

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sekolah Nasima merupakan sebuah lembaga di bidang pendidikan yang di selenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Islam Nasima. Yayasan ini berdiri pada tanggal 7 Januari 1994 diawali dengan berdirinya TK , setelah mengalami perkembangannya sekarang sekolah Nasima sudah memiliki unit PUD (Daycare, Toddler, KB, dan TK Nasima), SD, SMP dan SMA. Nasima sebuah kata yang mengandung arti "Nasionalis Agama", lembaga pendidikan yang bercita-cita mendidik insan Indonesia yang nasionalis dan berakhlak al karimah.

Misi sekolah Nasima adalah membimbing insan Indonesia berilmu dan berakhlak al karimah, sedangkan visinya adalah menyelenggarakan pendidikan berkualitas, mewujudkan lokomotif - lokomotif baru menuju Indonesia raya serta mewujudkan kesejahteraan bersama,

Yayasan Pendidikan Islam Nasima mengelola lembaga pendidikan dari Daycare sampai SMA mempunyai harapan agar terjadi pendidikan yang berkelanjutan sehingga dapat menanamkan karakter nasima sesuai dengan tahapan usia peserta didik. Studi lanjut yang terjadi di sekolah nasima dari jenjang TK ke SD mencapai 80% sampai 90%. Tetapi siswa yang melanjutkan dari jenjang SD Nasima ke SMP Nasima belum sesuai dengan harapan yaitu sekitar 30% an tiap tahunnya. Padahal Sekolah Nasima memiliki target 50% kelulusan SD Nasima.

Tabel 1.1
Tabel Studi lanjut dari SD Nasima ke SMP Nasima

TAHUN	Prosentase
-------	------------

2014/2015	32.94%
2015/2016	26.92%
2016/2017	26.60%
2017/2018	30.00%
2018/2019	34.65%

Sumber: Dokumen PPD Sekolah Nasima 2019

Penyebab dari fenomena rendahnya keputusan orang tua menyekolahkan anaknya kembali ke Yayasan Pendidikan Nasima belum diketahui. Hanya saja mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu terdapat beberapa alasan mengapa seseorang itu melakukan keputusan pembelian pada untuk layanan akademik. Menurut Abdullah(2006) aspek yang mempengaruhi dalam memilih pendidikan adalah aspek non akademik, aspek akademik, empati dan reliabilitas. Aspek non-akademis berisi variabel penting untuk mengaktifkan siswa memenuhi kewajiban belajar yang ada hubungan dengan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab staf non akademik. Aspek akademis merupakan tanggung jawab dari akademisi, yang menyoroti tentang sikap positif, keterampilan komunikasi yang baik, waktu yang cukup untuk konsultasi dan mampu memberikan umpan balik secara teratur kepada siswa. Faktor reliabilitas terdiri dari item yang menempatkan penekanan pada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang baik , menepati janji,dan dapat memecahkan masalah dengan cara simpatik dan meyakinkan. Faktor empati berkaitan dengan perhatian yang diberikan kepada siswa sesuai dengan kebutuhan secara spesifik (Abdullah, 2006). Dalam pengambilan keputusan memilih pendidikan ada aspek lain yang mempengaruhi antara lain kualitas dan harga.

Kualitas produk sangat berpengaruh dalam penentuan keputusan membeli. Kualitas tinggi merupakan pertimbangan konsumen sebelum menentukan pilihan atau membeli (Lutz,1986).

Dengan semakin tinggi atribut yang dapat dinilai, semakin baik kualitas suatu produk. Sehingga informasi tentang produk sebelum membeli mengarah pada kualitas produk. Kualitas dapat didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap produk tentang keunggulan produk secara keseluruhan (Zeithaml, 1988) sedangkan persepsi kualitas mempunyai arti sebagai persepsi konsumen pada keunggulan dari produk atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen (Zeithaml Muafi dan Effendi, 2001). Persepsi kualitas mempengaruhi konsumen dalam menentukan sikap membeli barang atau jasa. Persepsi kualitas positif dapat dibangun dengan mengupayakan identifikasi dimensi kualitas yang dinilai penting bagi konsumen, dan membangun persepsi kualitas pada dimensi mereknya (Aaker dalam Astuti dan Cahyadi, 2007).

Stanton (1998:247) berpendapat harga adalah jumlah yang harus dikeluarkan untuk mendapat produk dan pelayanannya. Sedangkan Basu Swasta (2003:147) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan dalam mendapatkan sejumlah barang beserta pelayanannya. Sehingga menentukan harga merupakan faktor yang penting bagi sebuah lembaga ataupun instansi demi kelangsungan dan perkembangan perusahaan itu begitu juga lembaga pendidikan.

Menurut Dimoka dan Pavlou (2006) bahwa untuk transaksi online, konsumen rela membayar dengan harga yang relatif lebih tinggi untuk vendor yang telah dipercaya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga konsumen tidak berdasarkan besar kecilnya harga tetapi untuk mengatakan suatu produk mahal itu dikarenakan jumlah yang harus dibayar dibandingkan dengan fasilitas (kualitas produk) yang diterima akan tetapi belum diketahui pengaruh harga pada jasa pendidikan.

Orang tua selalu mengharapakan putra putrinya menjadi anak yang pandai dan berguna bagi agaman, nusa dan bangsa. Syaratnya antara lain mereka harus menjadi anak yang pandai

dan peduli terhadap lingkungan sekitarnya, sehingga mereka menyekolahkan putra putrinya di sekolah formal agar memiliki kualitas. tetapi hal ini belum bisa dilaksanakan dengan imbang karena kesibukan orang tua dalam melaksanakan tugas rutinitasnya setiap hari yang berangkat pagi dan pulang malam tanpa ada waktu senggang untuk mengontrol, mengawasi dan mendidik anak-anaknya. Sehingga mereka menganggap keberhasilan anaknya tergantung kepada pihak sekolah dan gurunya. Sehingga mereka akan menyekolahkan anaknya di lembaga atau sekolah yang berkualitas.

Penelitian ini menggunakan variabel akademik, non akademik, empati dan reliabilitas sesuai dengan *HEdPERF*'s yang merupakan metode dalam mengukur kualitas layanan yang disampaikan oleh Abdulah, 2006. Disamping itu aspek harga dan kualitas pendidikan juga merupakan variabel dalam penelitian ini.

Meskipun penelitian telah dilakukan pada hubungan antara harga dan kualitas yang dirasakan dengan niat membeli, tetapi tidak ada penelitian yang signifikan telah dilakukan dalam lembaga pendidikan. Penelitian-penelitian terdahulu terkait keputusan pembelian terhadap jasa pendidikan masih sedikit penelitian yang meneliti spesifik tentang keputusan membeli jasa pendidikan, penelitian-penelitian lain yaitu jasa layanan publik (Hashim awais Butt, et.al,2016), pengguna alat transportasi (Manuel Sa'nchez Pe'rez, et.al. 2007, ritel makanan (Gopal Das; 2014), dan konsumen Cupcake (Michell Jay Tansil /Maria V.J. Tielung 2014), persepsi harga terhadap kualitas di hotel Chun-Fang Chiang SooCheong (Shawn) Jang, 2014, toko obat (Paul C.S. Wu, et.al ; 2011), kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat (Zaharia;2014), Kualitas pelayanan dalam perawatan kesehatan (Edura Wan, R., & Hj. Kamaruzaman, J.; 2009), Jaminan kualitas Manajemen Jasa Makanan (Zaharia, VV, Dogaru, MM, & Boaja, D.-M. 2014).

Penelitian lain yang berkaitan dengan persepsi harga konsumen sering mempengaruhi niat pembelian mereka (Lichtenstein, Ridgway & Netemeyer, 1993). Golnaz Rezai, Phuah Kit Teng, Mad Nasir Shamsudin, Zainalabidin Mohamed, John L Stanton (Gaya hidup konsumen dan kekhawatiran publik tentang keamanan makanan,). satu-satunya penelitian yang dilakukan di dunia pendidikan dilakukan oleh Lynn Bosetti. Tetapi dalam penelitian tersebut menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian ini. Lynn Bosetti menggunakan variabel kenyamanan anak, tempat yang aman, kepedulian guru terhadap orang tua dan siswa, lingkungan belajar yang menantang, mengembangkan potensi siswa. Strategi pembelajaran yang inovatif, kegiatan ekstrakurikuler

1.2. Rumusan Masalah

Yayasan pendidikan Islam Nasima mengelola lembaga pendidikan dari day care sampai SMA dengan harapan dapat memberikan pendidikan karakter Nasima (Nasionalis agama) secara berkelanjutan dan bertahap sesuai dengan tahapannya. Tetapi sampai saat ini orang tua SD Nasima yang mendaftarkan ke SMP Nasima masih belum sesuai dengan harapan yaitu sekitar 30% dari kelulusan siswa SD Nasima setiap tahunnya. Faktor yang mempengaruhi keputusan orang tua untuk memutuskan mendaftarkan sekolah untuk anaknya antara lain kualitas layanan (aspek akademik, aspek non-akademik, empati, reliabilitas), persepsi kualitas dan persepsi harga.

Dan selama ini terdapat penelitian dalam keputusan membeli di bidang jasa layanan publik (Hashim awais Butt, et.al,2016), jasa layanan public (Hashim awais Butt, et.al,2016), pengguna alat transportasi (Manuel Sa´nchez Pe´rez, et.al. 2007, ritel makanan (Gopal Das; 2014), dan konsumen Cupcake(Michell Jay Tansil /Maria V.J. Tielung 2014), persepsi harga

terhadap kualitas di hotel Chun-Fang Chiang SooCheong (Shawn) Jang, 2014, toko obat(Paul C.S. Wu, et.al ; 2011), kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat (Zaharia;2014), produk makanan , pakaian(Winakor, 1969; Ha-Brookshire & Hodges;2009), perumahan(Winakor, 1969; Ha-Brookshire & Hodges;2009), dan kesehatan(Edura Wan, R., & Hj. Kamaruzaman, J.; 2009) dan belum ada dibidang jasa pendidikan. Sehingga muncul pertanyaan pada peneliti sebagai berikut:

1. Apakah aspek akademik berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP?
2. Apakah aspek non akademik berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP?
3. Apakah Empati berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP?
4. Apakah reliabilitas berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP?
5. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP?
6. Apakah persepsi kualitas berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP?

1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk digunakan untuk pedoman melaksanakan penelitian dalam menemukan jawaban permasalahan yang dirumuskan.

Penelitian ini memiliki tujuan:

1. Menganalisis pengaruh aspek akademik terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP
2. Menganalisis pengaruh aspek non-akademik terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP
3. Menganalisis pengaruh aspek empati terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP.
4. Menganalisis pengaruh reliabilitas terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP
5. Menganalisis pengaruh harga terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP
6. Menganalisis pengaruh kualitas terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP

Setelah mengetahui aspek-aspek yang mempunyai pengaruh terhadap penentuan keputusan orang tua untuk menyekolahkan di SMP Nasima maka diharapkan yayasan bisa menentukan aspek yang akan dilakukan perubahan sebagai tindak lanjut dalam menarik orang tua mendaftarkan anaknya di SMP Nasima.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

- a. Mengetahui lebih jelas dan mengkaji lagi faktor-faktor yang berpengaruh dalam mengambil keputusan menentukan pilihan sekolah.
- b. Sebagai referensi tambahan sebagai hasil penelitian tentang memilih sekolah (school choice) yang lebih tepat.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Sekolah

Sekolah dapat mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi orang tua memilih sekolah untuk anaknya.

b. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat dapat memberi informasi tambahan bagi orang tua tentang factor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih sekolah untuk anaknya.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan teoritis

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

1.4. Sistematika Penelitian

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1. Telaah Pustaka

2.1.1. Pengukuran Kualitas

2.1.2. Aspek Akademik

2.1.3. Aspek Non Akademik

2.1.4. Empati

2.1.5. Reliabilitas

2.1.6. Harga

2.1.7. Kualitas

2.1.8. Minat Beli ulang

2.2. Penelitian terdahulu

2.3. Hubungan antar Variabel

2.3.1. Persepsi tentang aspek akademik berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukka anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP

2.3.2. Persepsi tentang aspek non akademik berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP

2.3.3. Persepsi tentang aspek Empati berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukka anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP

2.3.4. Persepsi tentang Reliabilitas berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP

2.3.5. Persepsi tentang persepsi harga berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukka anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP

2.3.6. Persepsi tentang persepsi kualitas berpengaruh terhadap minat orang tua untuk kembali memasukkan anaknya ke Yayasan Pendidikan Islam Nasima jenjang SMP

2.4. Kerangka Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Data

3.3. Jenis Data dan Sumber Data

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.5. Teknik Analisa Data