

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu dan teknologi yang terjadi di Indonesia, membuat semua bidang usaha yang ada di Indonesia mengalami kemajuan dan persaingan di semua bidang usaha, baik transportasi, makanan dan minuman, serta pendidikan. Kondisi persaingan di dunia pendidikan khususnya pendidikan menengah atas sudah mulai dirasakan oleh setiap sekolah menengah atas. Berbeda dengan jaman dahulu, dimana orang tua menyekolahkan anaknya di sekolah menengah atas yang negeri, tetapi seiring dengan perkembangan jaman pihak orang tua menginginkan anaknya bersekolah menengah atas di tempat yang memiliki kredibilitas yang bagus dengan cara memberikan fasilitas yang memadai, lokasi strategis dan pengajaran yang islami.

Pendidikan secara umum adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan (Soekidjo, 2003; 16). Pengertian ini berimplikasi adanya input dan output. Input adalah peserta didik, sarana, prasarana dan lingkungan, sedangkan outputnya adalah lulusan atau alumni yang berkarakter.

Sekolah Menengah Atas merupakan salah satu wadah untuk menciptakan generasi baru setelah lulus dari Sekolah Menengah Pertama yang berkompeten dibidangnya. Semakin bagus kualitas fasilitas pendidikan yang diberikan tidak menutup kemungkinan semakin bagus pula kualitas generasi penerus yang akan

dihasilkan. Hal ini akan menjadi pertimbangan bagi orang tua untuk menentukan anaknya setelah lulus Sekolah Menengah Pertama dimana Ia akan melanjutkan pendidikannya. Sehingga keputusan yang dibuat oleh orang tua akan menjadi tepat pula. Salah satu cara untuk menarik orang tua siswa menyekolahkan anaknya sekarang ini adalah memberikan fasilitas yang bagus, akses masuk ke sekolah lancar dan aman serta harga yang terjangkau, agar orang tua mempunyai persepsi positif terhadap sekolah tersebut. Sehingga orang tua berkeinginan untuk memutuskan memilih jasa pendidikan di sekolah yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai yang baik dan tidak ragu lagi dalam memutuskan memilih jasa pendidikan.

Sugihartono, dkk (2007;8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Sedangkan menurut Walgito (2004;70) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh *organisme* atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan,

kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain.

Menurut Tjiptono (2006;43) Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Menurut menurut Subroto (2008;36) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian fasilitas menurut Arikonto (2008;2) adalah fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha.

Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2005;93). Apabila fasilitas jasa tersedia dengan baik dan memadai maka pelayanan yang diberikan oleh sekolah dapat optimal. Orang tua dan murid juga akan merasa terlayani dengan baik sehingga dengan ketersediaan fasilitas yang baik dapat menimbulkan kepuasan orang tua dan murid.

Selain asumsi atas fasilitas, harga dapat mempengaruhi keputusan orang tua murid dalam memilih jasa pendidikan. Dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Begitu juga dengan biaya pendidikan, semakin tinggi biaya yang harus dikeluarkan oleh orang

tua murid, maka mereka akan beranggapan bahwa semakin baik kualitas yang akan diberikan. Akan tetapi bagi sebagian masyarakat yang kondisi ekonominya terbatas faktor biaya yang besar akan menjadi masalah, dan faktor biaya pasti akan sangat menjadi pertimbangan. Biaya dikatakan tepat jika sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan. Biaya merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2008;151).

Sedangkan menurut Swastha (2007;147) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan lokasi. Lokasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan orang tua murid untuk memilih jasa pendidikan setelah jenjang sekolah menengah pertama. Semakin strategis lokasi didirikannya suatu perusahaan (lembaga) maka akan lebih mudah dijangkau oleh masyarakat umum khususnya bagi orang tua yang anaknya lulus setelah sekolah menengah pertama.

Aksesibilitas adalah salah satu faktor yang sangat mempengaruhi apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak. Tingkat aksesibilitas merupakan tingkat kemudahan di dalam mencapai dan menuju arah suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya (Tarigan, 2006;78). Menurut Tarigan, tingkat aksesibilitas dipengaruhi oleh jarak, kondisi prasarana perhubungan, ketersediaan berbagai sarana penghubung termasuk frekuensinya dan tingkat keamanan serta kenyamanan untuk melalui jalur tersebut.

Keputusan pembelian merupakan suatu ketentuan untuk mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasaran yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

Schiffman dan Kanuk (2007) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan sebagai proses penting dipengaruhi oleh lingkungan eksternal yang terdiri dari bauran pemasaran (produk, promosi, harga, distribusi) dan lingkungan sosial budaya (keluarga, sumber informasi, sumber non komersial, kelas sosial, budaya dan sub budaya). Kemudian lingkungan internal (faktor psikologis) yang terdiri dari motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi, dan sikap.

Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho (2003:415) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Menurut Kotler dan Keller (2006) keputusan konsumen untuk membeli produk dipengaruhi persepsi yang dimiliki terhadap produk yang akan dibelinya. Faktor - faktor yang berpengaruh terhadap persepsi pelanggan adalah fasilitas, harga, serta lokasi.

Dengan demikian bahwasannya persepsi atas fasilitas, harga, serta lokasi sangat mempengaruhi keputusan orang tua memilih jasa pendidikan setelah anaknya lulus sekolah menengah pertama.

Salah satu sekolah menengah atas swasta yang ada di Gresik adalah SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Sekolah ini selain mendidik muridnya dengan menggunakan teknologi yang modern berbasis TI, juga memberikan keunggulan

seperti keunggulan akhlaq, akademik, dan bahasa. Dengan sekolah di SMA Muhammadiyah 1 Gresik, diharapkan bisa meningkatkan kemampuan generasi penerus bangsa yang pandai dan memiliki akhlaq yang mulia dengan nilai-nilai pedoman hidup islami warga muhammadiyah dan menjadi lulusan yang mampu berkompetisi di jenjang yang lebih tinggi. Penelitian ini memilih objek SMA Muhammadiyah 1 Gresik, karena sekolah ini pada 2 tahun terakhir yaitu tahun pelajaran 2012-2013 dan tahun pelajaran 2013-2014 mengalami penurunan dari tahun pelajaran sebelumnya yaitu tahun 2011-2012. Berikut ini adalah data jumlah murid SMA Muhammadiyah 1 Gresik 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Siswa SMA Muhammadiyah 1 Gresik
Tahun 2009 – 2014

| No | Tahun | L | P | JUMLAH KESELURUHAN SISWA | JUMLAH MURID BARU | PROSENTASE |
|----|-----------|-----|-----|--------------------------|-------------------|------------|
| 1 | 2009-2010 | 426 | 422 | 848 | 299 | 22,8% |
| 2 | 2010-2011 | 391 | 407 | 798 | 266 | 20% |
| 3 | 2011-2012 | 404 | 433 | 837 | 301 | 23% |
| 4 | 2012-2013 | 368 | 418 | 786 | 232 | 18% |
| 5 | 2013-2014 | 329 | 416 | 745 | 209 | 16% |

Sumber: SMA Muh. 1 Gresik, Tahun 2014

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah siswa baru SMA Muhammadiyah 1 Gresik tahun ajaran 2009-2010 adalah sebanyak 299 siswa, mengalami penurunan pada tahun ajaran 2010-2011 sebesar 20 persen. Pada tahun ajaran 2011-2012 mengalami peningkatan sebesar 23 persen, yaitu dari 266 siswa baru ke 301 siswa. Pada tahun ajaran 2012-2013 kembali mengalami penurunan sebesar 18 persen, yaitu dari 301 siswa menjadi 232 siswa, terakhir pada tahun ajaran 2013-2014 mengalami penurunan sebesar 16 persen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Persepsi Atas Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di SMA Muhammadiyah 1 Gresik”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan judul dan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi atas fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik?
2. Apakah persepsi atas harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik?
3. Apakah persepsi atas lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik?
4. Apakah persepsi atas fasilitas, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini diharapkan dapat:

1. Untuk mengetahui persepsi atas fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik.

2. Untuk mengetahui persepsi atas harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik.
3. Untuk mengetahui persepsi atas lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik.
4. Untuk mengetahui persepsi atas fasilitas, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh persepsi terkait dengan fasilitas, harga, lokasi terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan.

2. Bagi Sekolah

Sebagai bahan masukan bagi manajemen sekolah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh persepsi terkait dengan fasilitas, harga, dan lokasi terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan agar orang tua murid memilih jasa pendidikan SMA Muhammadiyah 1 Gresik.

3. Bagi Universitas

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti.
- b. Hasil dari penelitian ini diharap dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan yang ada di Universitas Muhammadiyah Gresik dan sebagai bahan pertimbangan baik untuk menambah wawasan pengetahuan maupun sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.