BAB I
PENDAHULUAN

1.1.LATAR BELAKANG

Kehidupan sebuah bangsa ditentukan oleh seberapa jauh tingkat pendidikan rakyatnya. Kesadaran masyarakat akan hal ini membuat minat belajar masyarakat Indonesia semakin tinggi sehingga kebutuhan akan penyedia layanan pendidikan di Indonesia juga terus bertambah. Penyedia layanan pendidikan di Indonesia ini dikelompokkan menjadi dua kelompok besar berdasarkan sumber dana yang dimilikinya yaitu sekolah negeri (*public school*) dan sekolah swasta (*private school*). Sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah disebut sekolah negeri sedangkan sekolah yang diselenggarakan oleh non pemerintah disebut sekolah swasta. Sekolah negeri khususnya Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP), biaya operasionalnya ditanggung sepenuhnya oleh negara sedangkan Sekolah Menengah Atas (SMA) serta Universitas masih mendapatkan bantuan pembiayaan dari negara dan biaya pendidikannya lebih terjangkau. Sekolah yang biaya operasionalnya sepenuhnya ditanggung sendiri disebut sekolah swasta (Sinaga, 2017). Bantuan Operasional Sekolah (BOS) dari pemerintah, saat ini juga sudah diberikan kepada beberapa sekolah swasta yang membutuhkan dan bersedia menerima bantuan tersebut.

Untuk memenuhi jumlah peserta didik yang terus meningkat akibat adanya kesadaran bahwa pentingnya pendidikan bagi kehidupan negara, jumlah sekolah swasta juga terus mengalami peningkatan. Jumlah sekolah negeri cenderung sama pada empat tahun terakhir karena biaya operasionalnya berasal dari keuangan

negara. Hal ini diperkuat dengan adanya data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah di mana terdapat peningkatan jumlah sekolah swasta dari tahun 2016 sampai 2019 sebanyak 112 sedangkan peningkatan jumlah sekolah negeri sebanyak 2 sekolah (Lampiran 1). Tingginya jumlah institusi pendidikan khususnya tingginya peningkatan jumlah sekolah swasta, membuat sekolah swasta harus memiliki strategi yang tepat untuk tetap bertahan dalam persaingan dengan sekolah swasta lainnya dalam mendapatkan siswa.

Sekolah selama ini disebut sebagai lembaga pendidikan non-profit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan (Khasanah, 2015) sehingga penyediaan kualitas layanan yang baik harus tetap dilakukan agar terus mampu berkembang dan bertahan dalam menghadapi persaingan (Prabha & Nundlall, 2013). Kualitas cenderung ditentukan oleh pihak yang dilayani atau konsumen. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan yang dapat mewujudkan loyalitas (Ramadania, 2020). Kualitas layanan sekolah menjadi sangat penting karena sangat berpengaruh pada kepuasan siswa dan orang tua (Satria, 2019).

Sekolah harus memiliki citra yang dipandang baik oleh siswa dan lingkungannya sehingga dapat memunculkan loyalitas pada siswa. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Ruzikna dan Anggraini (2015), bahwa persepsi terhadap merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sejalan dengan Ruzikna, bisnis dengan citra yang baik mendapatkan kepercayaan dari konsumen yang bangga terhadap produk atau jasa yang digunakannya (Sung & Yang, 2008; Ali, et. al., 2016). Sekolah harus memiliki citra yang baik agar dapat menarik calon siswa maupun orang tua siswa untuk memutuskan menggunakan

jasa dari sekolah tersebut dan setelah siswa masuk, sekolah harus tetap terus mempertahankan dan membangun citra baiknya agar siswa pada akhirnya puas dan membuktikan sendiri bahwa sekolah ini benar memiliki citra yang baik.

Kepuasan siswa dan orang tua siswa pada sekolah terjadi ketika siswa dan orang tua merasa puas dengan apa yang dijanjikan sekolah dapat terlaksana serta mampu mengembangkan potensi siswa semaksimal mungkin. Ketika siswa dan orang tua siswa puas, di mana semua yang dijanjikan sekolah mampu dipenuhi dan bahkan lebih dari apa yang dijanjikan, maka akan timbul kemungkinan untuk menjadi loyal terhadap sekolahnya. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting dan saling berkaitan di mana loyalitas tidak dapat timbul tanpa ada kepuasan konsumen (Hassan, 2019).

Loyalitas tidak dapat dipisahkan dengan kepuasan konsumen, karena loyalitas terjadi karena adanya penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan. Konsep dari loyalitas pada sekolah adalah merupakan komitmen siswa dan orang tua siswa yang sangat mencintai dan bangga menggunakan jasa pendidikan sekolahnya sehingga tidak mau berpindah ke sekolah lain (Ramadania, 2020).

Loyalitas dapat diwujudkan jika timbul kepuasan terhadap suatu produk atau jasa. Kualitas layanan sekolah menjadi faktor yang sangat penting berpengaruh positif signifikan dalam membentuk kepuasan siswa dan juga orang tua siswa yang sesuai dengan penelitian Samosir (2005), Shah (2013) dan Rinala, et al (2013). Beda halnya dengan Qomariah (2012) yang menyimpulkan sebaliknya, yaitu bahwa kualitas jasa tidak mempengaruhi kepuasan. Penelitian terdahulu juga menyatakan bahwa citra sekolah sangat berpengaruh pada kepuasaan siswa namun

terdapat perbedaan hasil temuan di mana menurut Ainna (2016) di mana citra sekolah tidak mempengaruhi kepuasan konsumen yang didukung oleh temuan Habibah (2017) di mana citra sekolah memiliki peran yang kecil dalam pemenuhan kepuasan siswa. Padahal jelas bahwa kepuasan menjadi variabel mediasi yang sangat mempengaruhi loyalitas konsumen (Kunanosorn, 2015; Sulibhavi 2017; Hassan, 2019). Oleh karena itu pada penelitian ini menitik beratkan pada pengaruh citra sekolah dan kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa dan orang tua.

Status sosial selama ini dikelompokkan menjadi 3 kelompok dasar, yaitu kelas bawah, menengah dan atas. Status sosial ekonomi adalah suatu keadaan yang menunjukan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki (Winke dalam Baswori, 2010). Pengaruh status sosial ekonomi terhadap loyalitas konsumen masih terus dikaji pada saat ini. Menurut Khoirunnisa (2013) status sosial ekonomi dapat memiliki hubungan dengan loyalitas konsumen namun tidak signifikan, sedangkan menurut Wiratama (2016) kelas sosial berpengaruh secara langsung dan positif signifikan terhadap loyalitas. Temuan studi yang berkaitan dengan pengaruh kelas sosial terhadap loyalitas belum konklusif, maka terdapat peluang untuk dikaji lebih lanjut.

Penelitian dilakukan di dua SMP Swasta Semarang yaitu SMP Maria Regina Semarang dan SMP Kanisius Raden Patah. Kedua sekolah dipilih berdasarkan latar belakang ekonomi keluarga siswa yang ada pada kedua sekolah tersebut dapat mewakili keluarga dari kelas sosial atas dan keluarga dari kelas sosial bawah.

Kedua sekolah ini memiliki perbedaan segmen pasar, sehingga strategi yang diperlukan juga berbeda. Pengaruh kelas sosial terhadap loyalitas belum konklusif karena adanya perbedaan pendapat di mana kelas sosial berpengaruh terhadap loyalitas namun secara signifikan namun ada yang berpendapat kelas sosial tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas. Hal ini membuka peluang untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 2 pendekatan berbeda secara kuantitatif terhadap siswa dan pendekatan kualitatif terhadap orang tua untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam dari sisi orang tua siswa.

1.2.PERUMUSAN DAN PEMBATASAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut maka terdapat tiga rumusan masalah pada penelitian ini. Rumusan masalah yang pertama, apakah citra dan kualitas layanan sekolah berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pada siswa pada sekolah menengah pertama? Rumusan masalah yang kedua adalah apakah ada perbedaan pengaruh citra sekolah dan kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan untuk sekolah kelas sosial atas dibandingkan kelas sosial bawah berdasarkan penilaian siswa? Serta bagaimanakah perbedaan pengaruh citra sekolah dan kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan untuk sekolah kelas sosial atas (SMP Maria Regina) dibandingkan kelas sosial bawah (SMP Kanisius Raden Patah) berdasarkan penilaian orang tua siswa?

1.3.TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh citra sekolah dan kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta.
2. Menganalisis apakah ada perbedaan pengaruh citra sekolah dan kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan siswa pada sekolah menengah pertama kelas sosial atas dengan kelas sosial bawah.
3. Mengidentifikasi perbedaan pengaruh citra sekolah dan kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan untuk sekolah kelas sosial atas (SMP Maria Regina) dibandingkan kelas sosial bawah (SMP Kanisius Raden Patah) berdasarkan penilaian orang tua siswa.

1.4.MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan, baik secara akademis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat akademis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya tentang loyalitas siswa masa kini serta pengaruh dari masing-masing variabel yang berperan dalam menentukan loyalitas siswa. Penelitian ini diharapkan juga mampu menjadi referensi untuk riset berikutnya mengenai loyalitas pada sekolah.

2. Manfaat praktis

2.1. Bagi institusi yang terkait dalam hal ini SMP Swasta

Diharapkan melalui hasil penelitian ini SMP Swasta dapat menyusun strategi yang tepat sesuai dengan segmen pasarnya untuk membentuk rasa loyal dan kesetiaan dari siswa dan orang tua terhadap sekolah meskipun ada pesaing dari sekolah lain.