

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam banyak aspek kehidupan manusia, pendidikan sangat penting karena merupakan alat yang kuat untuk meningkatkan kualitas pribadi dan meningkatkan produktivitas. "Persaingan di antara lembaga pendidikan formal, khususnya di tingkat sekolah dasar, semakin intens, dengan setiap sekolah berusaha untuk meningkatkan kualitas dan standar pendidikan untuk menarik perhatian dan memperluas pangsa pasar melalui layanan yang ditawarkan" (Pakpahan dan kolega, 2023). Untuk menarik minat siswa dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang mereka terima, sekolah-sekolah harus mengembangkan taktik pemasaran yang efisien. Harga dan kualitas layanan adalah faktor utama yang menentukan kepuasan orang tua (pelanggan).

Fenomena dalam dunia pendidikan memperlihatkan adanya hubungan yang erat antara harga serta kualitas pelayanan sekolah dalam mempengaruhi kepuasan orangtua siswa (pelanggan). Pelanggan membayar harga tinggi cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah. Mereka berharap harga yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas yang disediakan, metode pengajaran yang efektif, serta prestasi akademik siswa. Namun, Ketika harga yang ditawarkan tergolong tinggi namun tidak diiringi oleh mutu pelayanan yang sepadan, misalnya dalam hal kelengkapan fasilitas, tenaga pengajar yang kompeten, dan program pembelajaran yang

berkualitas, maka orang tua akan merasa tidak puas. Ketidakjelasan dalam penggunaan dana atau kenaikan harga tanpa alasan yang logis juga dapat menimbulkan ketidakpercayaan pelanggan.

Selain itu, kualitas pengajaran dan prestasi siswa menjadi tolok ukur utama dalam menilai layanan sekolah. Jika prestasi siswa tidak meningkat meskipun harga terus meningkat, pelanggan akan merasa kecewa dan mempertanyakan efektivitas sistem pendidikan yang diterapkan. Responsivitas sekolah terhadap keluhan pelanggan juga berperan penting dalam membentuk kepuasan. Ketika sekolah mampu merespons keluhan dengan baik dan memberikan solusi yang memuaskan, maka tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan cenderung meningkat. Sebaliknya, jika keluhan diabaikan atau ditangani dengan lambat, kepercayaan pelanggan terhadap lembaga akan menurun. Dengan demikian, biaya yang tinggi perlu disertai dengan mutu layanan yang sepadan serta pengelolaan dana yang transparan, sehingga pelanggan dapat merasa puas dan memiliki kepercayaan terhadap sistem pendidikan yang dijalankan oleh sekolah.

Kepuasan pelanggan di sektor pendidikan adalah salah satu indikator terpenting untuk mengevaluasi kualitas layanan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan. Kepuasan pelanggan, menurut Kotler dan Keller (2020), adalah tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan klien setelah membandingkan ekspektasi mereka terhadap suatu layanan dengan apa yang sebenarnya mereka terima. Jika layanan tersebut sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi klien, tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Sebaliknya, jika layanan tersebut tidak memenuhi ekspektasi konsumen,

mereka akan merasa tidak puas dan mungkin menjadi kurang loyal terhadap penyedia layanan.

Kepuasan pelanggan dalam konteks pendidikan mengacu pada tingkat kepuasan orang tua terhadap layanan yang diberikan oleh sekolah. Menurut Wati & Mutohar (2023) dalam jurnalnya *Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di Lembaga Pendidikan Islam*, “terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di lembaga pendidikan Islam, seperti transparansi biaya, kualitas pengajaran, fasilitas sekolah, dan hubungan antara sekolah dengan Pelanggan”. Selain itu, penelitian Triwijayanti, Sanoto, & Paseleng (2022) dalam *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* menunjukkan bahwa “budaya sekolah dan citra lembaga pendidikan juga memiliki peran signifikan dalam membentuk kepuasan Pelanggan”.

“Dunia pendidikan yang semakin kompetitif, sekolah dituntut untuk tidak hanya fokus pada kualitas akademik, tetapi juga pada layanan yang diberikan kepada Pelanggan. Jika kepuasan Pelanggan tinggi, maka kemungkinan mereka akan merekomendasikan sekolah kepada calon siswa lain juga meningkat. Sebaliknya, jika kepuasan rendah, maka sekolah bisa mengalami penurunan jumlah pendaftar dan bahkan kehilangan siswa yang telah terdaftar sebelumnya” (Ilhami et al., 2024). Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing dan menjaga kesetiaan klien, sekolah-sekolah harus memahami elemen-elemen yang memengaruhi kebahagiaan konsumen.

Harga jelas mencerminkan dampak dari kepuasan pelanggan. Salah satu elemen penting yang memiliki pengaruh besar terhadap pilihan konsumen adalah harga. Menurut Zeithaml et al. (2018), "harga dalam layanan pendidikan mencerminkan biaya

yang harus dikeluarkan orang tua (pelanggan) untuk memperoleh layanan yang diinginkan." Dalam konteks pendidikan, harga mencakup uang pangkal, SPP bulanan, biaya ekstrakurikuler, biaya seragam, hingga biaya tambahan lainnya. Bagi sebagian besar orang tua, biaya pendidikan merupakan salah satu faktor utama dalam memilih sekolah untuk anak mereka”.

Menurut Zakariyah & Chrysoekamto (2020) dalam penelitian mereka tentang kualitas layanan pendidikan Islam di MTS Pacet Mojokerto, biaya yang lebih tinggi sering dianggap mencerminkan mutu layanan yang lebih unggul. Namun, jika biaya yang dibebankan tidak sepadan dengan layanan yang diterima, maka Pelanggan cenderung merasa kecewa dan mempertimbangkan opsi sekolah lain”. Selain itu, Sari & Prasetya (2020) dalam *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial* menemukan bahwa “meskipun harga tinggi bisa menjadi indikator kualitas, faktor kepemimpinan kepala sekolah, profesionalisme tenaga pengajar, serta transparansi dalam pengelolaan dana juga sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Jika sekolah menerapkan harga yang terlalu tinggi tanpa memberikan layanan yang sesuai, maka tingkat kepuasan Pelanggan akan menurun drastic”.

Menurut Ningsih, Widari, & Artawan (2020), “sebuah strategi yang dapat dipakai oleh sekolah guna meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan skema pembayaran yang fleksibel dan transparan. Ketidakjelasan dalam pengelolaan keuangan sekolah dapat memicu ketidakpercayaan Pelanggan terhadap institusi

pendidikan. Oleh karena itu, sekolah perlu memberikan rincian biaya secara transparan agar Pelanggan dapat memahami ke mana uang mereka dialokasikan”.

Kasus yang dimiliki SD Qur'an Bahrusyifa' saat ini yaitu biaya pendidikan yang sering kali menjadi perdebatan di kalangan Pelanggan. Beberapa orang tua merasa bahwa biaya yang dikeluarkan cukup tinggi dibandingkan dengan sekolah lain di sekitarnya. Namun, ada juga yang merasa bahwa biaya tersebut masih sebanding dengan fasilitas dan kualitas pengajaran yang diberikan. Oleh karena itu, studi ini bertujuan agar bisa menganalisis sejauh mana harga atau biaya pendidikan memengaruhi kepuasan orang tua atau Pelanggan, serta bagaimana persepsi mereka terhadap struktur biaya yang diterapkan oleh sekolah ini.

Selain harga, kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh besar pada kepuasan pelanggan di dunia pendidikan. Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) “dalam model SERVQUAL mengidentifikasi lima dimensi utama yang menentukan kualitas layanan dalam sektor jasa, termasuk pendidikan: (a) *Tangibles* (Bukti Fisik): fasilitas sekolah, kondisi ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, serta lingkungan belajar yang kondusif; (b) *Reliability* (Keandalan): Konsistensi sekolah dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan Pelanggan; (c) *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kemampuan sekolah dalam menanggapi keluhan, permintaan informasi, dan kebutuhan Pelanggan; (d) *Assurance* (Jaminan): Kredibilitas sekolah, profesionalisme tenaga pendidik, serta tingkat keamanan dan kenyamanan bagi siswa; dan (e) *Empathy* (Empati): Kepedulian sekolah terhadap Pelanggan dan siswa, termasuk komunikasi yang baik antara sekolah dan orang tua”.

Penelitian Faridah, Widoyoko, & Suyoto (2024) menunjukkan bahwa “sekolah yang mampu memberikan layanan berkualitas tinggi mempunyai tingkat kepuasan pelanggan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan sekolah yang hanya fokus pada aspek akademik tanpa memperhatikan kebutuhan Pelanggan”. Studi lain oleh Tusyadiah, Nurhasyifa, & Yusri (2024) dalam jurnal *Al Ittihadu* juga menemukan bahwa “sekolah yang proaktif dalam menangani keluhan pelanggan akan mempunyai tingkat loyalitas yang lebih tinggi”.

Mengacu pada studi sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam pendidikan tidak hanya mencakup aspek akademik, tetapi juga layanan administratif, interaksi antara guru serta murid, serta komunikasi dengan Pelanggan. Sekolah yang ingin meningkatkan kepuasan pelanggan harus memperhatikan aspek ini secara menyeluruh agar mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih optimal bagi siswa sekaligus meningkatkan tingkat kepercayaan dari pelanggan.

SD Qur'an Bahrusyifa' merupakan salah satu sekolah berbasis Islam yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas kepada para santrinya. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pendaftar baru di sekolah ini mengalami fluktuasi, yang menunjukkan bahwa ada faktor-faktor tertentu yang memengaruhi kepuasan Pelanggan.

Menurut penelitian Lestari, Chotimah, & Junaris (2024) tentang pemasaran pendidikan di sekolah Islam, “salah satu alasan utama penurunan jumlah pendaftar di sekolah berbasis agama adalah ketidaksesuaian antara biaya pendidikan dan kualitas layanan yang diberikan. Ketika pelanggan menganggap bahwa biaya yang dibayarkan

melebihi nilai manfaat yang diterima, mereka akan cenderung mencari sekolah lain yang menawarkan nilai lebih baik”.

Mengingat konteks tersebut, tujuan studi ini adalah untuk meneliti bagaimana kepuasan pelanggan di SD Qur'an Bahrusyifa' dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan. Temuan yang diharapkan dari studi ini dapat digunakan sebagai dasar bagi sekolah untuk menilai dan meningkatkan taktik pemasaran instruksionalnya, menetapkan harga yang lebih terjangkau, dan meningkatkan layanan yang ditawarkan kepada klien dan siswa.

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Harga dalam penelitian ini konsisten dengan biaya pendidikan.
- b. Penelitian hanya difokuskan pada harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh SD Qur'an Bahrusyifa'.
- c. Variabel yang diteliti terbatas pada harga dan kualitas pelayanan.
- d. Responden penelitian adalah Pelanggan yang memiliki anak yang sedang bersekolah di SD Qur'an Bahrusyifa'.
- e. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan di SD Qur'an Bahrusyifa'?

- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan di SD Qur'an Bahrusyifa'?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh biaya pendidikan terhadap kepuasan Pelanggan di SD Qur'an Bahrusyifa'.
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan di SD Qur'an Bahrusyifa'.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Disiplin pemasaran layanan pendidikan diharapkan berkembang sebagai hasil dari penelitian ini, terutama di bidang pemahaman tentang bagaimana harga dan kualitas layanan memengaruhi loyalitas dan kebahagiaan konsumen dalam lingkungan pendidikan. Dengan menggunakan model SERVQUAL dan konsep pemasaran jasa dari Kotler & Keller (2020), penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan teori terkait pemasaran dalam institusi pendidikan.

- b. Manfaat Praktis

- (1). Bagi Sekolah

Temuan studi ini bisa menjadi bahan evaluasi strategi pemasaran sekolah, khususnya dalam:

- a) Menentukan strategi penetapan harga yang sesuai dengan persepsi nilai pelanggan.

b) Meningkatkan kualitas layanan berdasarkan dimensi SERVQUAL

(Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy).

c) Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam sistem pendidikan.

(2). Bagi Orang Tua/Pelanggan

Diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas mengenai pengaruh harga/biaya pendidikan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SD Qur'an Bahrusyida', sehingga orang tua dapat yakin terhadap pilihan memilih SD Qur'an Bahrusyifa' menjadi Lembaga pendidikan siswa.

(3). Bagi Peneliti Lain

Ini dimaksudkan agar dapat berfungsi sebagai panduan bagi peneliti di masa depan yang ingin melakukan penyelidikan serupa tentang bagaimana kepuasan pelanggan di institusi pendidikan dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan.