

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah proses pengembangan dan pembentukan manusia melalui tuntunan dan petunjuk yang tepat di sepanjang kehidupan mencakup di segala bidang. Semua daya upaya yang ditunjukkan untuk menolong anak dalam perkembangannya, baik jasmani maupun rohani menjadi manusia yang berpendidikan.

Pendidikan merupakan syarat mutlak untuk menuju masyarakat adil, makmur dan sejahtera, sesuai dengan tujuan pendidikan nasional yang tercantum dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menjelaskan tujuan pendidikan nasional ialah untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Pendidikan juga merupakan salah satu prioritas terpenting bagi sebagian besar masyarakat. Kualitas atau mutu pendidikan / lembaga pendidikan saat ini menjadi perhatian oleh para pemangku kepentingan di sektor pendidikan. Pemangku kepentingan yang dimaksud adalah pemerintah, dinas terkait, guru, orang tua siswa, maupun siswa itu sendiri. Seperti halnya sebuah produk, lembaga pendidikan dalam hal ini adalah sekolah, memiliki konsumen yang

selalu mempertimbangkan kualitas atau mutu sekolah yang akan dipilihnya. Konsumen di dalam dunia pendidikan / sekolah yaitu siswa itu sendiri. Calon siswa tentu akan memilih sekolah dengan kualitas yang terbaik. Oleh karena itu, sekolah berlomba-lomba untuk menunjukkan kualiitasnya serta mempertahankan kualitas yang sudah terbentuk. Kualitas inilah yang disebut sebagai *image* atau citra.

Kotler (2009:388) mendefinisikan “Citra adalah cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produknya”. Dalam hal ini, berarti bagaimana masyarakat memikirkan tentang sekolah tersebut, mulai dari guru, lingkungan, dan fasilitas sekolah. Bila guru yang dikenal berkompeten, lingkungan sekolah yang bersih dan nyaman, fasilitas sekolah yang lengkap dan aman, maka masyarakat memikirkan bahwa citra sekolah tersebut baik dalam hal ini.

Citra baik merupakan harta yang sangat tinggi nilainya bagi lembaga manapun. Ia mendukung daya saing lembaga dalam jangka menengah atau dalam jangka panjang. Citra baik dapat menjadi perisai perusahaan atau lembaga pada saat menghadapi masa krisis. Disamping itu, citra baik dapat menjadi daya tarik eksekutif handal, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan menghemat biaya operasional untuk membangun citra baik perusahaan atau lembaga.

Pemasaran yang efektif akan sangat membantu sekolah dalam menjaring siswa/calon siswa untuk memilih sekolah tersebut. Pemasaran sekolah ini banyak dilakukan terutama oleh sekolah-sekolah swasta. Sekolah-sekolah

senantiasa berlomba-lomba untuk mendapatkan tempat terbaik. Sekolah swasta ini harus selalu menerapkan pemasaran yang efektif agar dapat meningkatkan serta mempertahankan citra atau *image* mereka di mata konsumen, yaitu siswa/calon siswa. Dengan citra atau *image* yang baik diharapkan mampu mempengaruhi minat siswa dalam memilih sekolah. Sama halnya dengan sekolah-sekolah swasta lain yang ada di Indonesia, sekolah swasta yang ada di Kota Bogor pun aktif membangun citra positif melalui pemasaran yang dilakukan. Banyak cara yang ditempuh oleh sekolah tersebut seperti melakukan promosi melalui berbagai media, memberikan fasilitas belajar sekolah yang lengkap, memberikan kemudahan pembayaran biaya pendidikan, beasiswa bagi siswa/calon siswa yang berprestasi. Hal ini dilakukan agar sekolah swasta tetap bersaing dengan sekolah negeri dalam hal perekrutan siswa.

Melalui pendidikan diharapkan mutu dan martabat warga negara Indonesia dapat ditingkatkan. Terlebih zaman yang sudah modern seperti sekarang ini. Hal ini dilakukan untuk mengembangkan segala potensi yang ada pada setiap individu.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah salah satu lembaga pendidikan formal yang mengutamakan pengembangan kemampuan peserta didik untuk dapat bekerja dalam bidang tertentu, melihat peluang kerja dan pengembangan diri di kemudian hari. Lembaga pendidikan kejuruan ini terutama bermaksud menempatkan tenaga kerja yang terampil yang banyak dibutuhkan oleh bangsa. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut siswa SMK harus memiliki kemampuan baik teori maupun praktik agar memiliki

kemampuan dan keterampilan sehingga dapat memenuhi kebutuhan atau tuntutan dunia usaha/ dunia industri sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh masing-masing sekolah. SMK juga melatih siswa melalui Praktik Kerja Industri (PRAKERIN) di mana siswa diberikan bekal kesiapan kerja dalam pelajaran teori maupun pelajaran praktik sebelum terjun ke dunia industri. Praktik Kerja Industri (PRAKERIN), SMK PGRI 3 Bogor bekerjasama dengan 35 dunia usaha/dunia industri dan menyalurkan tenaga kerja bagi yang telah lulus.

Pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang dipersiapkan untuk bekerja dalam bidang tertentu (UU No. 20 Tahun 2003 Pasal 15). Sebagai bagian dari sistem pendidikan menengah kejuruan, secara umum SMK bertujuan : (1) menyiapkan peserta didik agar dapat menjalani kehidupan secara layak, (2) meningkatkan keimanan dan ketakwaan peserta didik, (3) menyiapkan peserta didik agar menjadi warga negara yang mandiri dan bertanggungjawab, (4) menyiapkan peserta didik agar memahami dan menghargai keanekaragaman budaya bangsa Indonesia, dan (5) menyiapkan peserta didik agar menerapkan dan memelihara hidup sehat, memiliki wawasan lingkungan pengetahuan dan seni.

SMK memiliki banyak bidang bakat keahlian, seperti di SMK PGRI 3 Bogor yang memiliki beberapa bidang keahlian. Bidang keahlian tersebut mulai dari Administrasi Perkantoran (jurusan yang semua kegiatan tulis menulis yang bersifat ketatausahaan, baik dalam pelaksanaan pekerjaan operatif, penyediaan keterangan bagi pimpinan, dan membantu kelancaran perkembangan

organisasi), Pemasaran (jurusan yang mempelajari seluk beluk pasar secara meluas termasuk menciptakan produk yang berkualitas), Akuntansi (jurusan yang sangat berhubungan dengan angka dan hitung menghitung), Perbankan Syariah (jurusan yang mengarahkan siswanya untuk dapat melakukan tata kelola keuangan secara syariah), dan Multimedia (suatu sarana atau media melalui penggunaan komputer dalam menggabungkan dan menyajikan suara, teks, animasi, audio dan video dengan alat bantu dan koneksi sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi).

Selain itu SMK PGRI 3 Bogor merupakan sekolah yang sudah Terakreditasi “A” dan memiliki fasilitas yang cukup lengkap. Adapun fasilitas yang tersedia yaitu gedung sekolah yang kokoh, ruang belajar yang nyaman, sarana olah raga, adanya laboratorium bahasa Inggris, laboratorium komputer, internet *hotspot*, masjid, uks, toko koperasi, kantin, bursa kerja, dan bank mini. Ada beberapa ekstrakurikuler yang menjadi favorit di SMK PGRI 3 Bogor, diantaranya yaitu: paduan suara, pramuka, pmr, pecinta alam, paskibra, pencak silat, karate, kesenian, fotografer, *hand ball*, volly, *english club* dan *typing fast*. Siswanya pun, berprestasi ada di bidang akademis Juara 3 Olympiade Perbankan Syariah, Juara 2 Olympiade Komputer Tingkat Kota Bogor. Dan di bidang non akademis ada ekstrakurikuler *english club* mendapat Juara 1, Juara 1 fotografi, dan Juara 1 raimuna Jawa Barat. Hal ini pun dapat menjadi citra positif yang bisa menarik calon siswa.

Dalam bidang jasa harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan suatu lembaga, salah satunya adalah menentukan lokasi

yang tepat untuk sekolah. Lokasi sekolah adalah aspek penting dalam dari strategi pemasaran. Lokasi yang strategis dapat mempengaruhi keberhasilan dalam usaha maupun dunia pendidikan agar dapat menarik minat siswa dalam memilih sekolah.

Menurut Fandy (2019:172) lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi peranan strategik, seperti fleksibilitas, *comparative positioning*, manajemen permintaan dan fokus strategik. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif, terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.

Menentukan lokasi atau tempat untuk setiap usaha merupakan suatu tugas penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum usaha dimulai. Memilih lokasi dalam usaha merupakan keputusan penting, dalam usaha yang dapat membujuk pelanggan agar tertarik dan datang ke tempat tersebut.

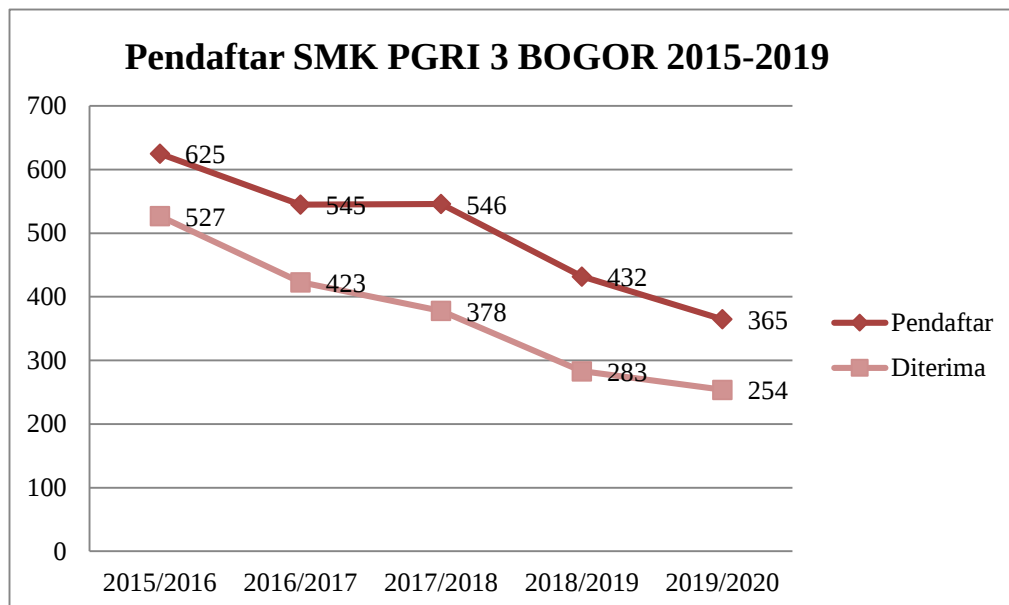
Lokasi SMK PGRI 3 Bogor terletak di Jl. P dan K No. 24 Kel. Kedunghalang, Kec. Kota Bogor Utara, Kota Bogor, Prov. Jawa Barat. Akasesnya yang mudah dan dapat dilalui oleh kendaraan pribadi, namun cukup sulit jika untuk angkutan umum karena jarak dari sekolah ke jalan raya cukup

jauh namun demikian terletak diantara kompleks perumahan warga sehingga cukup mudah untuk dijangkau oleh warga sekitar.

Minat adalah rasa lebih suka atau ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah adanya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.

Minat setiap individu berbeda-beda, sesuai dengan pribadi masing-masing yang cenderung berubah-ubah. Hal tersebut dipengaruhi oleh informasi dan pengalaman atau pengetahuan yang benar dan tepat dapat memberikan gambaran yang diminatinya. Setelah mendapat gambaran dan informasi, seseorang dapat memilih untuk meneruskan minatnya atau bahkan mengurungkan minatnya dalam menekuni bidang tertentu.

Adapun berikut ini adalah perkembangan jumlah murid pendaftar di SMK PGRI 3 Bogor tahun 2015-2019 dapat dilihat pada gambar 1. Berdasarkan data pada gambar 1, dapat dilihat bahwa terdapat penurunan jumlah siswa dari tahun ke tahun. Dapat dilihat pada tahun ajaran 2016/2017 di tahun ini mulai mengalami penurunan sebanyak 104 siswa dari tahun ajaran 2015/2016. Di setiap tahunnya tidak ada peningkatan yang terjadi, salah satu faktornya, setelah di berlakukannya sistem zonasi pada SMK Negeri. Hingga jumlah pendaftar dari tahun 2015 sampai tahun 2019 mengalami penurunan hampir 50%.



Gambar 1
Data Pendaftar SMK PGRI 3 Bogor
 Sumber Data: Tata Usaha SMK PGRI 3 Bogor

Permasalahan yang terjadi adalah terdapat siswa yang memilih sekolah karena beberapa faktor, yaitu citra sekolah dan lokasi. Citra yang kurang memikat pada siswa, dan lokasi yang tidak mudah dijangkau oleh siswa.

Tingkat kepercayaan yang rendah yang rendah tentu saja menyebabkan citra yang kurang baik di benak masyarakat. Citra yang positif akan membuat calon siswa menyukai lembaga sekolah tersebut, sedangkan bagi lembaga sekolah citra yang baik akan membantu kegiatan sekolah dalam bidang pemasaran. Agar citra dapat terbentuk sesuai dengan yang diharapkan oleh sekolah, maka sekolah sebagai produsen harus mampu memahami dan mengeksplorasi unsur-unsur yang membentuk citra yang baik sehingga memiliki kesan baik pada masyarakat.

Penentuan lokasi sekolah perlu diperhatikan pemetaan sekolah. Pemetaan sekolah tidak hanya sekedar menunjukkan peta atau gambar lokasi lahan serta bangunan sekolah. Pemetaan sekolah tersebut dapat dipergunakan untuk menentukan lokasi sekolah secara tepat berdasarkan kepadatan penduduk sekitar serta sarana dan prasarana sekolah secara lengkap.

Lokasi sekolah yang dekat dengan tempat tinggal siswa juga diduga menjadi penentu untuk memilih jurusan dan sekolah yang akan dipilih. Persepsi yang diperoleh dari interaksi siswa, jika lokasi yang dekat dengan fasilitas transportasi serta mudah ditemukan atau mudah dicapai akan berpengaruh terhadap minat siswa dalam memilih sekolah. Karena memudahkan siswa untuk datang ke sekolah, dan jika bangunan terlihat dari jalan raya pun akan mudah menarik peminat dari luar.

Diberlakukannya sistem zonasi pada sekolah negeri, sangat berpengaruh pada minat siswa memilih sekolah swasta, apalagi jika sekolah swasta tersebut berdekatan dengan sekolah negeri. Ini berdampak pada tingkat penurunan jumlah siswa telah terjadi di SMK PGRI 3 Bogor, yang tadinya siswa memilih sekolah tersebut karena berjarak 100 m dari rumahnya dan sekarang lebih memilih SMK Negeri yang jaraknya 2 km karena area zonasinya memadai untuk masuk sekolah tersebut dengan skor tinggi walaupun jumlah hasil Ujian Nasional rendah. Setelah 3 tahun diberlakukannya sistem zonasi ini semakin menurun peminat untuk memilih sekolah swasta.

Minat siswa masuk Sekolah Menengah Kejuruan menjadi hal penting karena guna mendorong sekolah untuk terus meningkatkan kualitasnya

sehingga tercipta hubungan yang baik antara sekolah, lulusan, maupun orang tua siswa. Kepuasan yang diperoleh juga akan menjadikan sekolah semakin terkenal dan memiliki citra yang baik di masyarakat sehingga dapat menimbulkan minat. Citra lembaga dan lokasi sekolah juga dapat menjadi dasar atau motivasi bagi siswa untuk belajar secara sungguh-sungguh dan disiplin, sebab hal tersebut adalah langkah awal untuk meraih cita-cita yang gemilang dan menjadi kebanggaan orang tua. Semakin banyak siswa yang memiliki minat untuk belajar di SMK PGRI 3 Bogor berarti sekolah tersebut telah menjadi unggulan, favorit dan impian dari masyarakat sekitar. Berdasarkan latar belakang dan populasi penelitian maka perlu diadakan penelitian tentang **“Pengaruh Citra Lembaga dan Lokasi Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih SMK PGRI 3 Kota Bogor”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Ditetapkannya sistem zonasi untuk sekolah negeri menyebabkan penurunan jumlah siswa di sekolah swasta.
2. Banyaknya pesaing / sekolah swasta yang memiliki citra lebih bagus.
3. Terjadinya penurunan peminat yang semakin banyak.
4. Lokasi sekolah yang kurang mudah diakses.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang telah dikemukakan, pada penelitian ini permasalahan peneliti akan membatasi penelitian pada citra lembaga dan lokasi sekolah sebagai variabel bebas, serta minat siswa sebagai variabel terkait. Unit penelitian ini adalah siswa SMK PGRI 3 Bogor kelas X.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh citra lembaga terhadap minat siswa memilih SMK PGRI 3 Bogor?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi sekolah terhadap minat siswa memilih SMK PGRI 3 Bogor?
3. Apakah terdapat pengaruh citra lembaga dan lokasi sekolah secara bersama-sama terhadap minat siswa memilih SMK PGRI 3 Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, tujuan khusus penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra lembaga terhadap minat siswa memilih SMK PGRI 3 Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi sekolah terhadap minat siswa memilih SMK PGRI 3 Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra lembaga dan lokasi sekolah secara bersama-sama terhadap minat siswa memilih SMK PGRI 3 Bogor.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini berguna sebagai media pembelajaran mental pribadi dan memperluas wawasan dalam memahami Manajemen Pemasaran khususnya citra lembaga dan lokasi sekolah terhadap minat siswa memilih sekolah. Selain itu sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Strata 1 Manajemen, UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA.

2. Bagi Perusahaan / Lembaga

Manfaat bagi sekolah adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen/siswa mengenai pengaruh citra lembaga dan lokasi sekolah terhadap minat siswa memilih sekolah. Manfaat selanjutnya agar sekolah dapat mengevaluasi hasil penelitian ini.

3. Bagi Akademik

Dapat menjadi suatu informasi tambahan yang bermanfaat dan sebagai referensi bagi pembaca atau peneliti yang ingin mempelajari masalah-masalah manajemen pemasaran.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penulisan skripsi ini, akan diberikan gambaran mengenai isi skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II STUDI PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian, seperti pengertian manajemen pemasaran, citra, lokasi, minat, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai sejarah sekolah, sarana dan prasarana sekolah, visi dan misi sekolah, gambaran umum responden, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran sebagai masukan untuk perusahaan.