

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sekolah merupakan salah satu lembaga pendidikan formal di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Sisdiknas Nomor 20 Tahun 2003, sekolah memiliki peran yang sangat penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, sebagaimana telah tercantum dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yang merupakan cita-cita rakyat Indonesia. Diakui atau tidak, sekolah telah banyak merubah sisi-sisi perilaku masyarakat yang lebih banyak cenderung pada menerima hal-hal baru. Bahkan sekolah telah menjadi tolok ukur masyarakat dalam hal prestise atau kedudukan seseorang. Sehingga dapat dikatakan bahwa orang yang mengenyam pendidikan sekolah lebih tinggi kedudukannya dimata masyarakat dibanding yang tidak bersekolah sama sekali.

Dalam dunia pendidikan, pelanggan yang dimaksudkan adalah konsumen pendidikan atau orang tua, sedangkan produk jasa dalam dunia pendidikan terbagi atas jasa kependidikan dan lulusan. Oleh karena itu untuk mendapatkan konsumen pendidikan yang loyal maka lembaga pendidikan harus mempunyai produk yang unggul. Lembaga pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen, berupa peserta didik, mahasiswa dan juga masyarakat pada umumnya (*stakeholder*). Lembaga pendidikan pada hakekatnya bertujuan memberikan layanan. Pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan yang diberikan oleh lembaga.

Sekolah yang berkualitas sangat erat hubungannya dengan pemberian pelayanan pendidikan yang bermutu, dan untuk mengetahui tingkat ketercapaian kualitas itu, maka sekolah berkualitas harus merujuk kepada PP Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan di Indonesia kemudian diubah

menjadi PP Nomor 32 Tahun 2013. Menurut Kotler & Keller dalam Fadila (2013:45) persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan dalam bentuk fisik, tetapi juga tergantung pada rangsangan yang ada disekitarnya dan kondisi yang ada pada seseorang dan persepsi lebih penting dibandingkan realitas dalam pemasaran, karena persepsi yang dapat mempengaruhi konsumen dalam berperilaku, selain itu orang bisa mempunyai persepsi yang berbeda atas objek yang sama.

Layanan yang seharusnya diberikan sekolah bagi siswanya yaitu fasilitas belajar yang menunjang aktifitas siswa di sekolah seperti sarana dan prasarana, kurikulum, administrasi sekolah yang teratur dan pelayanan administrasi yang jelas bagi siswa, tenaga pengajar yang kompeten pada bidangnya, bahan, metode, dan media ajar yang mendukung serta tepat bagi siswa. Kualitas layanan ditunjang dari keamanan lingkungan sekolah, pengelolaan waktu, pengadaan organisasi dan ekstrakurikuler yang bermanfaat bagi siswa.

Menurut Parasuraman (dalam Pontjorini, dkk., 2005) kualitas layanan dapat didefinisikan seberapa jauh antara perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang diterima mereka. Dengan demikian, kualitas jasa/ pelayanan pendidikan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi *stakeholder* atas pelayanan yang diperoleh atau diterima secara nyata oleh mereka dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, pelayanan dikatakan memuaskan. Sebaliknya, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, pelayanan dapat dikatakan tidak memuaskan.

Memberdayakan fasilitas sekolah merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan mutu pendidikan yang berorientasi kepada kepuasan siswa (Sopiatin, P., 2008). Kepuasan orang tua siswa memiliki kaitan yang sangat erat dengan harapan orang tua siswa atas kualitas pelayanan yang

ditawarkan oleh sekolah. Kepuasan orang tua siswa tidak ditentukan semata-mata oleh pengajaran siswa dan pengalaman belajar siswa, melainkan juga ditentukan dengan pengalaman siswa secara keseluruhan sebagai konsumen dari sekolah tersebut paling berpengaruh dalam menentukan kepuasan orang tua siswa terhadap sekolah antara lain kualitas pendidik, kualitas sekolah dan ketersediaan sumber daya serta penggunaan teknologi yang efektif.

Fasilitas sekolah yang baik mendukung usaha pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Jack Buckley (2002) telah menunjukkan bahwa udara bersih, cahaya yang baik, tenang, nyaman, dan aman merupakan lingkungan belajar yang penting bagi pencapaian akademis. Seperti halnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratna Nur Hamidah (2010: VI) bahwa penyediaan fasilitas belajar di sekolah memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan siswa. Lebih lanjut, Popi Sopiadin (2010: 34) menjelaskan bahwa kepuasan siswa sendiri sangat tergantung pada persepsi (tanggapan) dan harapan mereka terhadap sekolah yang dipengaruhi oleh kebutuhan akan pendidikan.

Loyalitas merupakan suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian menurut Endang (2013). Pada saat sekarang ini sekolah saling berlomba-lomba untuk memperoleh siswa dengan menunjukkan eksistensi sekolah lewat label internasional, akreditasi, prestasi yang diraih, tingkat kelulusan yang tinggi, fasilitas sarana prasarana yang mendukung, program unggulan, dan layanan pendidikan yang membedakannya dari sekolah lainnya. Namun dilain sisi siswa dan orang tua memiliki kebebasan untuk memilih sekolah yang menurut penilaian mereka memiliki kualitas yang baik. Oleh sebab itu penulis ingin mengetahui bagaimana Persepsi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas *Stakeholder*, maka penulis memberi judul penelitian

Pengaruh Persepsi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Memilih Jasa Pendidikan Serta Dampaknya Pada Loyalitas *Stakeholder* Di Smp Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.

1.2. Rumusan Masalah

Dari Latar Belakang Masalah yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah persepsi berpengaruh terhadap kepuasan memilih jasa pendidikan di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan memilih jasa pendidikan di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
3. Apakah persepsi berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
6. Apakah persepsi berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo melalui kepuasan.
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo melalui kepuasan

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi berpengaruh terhadap kepuasan memilih jasa pendidikan di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan memilih jasa pendidikan di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo.
6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo melalui kepuasan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas *stakeholder* di SMP Raudlatul Jannah Waru Sidoarjo melalui kepuasan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Aspek akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh faktor persepsi dan kualitas pelayanan. Informasi tersebut dapat digunakan untuk menentukan strategi apa yang harus ditempuh bagi sebuah lembaga di bidang jasa untuk meningkatkan kualitas yang ada di lembaga tersebut sesuai dengan keinginan pemakai/ pelanggan.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah didapat untuk bisa diimplementasikan secara empiris di lapangan. Dan sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan konsumen.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran. Dan penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah di lapangan dan untuk mempertajam pengetahuan mengenai perilaku konsumen.