP SSA. Hal ini membuat peneliti mencari informasi tentang banyaknya murid SD VL II yang lebih tertarik untuk memilih sekolah di SMP Katolik Non STR dibanding SMP SSA dengan melakukan wawancara kepada guru kelas 6 SD VL dan beberapa orang tua yang memilih sekolah SMP Katolik Non STR. Berbagai alasan yang disampaikan

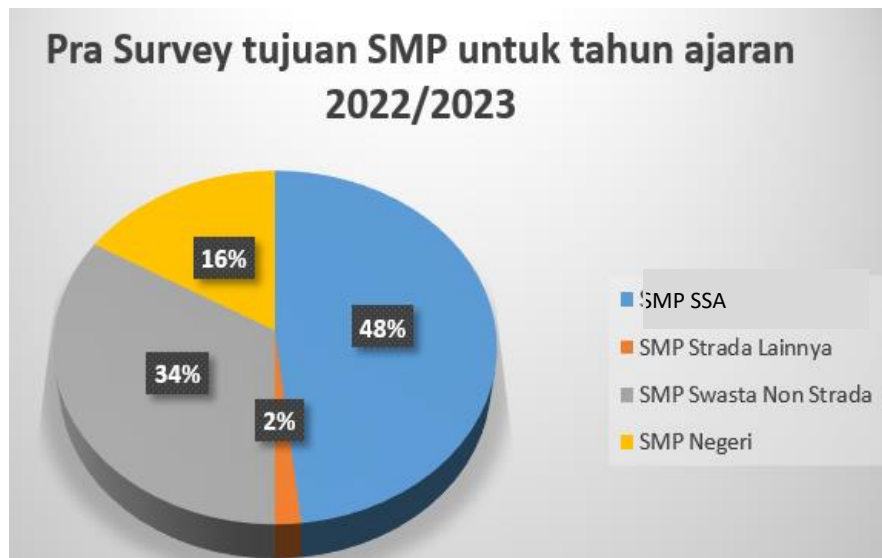
antara lain ingin mencari suasana baru karena sudah 6 tahun bersekolah di SD VL II berada di lingkungan yang sama, ada juga yang beralasan secara kualitas SMP Katolik Non STR lebih baik dari SMP SSA, ada juga yang beralasan secara turun temurun sudah bersekolah di SMP Katolik Non STR. Pada tahun 2019/2022 murid yang masuk ke SMP SSA berjumlah 42 murid atau 36% dari jumlah keseluruhan 115 murid, sedangkan murid yang masuk ke SMP Katolik Non STR hanya berjumlah 40 murid. Data tersebut menunjukkan sudah ada peningkatan jumlah murid yang memilih SMP SSA dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2020/2021 murid yang masuk ke SSA berjumlah 46% dari jumlah keseluruhan 118 murid. Data menunjukkan murid SD VL II yang masuk ke SMP SSA berjumlah 55 murid lebih banyak dibandingkan yang masuk ke SMP Katolik Non STR yang hanya berjumlah 32 murid.



Gambar 1.1
Grafik SMP tujuan siswa VL II
(sumber: data peneliti, 2022)

Pada gambar 1.1 terlihat bahwa sekitar 30% pada tahun 2018/2019, 36% pada tahun 2019/2020 dan 46% pada tahun 2020/2021 orang tua yang melanjutkan kembali di sekolah STR dan selebihnya orang tua menyekolahkan anaknya di

sekolah swasta non STR. Peneliti juga melakukan pra Survey yang dilakukan kepada siswa kelas 6 di tahun ajaran 2021/2022 yang ingin melanjutkan jenjang SMP untuk tahun ajaran 2022/2023 didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 1.2
Diagram Pra Survey tujuan SMP tahun ajaran 2022/2023
 (sumber: data peneliti,2022)

Hasil pra survey yang ditunjukkan pada gambar 1.2 memperlihatkan 2% memilih di Perkumpulan STR selain SMP SSA, 16% SMP Negeri, 34% SMP Swasta Non STR dan 48% memilih SMP SSA. Dari hasil wawancara beberapa siswa dan orang tua murid kelas SD VL II yang memilih SMP SSA, menyatakan jika diterima di sekolah negeri maka akan memilih sekolah negeri karena hanya menjadikan SMP SSA sebagai sekolah cadangan bukan sebagai sekolah tujuan utama.

Menurut hasil survey dan wawancara yang dilakukan peneliti alasan beberapa orang tua juga melihat *image* sekolah dari segi kualitas sekolahnya yang menjadi salah satu daya tarik untuk menyekolahkan anak di sekolah tersebut. Menurut pandangan beberapa orang tua murid mutu dan kualitas sekolah akan membuat mereka dengan mudah mempercayakan kebutuhan pendidikan anaknya di sekolah tersebut. Tapi pada kenyataannya mewujudkan kualitas sekolah dengan profil lulusan dan fasilitas yang unggul berbeda dari pesaing cukup sulit dilakukan. SSA memiliki riwayat sekolah masuk siang, yang dulunya mengalami keterbatasan

gedung yang menyebabkan SMP SSA menumpang dengan gedung SD VL II, yang jam belajarnya bergantian setelah SD pulang sekolah. Dengan tidak memiliki gedung sendiri membuat SMP SSA mengalami kesulitan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya. Namun meskipun telah memiliki gedung sendiri selama beberapa tahun sejak pembangunan SMP SSA masih saja mengalami kesulitan untuk meyakinkan orang tua khususnya orang tua murid SD VL II untuk melanjutkan sekolah anaknya di SMP SSA. *Image* sekolah yang beredar baik akan menciptakan *image* yang baik juga di masyarakat. Akan tetapi *image* yang beredar di masyarakat tentang SMP SSA adalah sekolah “anak buangan” yang merupakan siswa tidak diterima di sekolah negeri favorit atau yang memiliki masalah secara akademik yang akhirnya masuk ke SMP SSA. Idealnya orang tua yang merasa puas dengan pelayanan di jenjang sekolah dasar, akan percaya untuk melanjutkan menyekolahkan anaknya ke jenjang berikutnya dalam satu lembaga pendidikan yang sama akan tetapi kenyataannya hal tersebut tidak terjadi di SD VL II, karena sebagian orang tua murid lebih memilih melanjutkan SMP diluar STR.

Pengambilan keputusan untuk mendaftarkan sekolah anaknya terutama di Lembaga pendidikan swasta menjadi hal yang cukup penting karena banyaknya murid menjadi faktor penentu berkembangnya suatu lembaga pendidikan swasta. Adapun faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat serta pengambilan keputusan orang tua dalam mendaftarkan sekolah yang dibahas dalam penelitian adalah promosi dan *image* sekolah.

1.2 Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA ?
- b. Bagaimana pengaruh *image* sekolah terhadap keputusan orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA ?
- c. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA ?

- d. Bagaimana pengaruh *image* sekolah terhadap minat orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA ?
- e. Bagaimana pengaruh minat terhadap keputusan orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA?
- f. Bagaimana pengaruh variabel intervening minat terhadap promosi terhadap keputusan?
- g. Bagaimana pengaruh variabel intervening minat terhadap *image* sekolah terhadap keputusan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA.
- b. Menganalisis pengaruh *image* sekolah terhadap keputusan orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA.
- c. Menganalisis pengaruh promosi terhadap minat orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA.
- d. Menganalisis pengaruh *image* sekolah terhadap minat orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA.
- e. Menganalisis pengaruh minat terhadap keputusan orang tua murid SD VL II untuk mendaftar ke SMP SSA
- f. Menganalisis pengaruh minat sebagai variabel intervening terhadap promosi dan keputusan?
- g. Menganalisis pengaruh minat sebagai variabel intervening terhadap *image* sekolah dan keputusan?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- Diharapkan penelitian dapat berguna untuk menganalisis dan memberikan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian di bidang ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen terutama di bidang pendidikan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam hal ini orang tua murid dalam menentukan sekolah anaknya khususnya pada orang tua murid SD VL II untuk menyekolahkan di SMP SSA yang merupakan *upper school* dalam satu Lembaga.
- Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan berarti dalam menjelaskan pengaruh promosi, *image* sekolah terhadap keputusan orang tua murid di SD VL II yang dipengaruhi minat untuk menyekolahkan anaknya di SMP SSA.

2. Manfaat Praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan perbaikan bagi Perkumpulan STR dalam mengatasi masalah-masalah yang dihadapi dalam hal melakukan kegiatan promosi, membentuk dan memperbaiki *image* yang melekat di suatu sekolah guna mengubah persepsi serta menarik minat orang tua murid untuk mengambil keputusan mendaftarkan anaknya di unit/sekolah STR.
- Harapannya penelitian ini dapat mengembangkan dan memberikan masukan positif bagi Perkumpulan STR, khususnya guru dan karyawan di unit sekolah yang menjadi garda terdepan dalam menarik minat orang tua agar mendaftarkan putra-putriya di unit/sekolah-sekolah milik Perkumpulan STR.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab satu berisi uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi uraian teori induk dan teori variabel yang digunakan dalam menyusun kerangka konseptual. Teori yang digunakan menyangkut konsep pemasaran, perilaku konsumen, promosi, *image*, minat dan keputusan. Serta didukung dengan penelitian terdahulu.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi uraian tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran dari masing-masing variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel yang digunakan, metode pengumpulan data berikut dengan teknik analisis data yang digunakan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi gambaran umum objek penelitian, analisis deskriptif dari data yang telah diuji, pengujian kualitas data berdasarkan metode, pengujian hipotesis dan pembahasan berdasarkan data yang telah diuji dan dianalisis menjadi informasi yang siap untuk digunakan dalam memberikan rekomendasi dan solusi pemecahan masalah.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi kesimpulan dari penelitian dan saran agar penelitian selanjutnya lebih baik.

