

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era generasi milenial seperti saat ini membuat kondisi persaingan dalam dunia pendidikan semakin kompetitif. Salah satu bidang pendidikan yang sedang bersaing saat ini adalah industri pendidikan. Ada banyak peluang yang menjanjikan bagi sebuah lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan siswa dalam memahami pengajaran. Perubahan zaman yang cepat berarti para pendidik sedang membantu peserta didiknya mengikuti pola baru, yaitu pemikiran yang sebelumnya kaku menjadi lebih terbuka dan modern, disertai dengan perubahan teknologi sebagai medianya. Hal ini berdampak besar bagi kemajuan pendidikan di Indonesia.

Seiringan dengan perkembangan zaman di era banyak masyarakat yang menyadari akan pentingnya pendidikan. Maka dari itu semakin banyak masyarakat yang membutuhkan peran jasa pendidikan untuk meningkatkan kualitas

pendidikannya. Pendidikan sebagai komoditas ekonomi merupakan produk jasa yang bisa dipasarkan dengan strategi pemasaran jasa yang baik.

Masyarakat saat ini, mengetahui betapa pentingnya sebuah pendidikan, sehingga dari sinilah banyak bermunculan lembaga- lembaga pendidikan dengan segala fasilitas dan cara menarik siswa yang berbeda- beda. Karena persaingan yang sangat ketat ini, akhirnya memicu setiap lembaga pendidikan seperti sekolah, dituntut untuk mengalami perubahan- perubahan khususnya dalam segi manajemen sekolahnya. Bagaimana agar sekolah tersebut diminati oleh masyarakat.

Kepekaan yang harus diterapkan oleh setiap lembaga pendidikan, agar melihat dengan jeli apa yang dibutuhkan masyarakat. Lembaga pendidikan itu sendiri harus berinisiatif untuk semakin meningkatkan kepuasan pengguna jasa pendidikan itu sendiri, karena pendidikan merupakan proses yang sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Jika lembaga pendidikan tersebut mampu memberikan apa yang masyarakat butuhkan, maka pendidikan yang bertujuan

mencerdaskan anak bangsa dapat melaksanakan tugas dan fungsinya sebagai penghasil SDM yang mampu membangun dirinya dan lingkungannya.

Pemasar jasa pendidikan perlu belajar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan. Pemasaran hampir dilakukan oleh setiap lembaga walaupun selama ini orang hanya beranggapan bahwa organisasi bisnis sajalah yang melakukan fungsi pemasaran, kenyataannya ini diungkapkan oleh Moris, “ Dewasa ini tidak ada organisasi baik itu bisnis ataupun non bisnis yang dapat terlepas dari pemasaran (*marketing*), organisasi tersebut dapat memilih untuk mengerjakannya demi kebaikan organisasi, atau meninggalkannya demi kemunduratan”.¹ Pemasaran menjadi suatu yang mutlak yang harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di

¹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan : Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), p. 97.

dunia pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga menarik sejumlah calon peserta didik”.²

Untuk memasarkan jasa pendidikan, diperlukan manajemen pemasaran yang baik. Selain itu manajemen pemasaran juga diperlukan untuk mengenalkan dan menjual produk sekolah agar tetap diminati masyarakat, maka apabila sekolah tidak memasarkan sekolahnya, bagaimana masyarakat tahu kualitas sekolah tersebut. Sekolah yang memiliki kualitas yang baik apabila tidak dibarengi dengan manajemen pemasaran yang baik pula, maka masyarakat tidak akan tertarik menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

Dengan semakin ketatnya persaingan antar sekolah, maka diperlukan manajemen pemasaran institusional. Pemasaran diperlukan bagi pendidikan untuk membangun citra positif. Jika sebuah fasilitas atau sekolah memiliki citra yang baik di mata masyarakat, itu bisa lebih mudah daripada persaingan. Pemasaran merupakan proses yang harus

² Muhaemin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, p. 101.

dipimpin oleh Madrasah untuk memuaskan stakeholders dan masyarakat. Menekankan kepuasan pemangku kepentingan adalah apa yang harus dilakukan setiap organisasi untuk tetap kompetitif.³

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan para orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya di antaranya adalah faktor kualitas pelayanan, faktor tenaga pengajar yang berkompeten, dan faktor biaya. Salah satu yang menjadi pertimbangan para orang tua dalam memilih sekolah yaitu faktor kualitas pelayanan yang pertama proses pembelajaran yang harus berjalan dengan efektif karena proses pembelajaran di lembaga pendidikan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta didik. Selanjutnya yang kedua tenaga Sumber Daya Manusia untuk pengajar yang harus sesuai dengan kualifikasi pengajaran dan sesuai kebutuhan banyaknya anggota kelas yang tersedia agar pengajar dapat menjalankan tugasnya

³ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), p. 98.

dengan kompeten. Selanjutnya ketiga Fasilitas yang harus memadai seperti ruangan, sarana dan prasana yang menunjang kebutuhan para peserta didik karena fasilitas juga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan siswa. Dan keempat kualitas pelayanan yang harus berjalan dengan baik sehingga dapat membuat para siswa merasa puas dengan pelayanan yang ada.

Sehingga para orang tua akan memilih lembaga pendidikan yang kualitas pelayanannya baik dan sesuai untuk kebutuhan anaknya karena bentuk pelayanan merupakan hal yang paling penting dalam proses belajar. “Pendapat Parasuraman mengemukakan lima dimensi pokok kualitas jasa, yaitu: Kendalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Kemudahan Akses (Empaty), Penampilan Fisik (Tangibel).”⁴

Dengan memberikan layanan yang baik dapat membuat suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin

⁴ Aniek Indrawati, *Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen*, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 1 (Jakarta: Jurnal Manageria, 2011), p. 27.

ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga pendidikan. Ikatan seperti ini memungkinkan lembaga pendidikan untuk memahami kebutuhan para pesertadidiknya. Dengan demikian, lembaga pendidikan dapat meningkatkan kepuasan peserta didik dimana lembaga memaksimalkan pengalaman peserta didik yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman peserta didik yang kurang menyenangkan.

Kepuasan selalu dikaitkan dengan manajemen dan tingkat layanan, karena itu pihak organisasi atau sekolah yang menerapkan suatu manajemen dan layanan harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap konsumen, sehingga antara manajemen dan kebijakan layanan suatu sekolah dengan keinginan dan harapan yang dianggap penting oleh konsumen untuk dilaksanakan perusahaan, tidak menimbulkan suatu kesenjangan. Dalam arti ini manajemen marketing dan kualitas layanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan manajemen marketing serta

kualitas layanan yang diberikan sekolah, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.⁵

Ukuran kepuasan peserta didik merupakan hal inti dari penilaian terhadap manajemen marketing dan layanan yang telah diberikan. Penilaian kepuasan ini menjadi tolak ukur untuk melakukan perbaikan terhadap manajemen marketing dan layanan sehingga dapat mengetahui semua harapan yang diinginkan oleh peserta didik terhadap layanan yang diberikan.

Lembaga pendidikan bertanggung jawab penuh terhadap kebutuhan peserta didik, termasuk kaitannya dengan manajemen marketing dan layanan yang ada. Pada kenyataannya tidak semua lembaga memberikan manajemen marketing dan layanan ini secara total kepada peserta didiknya, banyaknya lembaga yang hanya menjanjikan untuk memberikan layanan yang berkualitas namun pada kenyataannya pelayanan yang tersedia tidak maksimal

⁵ Budhi Poniman & Kusmardi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Siswa pada Sekolah menengah Kejuruan Negeri 4 klaten*, (jurnal STIE Aub Surakarta, Vol 2, 2010), p.5.

diberikan kepada para peserta didiknya. Permasalahan seperti ini banyak dialami oleh lembaga-lembaga pendidikan pada umumnya, karena semua fasilitasnya memang kurang memenuhi kebutuhan para peserta didiknya. Belum optimalnya manajemen marketing dan kualitas pelayanan yang ada di lembaga tersebut juga menjadi masalah yang ada pada lembaga tersebut sehingga mengurangi kepuasan siswa dan kurangnya tenaga pelaksana dalam proses manajemen marketing dan layanan di lembaga tersebut membuat peserta didik kurang puas, karena setiap peserta didik mempunyai kepuasan yang berbeda.

Dalam melaksanakan manajemen marketing dan memberikan layanan kepada peserta didik memang bukan hal yang mudah untuk setiap lembaga, tidak terkecuali lembaga ini juga mengalami kendala dalam pelaksanaan manajemen marketing dan proses layanan. Terkadang kendala itu berawal dari berbeda dan beragamnya kebutuhan para peserta didik . Ada kalanya peserta didik telah merasa puas terhadap manajemen marketing dan layanan yang di berikan tetapi ada

saja peserta didik lainnya merasakan ketidakpuasan terhadap manajemen marketing dan pelayanan tersebut. Jadi pihak lembaga harus lebih cermat dalam melakukan kegiatan manajemen marketing dan memberikan pelayanan kepada peserta didik agar manajemen marketing dan layanan pendidikan dapat menyeluruh sehingga tidak ada peserta didik yang merasa tidak puas dengan pelayanan pada lembaga tersebut.

MA Manba'ussalam carenang dan MA Darul Hikmah Binuang Merupakan salah satu Lembaga Pendidikan formal tingkat menengah yang dari tahun ketahun selalu berusaha menerapkan manajemen marketing dan meningkatkan layanan Pendidikan hak itu dilakukan untuk membereikan kepuasan kepada peserta didik.

Berdasarkan data kritik dan saran yang peneliti peroleh MA Manba'ussalam dan MA Darul Hikmah Cakung perlu adanya peningkatan baik dalam segi manajemen marketing dan peningkatan dalam layanan Pendidikan. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh

tentang manajemen marketing dan layanan Pendidikan terhadap kepuasan peserta didik dalam hal ini peneliti mengambil judul **“Pengaruh Manajemen Marketing Dan Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Peserta Didik Di MA Manba’usslama Carenang Dan MA Darul Hikmah Binuang”**. Penelitian ini sangat perlu dilaksanakan untuk memberikan masukan dalam proses manajemen marketing dan layanan Pendidikan untuk meningkatkan kepuasan peserta didik agar sekolah dapat selalu bersaing dalam dunia Pendidikan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya.

1. Proses kegiatan manajemen marketing di MA Manba’usslama Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang Belum terlalu efektif dan maksimal.

2. Sumber daya manusia yang masih kurang untuk tenaga pengajar.
3. Fasilitas dan sarana prasarana masih banyak kekurangan dan fasilitas yang ada belum begitu memadai.
4. Layanan yang di berikan sekolah belum begitu optimal dan dinilai asal- asalan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka masalah yang diteliti sangat kompleks dan luas oleh sebab itu masalah yang akan di teliti perlu dibatasi, khususnya pada manajemen marketing dan layanan Pendidikan. Maka peneliti ini akan difokuskan untuk mengetahui pengaruh manajemen marketing dan layanan Pendidikan terhadap kepuasan peserta didik di MA Manba'usslama Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar tingkat ketercapaian manajemen marketing, Layanan Pendidikan dan kepuasan peserta didik di MA Manba'ussalam Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang?
2. Apakah terdapat pengaruh antara manajemen marketing terhadap kepuasan peserta didik di MA Manba'usslama Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang?
3. Apakah terdapat pengaruh antara layanan Pendidikan terhadap kepuasan peserta didik di MA Manba'usslama Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang?
4. Apakah terdapat pengaruh secara bersamaan antara manajemen marketing dan layanan Pendidikan terhadap kepuasan peserta didik MA Manba'usslama Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang?

E. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat ketecapaian manajemen marketing Lanyanan Pendidikan dan kepuasan peserta didik di MA Manba'ussalam Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh manajemen marketing terhadap kepuasan peserta didik di MA Manba'usslama Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh layanan Pendidikan terhadap kepuasan peserta didik di MA Manba'usslama Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang.
4. Untuk mendeskripsikan dan mengetahui pengaruh secara bersamaan antara manajemen marketing dan layanan Pendidikan terhadap kepuasan peserta didik di MA Manba'ussslam Carenang dan MA Darul Hikmah Binuang.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan terdapat manfaat atau kegunaan, adapun manfaat diadakannya penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan serta dapat menggali ilmu pengetahuan lebih dalam sehingga ilmu yang diperoleh diperkuliahan dapat terealisasikan dimasyarakat khususnya dapat memecahkan suatu permasalahan yang ada di sekolah.

2. Bagi pengguna

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu ilmu pengetahuan dan sumber informasi, serta sebagai alat untuk mengukur keberhasilan. Khususnya sekolah agar dapat meningkatkan kemampuan manajemen marketing dan layanan Pendidikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi untuk pembelajaran di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanudin Banten khususnya pada program pasca sarjana jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

4. Bagi pengembang ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pendidikan khususnya mengenai manajemen marketing dan layanan Pendidikan terhadap kepuasan peserta didik serta memberikan pengetahuan baru bagi peneliti dan lembaga pendidikan untuk dijadikan acuan atau refrensi pada masa yang akan datang.

G. Sistematika Pembahasan

Penyusunan tesis ini menggunakan pembahasan yang sistematis dari beberapa bab, sehingga setiap bab dibagi menjadi beberapa subbagian. Sistematika pembahasan penelitian ini secara khusus dibagi menjadi lima bab:

Bab Kesatu, Pendahuluan Yang Meliputi : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah,

Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab Kedua, Kajian teoritis, berisi tentang deskripsi teoritis yang terdiri dari konsep dasar manajemen marketing, konsep dasar layanan Pendidikan, dan konsep dasar kepuasan peserta didik. Kajian penelitian yang relevan, kerangka berikir, dan pengajuan hipotesis.

Bab Ketiga, Metodologi Penelitian Yang Meliputi : Tempat dan Waktu Penelitian, metode dan rancangan penelitian, populasi dan Teknik pengambilan sampel, Teknik penumpulan data, instrument penelitian, Teknik analisis data, dan hipotesis statistik.

Bab Keempat, Hasil Penelitian dan Pembahasan yang Terdiri dari: deskripsi data, pengujian persyaratan analisis data, pengujian hipotesis, pembahasan hasil temuan penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab Kelima, Penutup terdiri dari: Simpulan dan Saran-Saran.

