

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber keterpurukan bangsa Indonesia adalah sumber daya manusia yang tidak berkualitas dan memiliki mentalitas yang buruk sehingga masalahpun berdatangan. Sumber daya manusia bangsa tidak mampu bersaing dan mengaktualisasikan dirinya dengan keadaan yang cepat berubah. Jika kita ingin memperbaiki kualitas sumber daya manusia, maka kita harus memulainya dengan memperbaiki kualitas setiap individu dan menjaga generasi penerus dari keburukan generasi pendahulunya. Dunia pendidikan membantu mengembangkan daya fikir dan kualitas sumber daya manusia melalui pendekatan teoritis maupun aplikatif. Bangsa yang maju adalah bangsa yang menghargai dunia pendidikan dengan baik, hal ini dapat dilakukan dengan cara memprioritaskan pembangunan sektor ini.

Maka cara yang baik dan efektif untuk memperbaiki sumber daya manusia yang tidak berkualitas dan mentalitas yang buruk adalah dengan mengembangkan dunia pendidikan yang berkualitas yang diiringi dengan pendidikan moral dan agama yang seimbang dengan tingginya tuntutan zaman yang semakin lama semakin tidak terbatas. Persaingan di dunia pendidikanpun semakin ketat, setiap sekolah berlomba untuk menghasilkan siswa yang berkualitas. Standarisasi kualitas pendidikan sebenarnya telah diatur oleh pemerintah, tujuannya agar kualitas pendidikan sama dan merata di semua wilayah Indonesia, sehingga tidak ada lagi sekolah favorit.

Kota Bandung merupakan merupakan kota dengan penduduk terpadat ke-4 setelah Jakarta pusat, Jakarta barat, dan Jakarta selatan. Jumlah kepadatan per km² adalah 13.679 per km². Saat ini Penghuni Kota Bandung sendiri sudah mencapai angka lebih dari 3 juta jiwa dengan jumlah siswa SMP sebesar 131.313 orang. (Data: Badan Pusat Statistik).

Perkembangan pendidikan SMP Negeri di Bandung sangat pesat, sehingga terjadi kesenjangan

antara jumlah sekolah dengan pendaftar. Jumlah SMP negeri di kota Bandung adalah sebanyak 55 sekolah dengan pendaftar SMP Negeri di Bandung adalah sekitar 20.675 untuk tahun 2014 dan 19.082 untuk tahun 2015. Berikut data pendaftar SMP Negeri di Bandung.



Tabel 1.1**Data Jumlah Pendaftar SMP Negeri di Bandung**

NO	NAMA SEKOLAH	ALAMAT	PENDAFTAR		KLUSTER
			2014	2015	
1	SMP Negeri 1 Bandung	Jl. Kesatrian No. 12	413	455	1
2	SMP Negeri 2 Bandung	Jl. Sumatra No. 36	323	325	1
3	SMP Negeri 3 Bandung	Jl. Dewi Sartika No. 96	294	473	1
4	SMP Negeri 4 Bandung	Jl. Samoja No. 5	288	358	1
5	SMP Negeri 5 Bandung	Jl. Sumatra No. 40	350	488	1
6	SMP Negeri 6 Bandung	Jl. H. Yakub no. 36	132	623	3
7	SMP Negeri 7 Bandung	Jl. Ambon No. 23	354	729	1
8	SMP Negeri 8 Bandung	Jl. Cigending No. 19	461	267	1
9	SMP Negeri 9 Bandung	Jl. Semar no. 5	507	315	2
10	SMP Negeri 10 Bandung	Jl. Dewi Sartika No. 115	259	588	2
11	SMP Negeri 11 Bandung	Jl. H. Samsudin No. 34	444	405	2
12	SMP Negeri 12 Bandung	Jl. Setia Budi No.195	354	404	1
13	SMP Negeri 13 Bandung	Jl. Mutiara No. 15	418	233	1

NO	NAMA SEKOLAH	ALAMAT	PENDAFTAR		KLUSTER
			2014	2015	
14	SMP Negeri 14 Bandung	Jl. Lap. Supratman No. 8	258	543	1
15	SMP Negeri 15 Bandung	Jl. Setia Budi No. 85	448	200	2
16	SMP Negeri 16 Bandung	Jl. PPH Mustopa No. 53	479	232	2
17	SMP Negeri 17 Bandung	Jl. Pacuan Kuda	464	206	2
18	SMP Negeri 18 Bandung	Jl. SMP No. 5-6 Trs. Kircon	504	267	2
19	SMP Negeri 19 Bandung	Jl. Sadang Luhur No. 11	602	268	3
20	SMP Negeri 20 Bandung	Jl. Centeh No.5	340	424	3
21	SMP Negeri 21 Bandung	Jl. Caringin Gg.Lumbung II	302	314	3
22	SMP Negeri 22 Bandung	Jl. Supratman No. 24	293	318	3
23	SMP Negeri 23 Bandung	Jl. Arjuna No. 20-22	269	217	3
24	SMP Negeri 24 Bandung	Jl. Suka Mulya No. 33	444	281	2
25	SMP Negeri 25 Bandung	Jl. Pajagalan No. 47	365	185	3
26	SMP Negeri 26 Bandung	Jl. Sarijadi Blok 23	476	278	2
27	SMP Negeri 27 Bandung	Jl. Yudawastu Pramuka I	269	280	2
28	SMP Negeri 28 Bandung	Jl. Solontongan II	338	317	1
29	SMP Negeri 29 Bandung	Jl. Geger Arum No. 11A	394	318	3
30	SMP Negeri 30 Bandung	Jl.Sekejati No.32	430	258	1

NO	NAMA SEKOLAH	ALAMAT	PENDAFTAR		KLUSTER
			2014	2015	
31	SMP Negeri 31 Bandung	Jl. Binong Jati No 139	480	313	3
32	SMP Negeri 32 Bandung	Jl. Arjuna No. 32	224	255	3
33	SMP Negeri 33 Bandung	Jl. BBK Tarogong	413	215	2
34	SMP Negeri 34 Bandung	Jl. Waas Soekarno Hatta	341	283	1
35	SMP Negeri 35 Bandung	Jl. Dago Pojok No. 756	482	252	3
36	SMP Negeri 36 Bandung	Jl. Caringin	298	298	2
37	SMP Negeri 37 Bandung	Jl. BBK Sari I	408	172	3
38	SMP Negeri 38 Bandung	Jl. Borobudur Cibaduyut	464	231	3
39	SMP Negeri 39 Bandung	Jl. Holis no. 439	403	373	3
40	SMP Negeri 40 Bandung	Jl. Wastukencana No. 74 A	251	824	3
41	SMP Negeri 41 Bandung	Jl. Arjuna No. 18	330	231	2
42	SMP Negeri 42 Bandung	Jl. Manjah Lega	244	268	3
43	SMP Negeri 43 Bandung	Jl. Kautamaan Istri No. 31	215	435	2
44	SMP Negeri 44 Bandung	Jl. Cimanuk I	370	605	2
45	SMP Negeri 45 Bandung	Jl. Yogyakarta No.1A	429	269	3
46	SMP Negeri 46 Bandung	Jl. Cigagak	525	348	3
47	SMP Negeri 47 Bandung	Jl. Budi Cilember	409	554	3

NO	NAMA SEKOLAH	ALAMAT	PENDAFTAR		KLUSTER
			2014	2015	
48	SMP Negeri 48 Bandung	Jl. Batuiraden VIII No. 19	448	341	3
49	SMP Negeri 49 Bandung	Jl. Antapani 58	405	281	3
50	SMP Negeri 50 Bandung	Jl. Pasir Jati Ujung Berung	581	401	3
51	SMP Negeri 51 Bandung	Jl. Derwati Rancasari	398	473	3
52	SMP Negeri 52 Bandung	Jl. Ciumbuleuit	330	316	3
53	SMP Negeri 53 Bandung	Filial SMPN 49	339	175	3
54	MTs Negeri 1 Bandung	Jl. Terusan Holis Cibolerang	375	318	3
55	MTs Negeri 2 Bandung	Jl. Antapani	241	282	2
TOTAL			20675	19082	

Mengingat akan persaingan di dunia pendidikan yang semakin ketat, maka SMP Negeri harus dapat memahami apa saja yang menjadi faktor utama penilaian suatu produk jasa pendidikan yang ditawarkan kepada calon siswa, khususnya yang sudah menjadi siswa sekolah untuk mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dari kinerja bauran pemasaran jasa pendidikan sekolah tersebut yang terdiri dari produk, harga, promosi, SDM, tempat, proses, bukti fisik dalam hal ini sangat berpengaruh terhadap citra sekolah, baik di lingkungan masyarakat dan khususnya di lingkungan siswa sekolah tersebut.

Bauran pemasaran jasa pendidikan sangat penting untuk sebuah sekolah. Sebuah sekolah yang memiliki kinerja bauran pemasaran jasa yang baik akan menimbulkan citra yang baik pula pada sekolah tersebut. Jika citra yang baik melekat pada sebuah sekolah, maka akan semakin banyak peminat dan pendaftar yang ingin bersekolah di SMP Negeri. Untuk itu sekolah harus menjaga serta meningkatkan kinerja bauran pemasaran jasa untuk membentuk citra sekolah dimana citra tersebut dinilai oleh siswa, orang tua siswa dan juga masyarakat.

Zeithalm and Bitner (2001:25) mengemukakan bauran pemasaran sebagai berikut:

“Marketing mix defined as the elements an organization controls than can be used to satisfy or communicate with customer. These elements appear as core decision variable in any marketing text or marketing plan”

Ketika konsumen mempunyai pengalaman yang baik atas penggunaan produk jasa dan dampak dari pelaksanaan marketing mix, maka konsumen akan mempunyai citra positif atas perusahaan tersebut. Menurut Margaret Grisdela dalam legalexpertconnections.com mendefinikan citra:

“Corporate image is the sparkle of pride then shine from pages of your website, brochure and other sales pieces. It is seamless integration, in appearance and functionality, of your entire sales and marketing process”

Dikutip: Annisa Lisdayanti (2007)

SMP Negeri 2 Bandung merupakan 1 dari 55 sekolah negeri di Bandung. SMP SMP negeri 2 Bandung memiliki akreditasi A dan telah memiliki ISO 9001 tentang manajemen mutu yang dikeluarkan oleh dinas pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia. SMP

Negeri 2 telah melakukan strategi bauran pemasaran dengan baik terbukti dengan akreditasi dan standarisasi ISO yang didapatkan. Hanya saja pendaftar calon siswa ke SMP Negeri 2 Bandung dalam 2 tahun terakhir menurun dan selalu kalah jika dibandingkan dengan SMP Negeri 5 Bandung, SMP Negeri 1 Bandung dan SMP negeri 7 Bandung, padahal SMP tersebut memiliki standar pendidikan yang sama, memiliki akreditasi sekolah yang sama yaitu akreditasi A dan memiliki standar ISO yang sama yaitu ISO 9001 tentang manajemen mutu. Ini terbukti dari jumlah peminat yang mendaftarkan ke SMP. SMP Negeri 2 Bandung di tahun 2014 dan 2015 memiliki pendaftar sebanyak 648 orang dengan pendaftar 323 orang di tahun 2014 dan 325 orang di tahun 2015, jika kita bandingkan sebagai contoh dengan SMP Negeri 7 Bandung di tahun 2014 dan 2015 memiliki pendaftar sebanyak 1083 orang dengan pendaftar 354 orang di tahun 2014 dan 729 orang di tahun 2015, jelas SMP Negeri 2 Bandung kalah dalam jumlah pendaftar yang ingin melanjutkan sekolah ke SMP, padahal sekolah tersebut sama-sama memiliki standar pendidikan, akreditasi dan ISO yang sama.

Disinyalir kurangnya peminat di SMP Negeri 2 Bandung ini terjadi karena aktivitas dari tata usaha yang tidak berjalan sebagaimana mestinya, fasilitas yang disediakan dianggap kurang seperti lahan parkir dan tidak meratanya kualitas dari tenaga pendidik.

Banyaknya pendaftar memperlihatkan bahwa di masyarakat SMP Negeri 1 dan 7 Bandung dianggap memiliki citra SMP yang lebih baik dibandingkan dengan SMP Negeri 2 Bandung dan menjadi sekolah SMP favorit bagi orang tua untuk menyekolahkan anak mereka. Semakin baik citra yang terbentuk di masyarakat semakin tinggi kecenderungan orang tua memilih SMP tersebut.

Penelitian terdahulu Banyak yang membahas mengenai hubungan antara variabel *Produk* dengan Citra Perusahaan. Dari penelitian terdahulu tersebut dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara *Produk, Process, Place, People, dan Physical Envidance* dengan Citra perusahaan. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin baik Produk, Proses, Tempat, SDM, dan Bukti Fisik yang dilakukan oleh suatu perusahaan, maka akan semakin meningkat pula citra perusahaan. Pada

penelitian Humam Adib Luthfy (2012) yang meneliti tentang pengaruh bauran pemasaran jasa *Produk, Process, Place, People, dan Physical Envidance* terhadap citra di SMP Islam Al-Azhar 14 Semarang, menjelaskan bahwa variable Produk, Proses, Tempat, SDM, dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap citra sekolah. Di perkuat oleh penelitian oleh Annisa Lisdayanti (2007) yang meneliti tentang bauran pemasaran jasa pendidikan di Universitas Widyatama Bandung terhadap citra Perguruan tinggi. Dalam penelitan ini disebutkan bahwa variable Produk, Proses, Tempat, SDM, dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap citra Universitas. Penelitan Didit Setiadi (2010) juga menyebutkan bahwa variabel Produk, Proses, Tempat, SDM, dan Bukti Fisik berpengaruh terhadap citra lembaga international language program di Bogor.

Melihat hal tersebut, penulis maka penulis akan melakukan penelitian pada siswa/orang tua siswa mengenai “Pengaruh Bauran pemasaran jasa pendidikan SMP Negeri 2 Bandung terhadap citra sekolah favorit”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh produk jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh tempat jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh SDM jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh proses jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh bukti fisik jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh produk, tempat, SDM, proses, bukti fisik terhadap citra sekolah SMP Negeri 20 Bandung secara bersamaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh produk jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh tempat jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh SDM jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh proses jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh bukti fisik jasa pendidikan terhadap citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung.
6. Untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh Produk, Tempat, SDM, Proses, Bukti fisik terhadap Citra sekolah SMP Negeri 2 Bandung secara bersamaan.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Secara Teoritis:

penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan referensi kepustakaan mengenai ilmu pengetahuan di bidang pemasaran yaitu tentang strategi bauran pemasaran jasa pendidikan sekolah di SMP Negeri 2 Bandung, dan faktor yang mempengaruhi terbentuknya citra sekolah di masyarakat tentang sekolah favorit yang menjadikan strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah pendaftar yang ingin bersekolah di SMP Negeri 2 Bandung.

b) Secara Praktis:

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan bagi kalangan akademis maupun masyarakat umum mengenai faktor bauran pemasaran jasa pendidikan di SMP Negeri 2 Bandung dan faktor yang mempengaruhi terbentuknya citra sekolah favorit. Khususnya bagi manajemen SMP Negeri 2 Bandung dalam penentuan strategi pemasaran dalam penerimaan siswa baru tahun 2016 – 2017, juga bagi pemerintah kota Bandung dalam upaya

pembuatan system penerimaan siswa baru untuk menghilangkan citra sekolah favorit.

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian adalah antara bulan September 2016 s/d bulan Desember 2016 bertempat di SMP Negeri 2 Bandung Jl. Sumatra No. 40 Bandung.

