

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap negara membutuhkan sumber daya yang berkualitas sebab sumber daya yang berkualitas akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan pembangunan suatu bangsa dalam berbagai bidang. tidak hanya dalam hal penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diharapkan, tetapi juga sikap mental yang baik. oleh karena itu, setiap negara selalu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya dengan cara meningkatkan kualitas pendidikan.

Pendidikan mempunyai peranan yang sangat sentral dan strategis. terutama jika dikaitkan dengan upaya peningkatan mutu sumber daya manusia (SDM). hal ini relevan dengan yang diamanatkan dalam Undang – Undang Sisdiknas yang baru pasal 1 ayat 1 tentang pendidikan yang menyatakan “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, pengenalan diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara”.

Pendidikan merupakan bentuk dari investasi jangka panjang (*long –term invesment*) artinya bahwa investasi pada bidang sumber daya manusia memang tidak bisa dinikmati hasilnya. namun pada jangka

panjang diyakini manfaatnya akan segera terasakan yaitu dengan mempersiapkan sumber daya manusia berkualitas melalui saluran pendidikan berkualitas di masa depan, sudah barang tentu segenap pilar kekuatan bangsa harus melakukan investasi sebesar – besarnya untuk peningkatan kualitas (proses dan hasil) dunia pendidikan.

Jasa pendidikan adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan. konsumen utamanya adalah siswa atau mahasiswa. apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah, layanan tidak memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku, sehingga sekolah ditutup karena ketidakmampuan para pengelolanya. bisnis dan *marketing* bukan bekerja dengan iklan dan promosi yang mengelabui masyarakat, tapi mendidik dan meyakinkan masyarakat kearah yang benar dan percaya bahwa sekolah ini bermutu.

Pemasaran jasa pendidikan di sini diartikan bukan sebagai organisasi bisnis melainkan pendidikan tergolong dalam marketing jasa yang “*non profit oriented*” atau perusahaan nirlaba. di mana lembaga pendidikan tidak mencari keuntungan semata, demi kemakmuran para pengurus atau pemilik lembaga. keuntungan ini tujuannya untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat atau *stakeholder* sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah siswa atau calon siswa yang berminat mendaftarkan diri di sekolah tersebut.

Setiap lembaga jasa pendidikan yang berorientasi menjadi *service business* selalu ingin mengoptimalkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumennya. pengertian pelayanan menurut Kotler dalam Laksana (2008:85) menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Di lembaga jasa pendidikan untuk menarik konsumen dengan memberikan fasilitas. menurut Lupiyoadi dalam Steffi, (2013:494) fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya.

Dalam melaksanakan kegiatan organisasi juga diperlukan adanya suatu administrasi yang tertib dan teratur, karena administrasi merupakan salah satu yang berpengaruh terhadap maju mundurnya organisasi atau tercapainya tidaknya tujuan organisasi tersebut.

Menurut Simon, Danim dan Danim dalam Afriyenti, (2013:10) mendefinisikan administrasi sebagai kegiatan dari sekelompok yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. sedangkan menurut Engkoswara dan Komariah, dalam Afriyenti, (2013:10) mengartikan administrasi sebagai suatu aktivitas strategik melalui pembuatan kebijakan dan merupakan suatu keseluruhan proses kerja sama.

Dalam persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap jasa pendidikan harus menempatkan tujuan utama pada kepuasan konsumen dengan memberikan nilai dan kepuasan konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing.

Menurut Kotler dan Keller (2008:177) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dengan harapan-harapannya. jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. kalau kinerja sesuai harapan, konsumen akan puas. apabila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat senang atau sangat puas.

Demi perkembangan suatu lembaga, MA Mambaul Ulum Megaluh yang dulunya hanya menyelenggarakan program reguler (sesuai dengan kurikulum yang berlaku) maka pada tahun ajaran 2014/2015 membuka program yang baru yaitu program kewirausahaan. program kewirausahaan adalah sebuah program pembelajaran yang dikembangkan dengan kurikulum nasional dan muatan lokal, program tersebut diselenggarakan atas dasar MA Mambaul Ulum Megaluh ingin memberikan yang terbaik pada pelanggan. termotivasinya masyarakat atau konsumen dengan program-program yang dicanangkan oleh sekolah tersebut merupakan bagian terpenting dari pengelolaan pemasaran sebagai alternatif dalam memasarkan pendidikan sekolah. di samping itu juga, MA Mambaul Ulum Megaluh dimotori oleh para ahli yang berpengalaman di dunia pendidikan

serta di asuh oleh para sarjana dengan kualifikasi S1 dan S2 yang profesional. program reguler dan program kewirausahaan membekali siswa dengan *lifeskil* melalui pengembangan keagamaan, ketrampilan komputer, serta pelatihan industri kecil dan perilaku sehari-hari berdasarkan pada kecakapan hidup. dengan pendekatan *joyfull learning*, sehingga diharapkan dapat mengoptimalkan kecerdasan siswa dan membangkitkan semangat belajar yang tinggi.

Saat ini MA Mambaul Ulum Megaluh dalam hal ini merupakan salah satu lembaga pendidikan yang dianggap banyak menjadi rujukan dan pilihan masyarakat khususnya di kecamatan Megaluh dalam menuntut ilmu karena kualitas dan kuantitas pendidikannya yang tidak diragukan lagi. kepuasan konsumen menjadikan salah satu tolak ukur kemajuan dan kemunduran MA Mambaul Ulum Megaluh. perkembangan jumlah siswanya selama 4 tahun terakhir mulai tahun 2011 sampai dengan 2015 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

No	Tahun Ajaran	Kelas			Jumlah
		X	XI	XII	
1.	2011/2012	34	53	52	139
2.	2012/2013	48	33	53	134
3.	2013/2014	61	45	33	139
4.	2014/2015	57	61	45	163

Tabel : 1.1 Data Siswa Tahun 2011 - 2015

Dari tabel di atas diketahui dari perkembangan pada tahun ajaran 2014/2015 jumlah siswa lebih banyak dari pada tahun-tahun sebelumnya, namun kenaikannya tidak terlalu signifikan. maka peneliti ingin meneliti

pada tahun ajaran tersebut, karena bagi sebuah lembaga pendidikan swasta kegiatan pemasaran yang dilakukannya dapat memberikan kontribusi positif terhadap siswanya, pemasaran diperlukan seiring dengan adanya persaingan antar sekolah yang semakin atraktif, hal ini dilakukan untuk menggali keunikan dan keunggulan yang dimiliki MA Mambaul Ulum serta meningkatkan kepuasan siswa.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan betapa pentingnya pemasaran jasa di sebuah sekolah sebagai bahan evaluasi, untuk menghadapi persaingan dengan sekolah – sekolah disekitar dan mengetahui tingkat kepuasan siswa, sehingga penulis mengadakan penelitian tentang pemasaran jasa pendidikan di MA Mambaul Ulum Megaluh dengan judul **“Analisis Faktor – Faktor Pelayanan, Fasilitas dan Administrasi Terhadap Kepuasan Siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh Jombang “**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan atau ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor fasilitas terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor administrasi terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh?

4. Apakah terdapat pengaruh faktor pelayanan, fasilitas dan administrasi terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam hal ini, peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor fasilitas terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor administrasi terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh.
4. Untuk membuktikan pengaruh faktor pelayanan, fasilitas, dan administrasi yang diberikan terhadap kepuasan siswa di MA Mambaul Ulum Megaluh.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah penelitian dilaksanakan, maka hasil penelitian diharapkan akan dapat memberikan masukan dan manfaat, sebagai berikut :

1.4.1 Bagi Peneliti

- a. Dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman penulis untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
- b. Sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.

1.4.2 Bagi Lembaga FIA UNIPDU Jombang

- a. Hasil ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan sebagai bahan bagi fakultas untuk mengevaluasi sejauh mana kurikulum yang diberikan mampu memenuhi tuntutan perkembangan dan pemasaran global pada saat ini.

1.4.3 Bagi Sekolah yang bersangkutan

- a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk menyusun kebijakan sekolah yang bersangkutan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi strategi pemasaran jasa di sekolah untuk mencapai tujuan sekolah yang diharapkan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah siswa yang diambil menjadi responden yaitu siswa kelas X MA Mambaul Ulum Megaluh Jombang.