

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan saat ini telah mengubah cara hidup manusia dari waktu ke waktu. Era yang sekarang serba konvensional, yang telah berubah menjadi era digital seiring dengan pesatnya perkembangan zaman. Sejalan dengan SDG's, Visi Indonesia 2045 memiliki empat pilar utama yang salah satunya adalah pembangunan manusia serta penguatan ilmu dan teknologi. Isu pembangunan berkelanjutan semakin populer bukan hanya pada sektor pemerintah namun sektor swasta juga semakin menerapkan konsep ramah lingkungan pada kegiatan pembelajarannya (Y. S. Lestari dkk., 2021). Pada era ini, perkembangan teknologi ditunjang oleh tingkat pendidikan yang baik serta meningkatnya kebutuhan akan teknologi dan informasi. Di Indonesia, kemajuan teknologi sejalan dengan tumbuhnya generasi yang melek teknologi yang memberikan peluang bagi para pelajar untuk menambah keilmuannya dengan mudah Kartawinata dkk., (2020).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) tidaklah terlepas dari perubahan yang ada dalam pendidikan karena pendidikan merupakan salah satu wahana untuk meningkatkan sumber daya manusia. Untuk itu pemerintah selalu berusaha meningkatkan kualitas dan kuantitas pendidikan Suwardi dkk., (2017). Untuk mencapai keberhasilan dalam dunia pendidikan, maka keterpaduan antara kegiatan guru dengan kegiatan siswa sangat diperlukan. Oleh karena itu guru diharapkan mampu mengatur, mengarahkan dan menciptakan suasana yang mampu memotivasi siswa untuk belajar. Karena guru merupakan kunci dalam peningkatan mutu pendidikan Suwardi dkk., (2017).

Profesionalisme guru berkaitan dengan unsur manajerial kerja guru, selain itu dengan melihat dedikasi dan loyalitasnya terhadap profesi yang diembannya Mulyasa, (2007). Pendidik harus memiliki kemampuan di bidangnya, memiliki kemampuan teoritis tentang mengajar yang baik, dari mulai perencanaan, implementasi, evaluasi pembelajaran yaitu loyal terhadap tugas-tugas keguruan di luar jam mengajar di kelas serta juga ikut memasarkan sekolah pada calon peserta didik. Selain itu minat pelanggan merupakan ketertarikan dan kemauan untuk terhubung dengan sesuatu yang berada di luar dirinya (Siagian, 2015) Lebih dari itu, sekolah ini perlu mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat pelanggan sekolah (Margareta dkk., 2018).

Sekolah yang diminati pelanggan dan memiliki SDM yang bermutu akan tetap eksis dan mampu meningkatkan kualitas pendidikan (Margareta dkk., 2018). Menurut (Wijaya, 2012) menyatakan bahwa setiap sekolah harus selalu berusaha agar tetap hidup, berkembang, dan mampu bersaing. Jadi sekolah perlu menentukan dan menerapkan strategi atau cara, serta melakukan aktivitas pemasaran. Aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sekolah dapat mengubah penilaian masyarakat terhadap kualitas sekolah dalam jangka panjang dan merupakan cara untuk membangun citra sekolah secara keseluruhan. Minat terhadap sesuatu yang besar, dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu (Windarto, 2013). Perbedaan minat menentukan sesuatu yang diinginkan dari siswa SMP untuk melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan ditinjau dari kondisi kualitas dan citra dari sekolah yang diinginkan (Windarto, 2013). Dengan total data di tahun ini dengan 36 SMK dengan total siswa 11.728. maka persaingan untuk mendapatkan

siswa/pelanggan juga semakin meningkat. Tingkat persaingan yang semakin ketat mempersyaratkan adanya daya saing agar dapat memenangkan persaingan yang ada. Pengelolaan sekolah pada masa lalu dipandang sebagai usaha sosial, tetapi di masa sekarang pengelolaan yang berbasis ekonomi dan manajemen sangat penting artinya untuk menghadapi berbagai situasi persaingan, mengantisipasi cepatnya perubahan lingkungan, dan menjaga kelangsungan sekolah tersebut.

Minat adalah rasa tertarik ataupun senang terhadap objek tertentu yang kemudian melakukan apa yang diinginkan tersebut. Minat mengandung beberapa unsur, yaitu 1) minat merupakan suatu gejala pedagogis; 2) adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subjek karena tertarik; 3) adanya perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran; 4) adanya kemauan pada diri subjek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan dan juga minat muncul ketika seseorang merasa tertarik pada suatu subjek tertentu (Khairani dkk., 2020). Minat sangat besar dampaknya terhadap aktivitas belajar siswa serta memilih sekolah yang dituju selanjutnya (Risaardiani dkk., 2020). (Firdaus, 2017) Juga memberikan suatu pertanyaan tentang minat adalah kesadaran objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Dalam kaitannya dengan pemasaran, seorang konsumen harus mempunyai keinginan terhadap suatu kategori produk perumahan misalnya terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakan perumahan tersebut.

Teori kepribadian yang di tulis oleh (Holland, 1959) yang mana teori ini mengusulkan ide-ide luas tentang pentingnya minat yang sesuai dengan lingkungan sekitar maupun kecocokan antar individu dengan individu lainnya. Dari perspektif ini, kecocokan minat dapat dilihat sebagai nilai, antara lain, yang

mendorong kepuasan (Locke, 1968). Jika kepuasan pelanggan tercapai, hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan diberbagai sektor Marcella dkk., (2022). Minat pelanggan merupakan kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Ada banyak faktor yang mempengaruhi minat pelanggan dalam melakukan suatu keputusan dalam mengambil tindakan yaitu selain kepuasan ini sendiri ada citra dari sebuah barang atau jasa dan ada kualitas yang diberikan.

Kualitas pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi terhadap minat dari konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu permasalahan yang cukup banyak mendapat sorotan dari masyarakat. Kondisi masyarakat yang semakin kritis terhadap mutu pelayanan menjadi pendorong bagi fasilitas-fasilitas kesehatan untuk meningkatkan pelayanannya. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan positif atau baik. Menurut(Tjiptono, 2014) kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan kualitas ideal. Jika kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi, maka akan semakin tinggi pula loyalitas dari pelanggan. . Menurut (Kotler, 2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas jasa suatu perusahaan/institusi.

Menurut (Widiyanto, 2018), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diperoleh ataupun dirasakan oleh pelanggan, sementara itu menurut (Widiyanto, 2018) “Merek adalah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain atau kombinasinya untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing”. Sementara itu citra merek didefinisikan sebagai pandangan atau penilaian oleh setiap individu tentang suatu produk atau merek (Gunardi & Erdiansyah, 2019). Suatu instansi yang sudah berdiri lama akan memberikan suatu citra yang baik dalam lingkungan sekitarnya maka representasi dari keseluruhan persepsi terhadap suatu *brand* atau merk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu sangat penting (Sondakh, 2014). Minat adalah kesadaran objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Dalam kaitannya dengan pemasaran, seorang konsumen harus mempunyai keinginan terhadap suatu kategori produk perumahan misalnya terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakan perumahan tersebut (Dwi, 2015).

Penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya menyatakan kualitas pelayanan kepuasan konsumen dan minat beli berpengaruh dan signifikan (Ibrahim & Thawil, 2019) lalu kepuasan dan minat siswa berhubungan positif (Geisler & Rach, 2019). Lalu dalam penelitian lain yang menyatakan kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Ramadhan & Santosa, 2017) namun kualitas layanan berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen (Ramadhan & Santosa, 2017). Dan citra berdampak negatif terhadap minat beli ulang konsumen (Ramadhan & Santosa, 2017)

Karena memang penelitian ini dilakukan untuk melihat respon siswa siswi smp dalam minat terhadap melanjutkan sekolah di SMK sesuai dengan SDG's, Visi Indonesia 2045. Pada penelitian ini objek di SMK yang berada di daerah Genteng Banyuwangi.

Tabel 1.1
Data Penerimaan Siswa Baru
SMK Genteng Banyuwangi

Tahun Ajaran	SMK 17 Agustus	SMK MU 1 Genteng	SMK MU 2 Genteng	SMK Telkom
2016/2017	71	350	300	73
2017/2018	64	330	320	72
2018/2019	96	345	320	75
2019/2020	96	342	330	90
2020/2021	63	333	350	83
2021/2022	70	328	320	97

Sumber: Dapodik 2022

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah siswa mengalami fluktuasi pada tiap tahunnya. Dapat disimpulkan bahwa pandangan siswa SMP terhadap SMK masih rendah karena dianggap tidak dapat menunjang kehidupannya kelak (Prasetyo, 2017). Karena minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang. Minat selalu diikuti dengan perasaan senang dan dari situ diperoleh suatu kepuasan. Dalam tabel diatas dapat dilihat tingkat penurunan minat yang mendaftar pada SMK paling MU dari tahun ajaran 2018 sampai 2022 selalu menurun maka penelitian ini akan dilakukan pada SMK MU 1 Genteng.

Maka adanya beberapa kesenjangan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan fenomena yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang minat studi siswa yang

dipengaruhi beberapa variabel pendukung yang berjudul **Analisis Kualitas Pelayanan Dan Citra Terhadap Minat Studi Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di SMK Muhammadiyah 1 Genteng**

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan langkah yang sangat penting karena langkah ini menentukan suatu penelitian diarahkan. Perumusan masalah pada hakekatnya merupakan perumusan dalam penelitian yang jawabannya akan dicari melalui penelitian. Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat studi pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng?
3. Apakah citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat studi pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng?
4. Apakah citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng?
5. Apakah kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat studi pada siswa SMK muhammadiyah Genteng?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat studi melalui kepuasan pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng?
7. Apakah citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat studi melalui kepuasan pada siswa SMK muhammadiyah Genteng?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat studi pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra terhadap minat studi pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra terhadap kepuasan pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap minat studi pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat studi melalui kepuasan pelanggan pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng.
7. Untuk mengetahui pengaruh citra terhadap minat studi melalui kepuasan pada siswa SMK muhammadiyah 1 Genteng.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Bagi objek yang diteliti

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi SMK Muhammadiyah 1 Genteng Kabupaten Banyuwangi, guna

penerapan kebijakan – kabijakan dalam rangka implementasi peningkatan kualitas pelayanan, citra dan kepuasan terhadap minat.

2. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi apabila akan dilakukan penelitian lebih lanjut

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan akan menjadi tambahan wawasan dan pengalaman serta dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan acuan bagi peneliti dalam mempraktekkan teori – teori yang telah di dapat dan mampu membandingkan dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

