

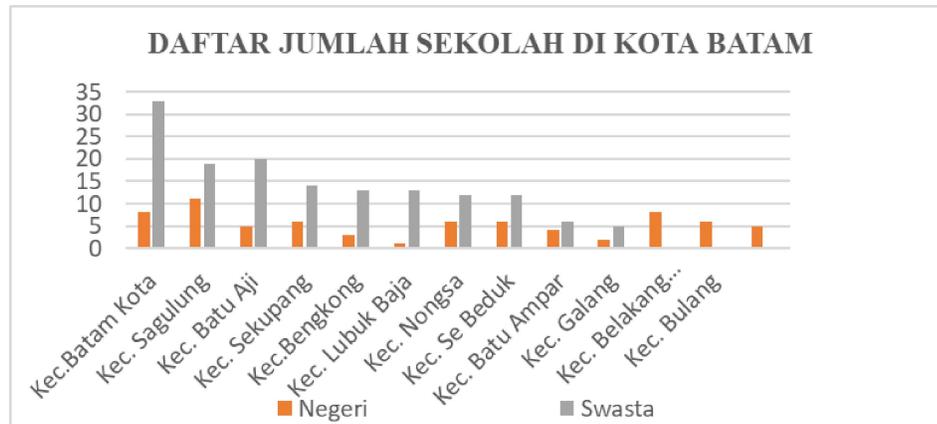
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan unsur penting pada kehidupan individu, sebagai media pembelajaran untuk membentuk karakter yang dipengaruhi oleh kehidupan manusia, baik secara personal maupun sosial (N. Hidayat et al., 2021:843). Pendidikan merupakan aspek krusial dalam pembentukan masa depan generasi muda, dan pemilihan sekolah merupakan keputusan strategis yang memengaruhi perjalanan pendidikan siswa (Thana & Hanipah, 2023:281). Dalam konteks ini, penting untuk paham akan aspek yang berpengaruh pada keputusan memilih sekolah (I et al., 2019:2). Pentingnya keputusan memilih sekolah dalam konteks pendidikan sangat menonjol, karena keputusan ini tidak hanya mencerminkan preferensi dan kebutuhan siswa, tetapi juga menciptakan dampak langsung terhadap pengalaman belajar mereka (Sudiantini et al., 2023:404). Keputusan ini berperan dalam membentuk lingkungan pendidikan yang sesuai dengan ekspektasi orangtua serta siswa terhadap kualitas dan metode pengajaran sekolah (Hidayat & Margono, 2023:3209).

Tabel 1. 1 Jumlah Siswa SMP Swasta di Batam



Sumber: data diolah (dapo.kemdikbud.go.id/, 2023)

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa distribusi jumlah SMP yang didominasi oleh sekolah swasta menunjukkan peran aktif sektor swasta dalam menyediakan fasilitas pendidikan di Batam. Kehadiran banyak SMP swasta memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memilih tempat pendidikan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka (Pracipta, 2021:67).

Keberadaan SMP swasta di Kecamatan Sekupang ini memberikan alternatif pendidikan bagi orang tua dan siswa yang mencari beragam pilihan dalam mencari sekolah yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Adanya 14 sekolah swasta di Sekupang disebabkan oleh meningkatnya permintaan akan pendidikan berkualitas, keterbatasan fasilitas di sekolah negeri, pilihan kurikulum yang beragam, inovasi pendidikan, kebebasan administratif, investasi swasta, ketidakpuasan terhadap sistem negeri, dan fleksibilitas biaya pendidikan.

Tabel 1. 2 Daftar nama sekolah SMP Swasta di Tiban-Sekupang

No	Nama Sekolah	Tahun Ajaran 2022/2023	Tahun Ajaran 2023/2024
1	SMP IT Muhajirin	147	122
2	Islamic Centre Nadahtl Wathan	21	30
3	SMP Idham Plus An-Nahdah	14	9
4	SMP Ulul Ilmi Cendekia	38	33
5	SMP Teramia	68	69
Jumlah		288	263

Sumber: dapo.kemdikbud.go.id/, 2023

Penurunan jumlah siswa dalam suatu sekolah dapat dipicu oleh berbagai faktor yang memiliki dampak langsung pada aspek keuangan dan kelangsungan operasional sekolah (Junanah, 2022:53). Salah satu faktor utama adalah kualitas pendidikan yang disediakan oleh sekolah (Taufik et al., 2022:82). Jika kualitas pendidikan menurun, orang tua cenderung mencari alternatif yang lebih baik untuk anak-anak mereka, yang dapat mengakibatkan penurunan jumlah siswa (Astuti, 2020:134, Perkasa & Putra, 2020:73). Peran bauran pemasaran, terutama dalam menunjukkan dan meningkatkan kualitas pendidikan, menjadi krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan daya tarik sekolah di mata orang tua dan siswa (Permatasari & Ashriana, 2019:382).

Bauran pemasaran, juga dikenal sebagai "*Marketing Mix*," ialah konsep kunci dalam strategi pemasaran yang terdiri dari tujuh elemen yang saling terkait produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, dan bukti fisik (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022:190, Kotler et al., 2023:261) yang terbukti berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah (Astuti, 2020:134; Hidayat & Margono, 2023:3207; Hidayati, 2022:245; Leindarita, 2022:3589; Pracipta, 2021:65; Putra et al., 2022:194; Rahayu & Muafiah, 2022:209; Rosmaniar, 2019:22; Tupa et al., 2019:235). Penting untuk memahami setiap elemen ini karena mereka saling berinteraksi untuk mencapai tujuan pemasaran yang sukses (Budiyatmo & Iriani, 2022:240; Hedy & Budiarti, 2023:414).

Hubungan antara produk dan keputusan memilih merupakan aspek yang sangat krusial dalam pengalaman pelanggan (Imanda et al., 2023:400). Keberhasilan suatu produk berperan sentral dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan (Susanto & Subagja, 2019:73), yang dapat menjadi pembeda yang signifikan dari pesaing (Susanto & Subagja, 2019:21), memengaruhi keputusan pelanggan untuk memilih produk tersebut (Yuri et al., 2023:135). Artikel produk, yang sering mengulas karakteristik dan keunggulan suatu produk, memberikan wawasan yang berharga bagi calon pembeli, membentuk persepsi positif, dan pada akhirnya, memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk tersebut (Rumondang et al., 2020:119). Hal ini juga berlaku dalam konteks produk jasa pendidikan, di mana kelebihan seperti kualitas pendidikan yang tinggi, fasilitas yang memadai, dan dukungan yang baik dapat menjadi faktor penentu (Fanggidae & Juniarto, 2023:1073). Sebaliknya, kekurangan seperti kurangnya fasilitas atau

masalah manajemen juga perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan mengenai pendidikan (Zulandrasari et al., 2023). Oleh karena itu, pemahaman mendalam terkait produk dan evaluasi terhadap kelebihan serta kekurangan menjadi kunci penting dalam proses keputusan memilih, baik itu terkait pembelian produk konvensional maupun pilihan jasa Pendidikan (Munir, 2020:53).

Hubungan antara biaya pendidikan dan keputusan memilih sangat penting dalam perilaku orang tua dan siswa (Sitanggang et al., 2021:124). Penetapan biaya pendidikan yang tepat menjadi faktor utama dalam menarik minat orang tua, karena biaya pendidikan memiliki peran signifikan dalam keputusan memilih sekolah (Masnawati & Darmawan, 2023:1333). Biaya yang terlalu tinggi dapat menjadi penghambat bagi orang tua dalam menentukan sekolah bagi anak-anak mereka (Mukmin, 2020:105), sementara biaya yang terlalu rendah dapat berdampak negatif pada kualitas pendidikan yang ditawarkan dan keberlanjutan operasional sekolah. Penentuan biaya pendidikan harus memperhitungkan biaya operasional sekolah (Firmansyah et al., 2022:566), nilai pendidikan yang diberikan, dan strategi sekolah dalam menentukan harga yang bersaing (Firmansyah et al., 2022:562). Biaya operasional, yang mencakup berbagai aspek seperti gaji guru (Firmansyah et al., 2022:567), fasilitas (Firmansyah et al., 2022:566), dan kurikulum (Firmansyah et al., 2022:563), harus tercermin dalam biaya pendidikan yang ditetapkan oleh sekolah. Sama seperti halnya biaya pendidikan bukanlah satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan memilih, namun seringkali menjadi pertimbangan utama bagi orang tua dan siswa (Fadillah

& Rahim, 2021:2032). Biaya pendidikan yang adil dan sesuai dengan nilai pendidikan yang ditawarkan dapat meningkatkan daya saing sekolah di pasar Pendidikan (Fauzi, 2020:58). Terkait dengan kisaran biaya SPP sekolah SMP swasta di Batam adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Biaya Sekolah 5 SMP Swasta di di Tiban-Sekupang

NO	NAMA SEKOLAH	BIAYA SPP/BULAN
1	SMP IT Muhajirin	Rp. 420 000
2	Islamic Centre Nadahtl Wathan	Rp 1.500.000 (SPP & asrama)
3	SMP Idham Plus An-Nahdah	Rp. 325.000
4	SMP Ulul Ilmi Cendekia	Rp 1.700.000 (SPP & Asrama)
5	SMP Teramia	Rp. 330.000

Sumber: Data diolah dari Google, November 16, 2023

Promosi adalah serangkaian upaya yang bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pelanggan (Manggu & Beni, 2021:30). Dengan melakukan promosi yang efektif, sebuah entitas dapat meningkatkan kesadaran merek (Syahrullah, 2023:2), memotivasi pembelian (Rosalia et al., 2023:183), dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan (Rosalia et al., 2023:173). Konsep ini, yang telah dibahas dalam literatur pemasaran, seperti "*Principles of Marketing*" oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong (P. Kotler et al., 2023), menekankan peran krusial promosi dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap produk dan merek. Untuk lebih memahami strategi promosi yang telah dilakukan oleh suatu organisasi atau produk tertentu, merujuk langsung pada sumber-sumber seperti laporan tahunan (Adelia & Zainarti, 2023:1203), materi

promosi perusahaan (Choirunnisa & Palupiningtyas, 2023:48), serta rilis pers (Indah Permata et al., 2023:552) dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam. Selain itu, analisis media sosial (Sulistyowati & Husda, 2023:146), situs web resmi (Amelia et al., 2023:234; Rasiban et al., 2023:320), kampanye iklan (Barkah, 2023:1165), serta ulasan pelanggan (Amelia et al., 2023:237) juga dapat memberikan wawasan tentang efektivitas promosi dalam mencapai tujuannya.

Pentingnya promosi dalam dunia bisnis tak terbantahkan, dan kunci utamanya adalah menciptakan pesan yang persuasif dan efektif untuk menarik perhatian konsumen. Fakta menunjukkan bahwa saat ini Instagram bukan hanya sekadar platform hiburan, melainkan juga menjadi media sosial yang memiliki potensi besar untuk mendukung kegiatan bisnis. Keberhasilan Instagram sebagai media sosial yang diminati oleh banyak pengguna membuka peluang yang luas bagi perusahaan untuk memanfaatkannya sebagai wadah promosi yang efektif. (Puspitarini & Nuraeni, 2019:71).

Hubungan antara lokasi dan keputusan memilih sekolah memiliki implikasi penting dalam konteks Pendidikan (Putra et al., 2022:195). Seperti yang ditekankan dalam literatur manajemen dan pemasaran, konsep bahwa lokasi memainkan peran krusial dalam berbagai jenis bisnis juga berlaku untuk dunia pendidikan (Krisbiyanto & Nadhifah, 2022:21). Orang tua dan siswa seringkali mempertimbangkan aksesibilitas sebagai faktor utama dalam memilih sekolah, dengan lokasi yang strategis, terutama yang dekat dengan perumahan atau fasilitas umum (Yuniarti, 2023:12), dianggap sebagai keuntungan besar. Kemudahan akses

transportasi (Yuniarti, 2023:12), keamanan lingkungan sekitar (Yuniarti, 2023:51), dan ketersediaan fasilitas umum seperti taman (Agustiana et al., 2023:327) atau pusat perbelanjaan (Agustiana et al., 2023:320) dapat memengaruhi keputusan memilih sekolah. Referensi dari literatur manajemen bisnis, seperti Chaffey & Ellis-Chadwick (2022:190), mendukung pemahaman pentingnya lokasi dalam keberhasilan bisnis, dan informasi spesifik mengenai pengaruh lokasi sekolah dapat ditemukan melalui sumber-sumber langsung dari sekolah, laporan sekolah (Novianti & Pertiwi, 2019:177), atau penelitian pendidikan lokal (Muskania & Zulela MS, 2021:158).

Hubungan antara sumber daya manusia (SDM) dan keputusan memilih sekolah menciptakan dampak yang signifikan pada pengalaman orang tua dan siswa (Mulyani et al., 2022:160). Interaksi pelanggan dengan staf dan guru sekolah menciptakan pengalaman yang memengaruhi persepsi terhadap kualitas pendidikan (Nainggolan & Situmorang, 2023:22). Pelatihan yang diberikan kepada staf dan guru dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memberikan layanan pelanggan yang baik (Veronika et al., 2023:6334), menciptakan lingkungan belajar yang positif (Veronika et al., 2023:6335), dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Veronika et al., 2023:6333). Kisah sukses atau prestasi staf dan guru dapat menjadi cerminan kemampuan SDM dalam memberikan pengalaman pendidikan yang unggul (Ittihad, 2023:5). Pengembangan sumber daya manusia, seperti program pelatihan berkelanjutan atau inisiatif pengembangan karyawan, memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pengajaran dan pelayanan pendidikan (Effendi, 2021:40). Kemampuan SDM

untuk terus berkembang dan berinovasi mencerminkan komitmen sekolah terhadap peningkatan kualitas pendidikan, yang dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan memilih sekolah bagi orang tua dan siswa (Nurafni et al., 2022:64). Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan sumber daya manusia tidak hanya berdampak pada tingkat kepuasan karyawan, tetapi juga secara langsung memengaruhi persepsi dan keputusan memilih sekolah dari perspektif pelanggan (ROFIK, 2019:90).

Hubungan antara proses dan keputusan memilih sekolah sangat memengaruhi pengalaman siswa dan orang tua (Maulana et al., 2022:19). Proses pendidikan, yang mencakup metode pengajaran, kurikulum, dan pendekatan pembelajaran, mencerminkan kualitas dan efisiensi sekolah (Tanjung et al., 2023:9206). Sebuah proses pendidikan yang baik dapat meningkatkan produktivitas belajar siswa dan pada akhirnya memperkaya pengalaman pendidikan (PARADITA, 2022:76). Orang tua dan siswa cenderung memilih sekolah yang memiliki proses pembelajaran yang terstruktur, inovatif, dan efisien (Kusnadi, 2022:1575). Cerita sukses tentang pencapaian siswa, penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran, serta metode pengajaran yang memotivasi dan relevan (Khoirotunnisa, 2023:88), dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan memilih sekolah. Oleh karena itu, sebuah sekolah yang memfokuskan pada pengembangan dan penyempurnaan proses pembelajaran tidak hanya dapat meningkatkan kualitas pendidikan, tetapi juga memperkuat daya tariknya dalam persaingan untuk menarik siswa baru. Investasi dalam pengembangan dan pembaruan proses pendidikan merupakan langkah kunci untuk memastikan

keberlanjutan dan daya saing sekolah di pasar pendidikan yang kompetitif (Kholik & Laeli, 2020:77).

Hubungan antara bukti fisik dan keputusan memilih sekolah menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi orang tua dan siswa terhadap kualitas pendidikan (Maisah et al., 2020:332). Bukti fisik, yang mencakup desain, fasilitas fisik, dan elemen-elemen visual lainnya, menciptakan tanggapan visual dan sensorik yang memengaruhi persepsi pelanggan tentang keandalan dan kualitas sekolah (Sitanggang et al., 2021:124). Sebuah lingkungan fisik yang ramah dan terawat, fasilitas belajar yang modern, serta desain yang mempromosikan atmosfer pendidikan yang positif dapat memberikan kesan positif (Chairiyaton & Verawati, 2019:38). Bukti fisik ini dapat menjadi representasi langsung dari komitmen sekolah terhadap kualitas pendidikan (Rahwati, 2019:16). Selain itu, bukti fisik juga mencakup prestasi siswa, karya seni atau proyek yang dipamerkan, serta segala sesuatu yang dapat dilihat atau dirasakan oleh pelanggan potensial (Setiawan, 2020:30). Oleh karena itu, dalam keputusan memilih sekolah, bukti fisik berfungsi sebagai faktor kunci yang memengaruhi persepsi dan memberikan dasar untuk pemilihan tempat belajar yang sesuai dengan keinginan orangtua serta murid terhadap kualitas dan lingkungan pendidikan (Maisah et al., 2020:332).

Memahami dan mengelola semua elemen bauran pemasaran ini dengan bijak adalah kunci untuk mencapai tujuan pemasaran yang sukses (Hananto & Murtafiah, 2022:185). Setiap elemen saling terkait dan saling memengaruhi, sehingga pemahaman mendalam tentang bagaimana mereka bekerja bersama

adalah penting untuk meluaskan strategi pemasaran yang efektif serta memenangkan hati konsumen (Revisika & Indriyani, 2020:4).

Berdasarkan pemaparan diatas maka dilakukanlah penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada SMP Swasta Kota Batam”** ini guna mengetahui penting nya bauran pemasaran jasa pada pendidikan atau lembaga pendidikan yang mempengaruhi Keputusan Memilih Sekolah dalam memilih sekolah bagi anak-anak.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, beberapa identifikasi masalah yang bisa diidentifikasi yaitu:

1. Semakin banyaknya pilihan sekolah ditingkat Sekolah Menengah Pertama di Batam.
2. Persaingan antar sekolah menengah pertama saat perekrutan calon murid baru dalam tingkat SMP di Kecamatan Sekupang Batam.
3. Lokasi SMP di Kecamatan Sekupang Batam yang berdekatan dengan beberapa SMP Negeri.
4. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh SMP Swasta di Kecamatan Sekupang dalam mempengaruhi para calon murid dalam memilih sekolah belum optimal.
5. Kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh SMP Swasta menjadi perhatian, termasuk kurikulum, fasilitas, metode pengajaran, dan kualifikasi guru.
6. Harga atau biaya pendidikan di SMP Swasta bisa menjadi faktor penting dalam keputusan memilih sekolah.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam studi ini meliputi:

1. Obyek penelitian adalah SMP Swasta di Kecamatan Sekupang.
2. SMP Swasta di Kecamatan Sekupang Batam yang menjadi objek penelitian.
3. Populasi adalah orang tua pada SMP swasta di Kecamatan Sekupang Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada studi ini ialah:

1. Bagaimanakah pengaruh Kurikulum secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah pada SMP Swasta Kota Batam?
2. Bagaimanakah pengaruh Spp secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah pada SMP Swasta Kota Batam?
3. Bagaimanakah pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah pada SMP Swasta Kota Batam?
4. Bagaimanakah pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah pada SMP Swasta Kota Batam?
5. Bagaimanakah pengaruh SDM secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah pada SMP Swasta Kota Batam?
6. Bagaimanakah pengaruh proses secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah pada SMP Swasta Kota Batam?
7. Bagaimanakah pengaruh bukti fisik secara parsial terhadap keputusan memilih sekolah pada SMP Swasta Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan studi ini asebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh produk terhadap Keputusan Memilih Sekolah pada SMP Swasta Kota Batam.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Memilih Sekolah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan Memilih Sekolah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Memilih Sekolah.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orang terhadap Keputusan Memilih Sekolah.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Proses terhadap Keputusan Memilih Sekolah.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Memilih Sekolah.

1.6. Manfaat Penelitian

Diharap penelitian ini mampu bermanfaat secara praktis dan teoritis bagi para pembaca. Manfaat praktisnya dapat diwujudkan dalam penerapan langsung temuan penelitian untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja, keputusan, atau strategi dalam situasi dunia nyata. Sementara itu, manfaat teoritisnya akan berkontribusi pada pemahaman dan perkembangan ilmu pengetahuan, memberikan wawasan baru, dan memperkaya pengetahuan yang ada di bidang tersebut. Dengan demikian, studi ini diharap mampu memberi dampak positif

pada dunia akademis maupun praktisi yang berhubungan dengan topik yang diteliti.

1.6.1. Manfaat Teoritis

Berharap bahwa temuan studi ini mampu berguna sebagai sumber informasi bagi berbagai pihak dan memberikan wawasan tentang bagaimana bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih sekolah di SMP Swasta di Kota Batam.

1.6.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Sekolah

Studi tesis ini bertujuan untuk menyediakan informasi kepada sekolah mengenai dampak positif strategi pemasaran yang efektif terhadap keputusan sebagai konsumen, serta untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan. Selain itu, dari hasil penelitian ini diharapkan SMP swasta di Kecamatan Sekupang Batam dapat meningkatkan jumlah pembeli terhadap jasa yang ditawarkan melalui penerapan strategi yang tepat bagi Universitas Putera Batam.

Tesis ini dapat berfungsi sebagai panduan atau sumber informasi untuk menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya yang lebih mendalam dan berbasis pada pengalaman yang berbeda.