

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan manusia. Dengan memiliki pendidikan yang cukup, manusia diharapkan dapat menjawab tantangan zaman dan dapat mempertahankan eksistensinya. Untuk dapat tetap menjawab tantangan jaman, seseorang harus dapat mengembangkan dirinya secara profesional. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan (Sunar, *Forum Ilmiah* volume 9, 2012). Hal ini disadari juga oleh pemerintah Indonesia untuk memajukan kehidupan bangsa Indonesia dan pemerintah menunjukkan perhatiannya dengan beberapa cara diantaranya adalah mengadakan program sekolah gratis untuk sekolah–sekolah negeri, program BOS (Bantuan Oprasional Sekolah) bagi sekolah–sekolah di Indonesia, pendidikan wajib 9 tahun, dan lain sebagainya.

Dalam UU RI No. 30 tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional dinyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Adapun jalur pendidikan terdiri dari pendidikan non formal yang diperoleh dari interaksi

di rumah, interaksi sosial, kursus, dan lain sebagainya. Sedangkan pendidikan formal biasanya didapat dari sekolah, mulai dari Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan universitas atau sekolah tinggi.

Jenjang pendidikan formal sekolah yang harus dilewati tersebut memiliki standarnya masing-masing dan biasanya dipengaruhi oleh penilaian (akreditasi) yang dilakukan oleh dinas pendidikan (DIKNAS). Sejatinya semakin tinggi nilai akreditasi yang didapatkan oleh suatu sekolah, diharapkan semakin lengkap dan baik pula fasilitas serta kualitas dari sekolah yang bersangkutan. Beberapa cara yang dilakukan oleh pihak sekolah untuk mendapatkan atau memperoleh nilai akreditasi yang lebih tinggi serta mempertahankannya, antara lain mengadakan studi banding dengan sekolah-sekolah sederajat, meningkatkan kualitas tenaga pengajar dengan sertifikasi guru yang diadakan oleh dinas pendidikan, menambah serta memperlengkapi fasilitas sekolah.

Seperti halnya SMP “X” yang juga meningkatkan kualitasnya dengan berbagai macam cara tersebut. SMP “X” yang berada di bawah naungan yayasan “X” yang bergerak dalam organisasi *nirlaba* atau *non-profit*, yaitu organisasi yang bergerak atas dasar kemanusiaan dan tidak berorientasi pada laba atau keuntungan semata. SMP “X” telah mendedikasikan dirinya dalam pelayanan jasa pendidikan sejak tahun 1984 dan telah memperoleh akreditasi disamakan sejak tahun 1996–2006, serta akreditasi A yang berarti sangat baik, dari tahun 2008 hingga 2015. Berbekal pengalaman dan studi banding yang dilakukan ke sekolah-sekolah, SMP “X” berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan akreditasi

yang telah dicapai tersebut dengan cara meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan sesuai dengan standar DIKNAS dan sedapat mungkin sesuai dengan yang diharapkan konsumen yakni orangtua dan murid.

Dalam usahanya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, SMP “X” memulainya dengan memperbaiki fasilitas sekolah seperti gedung sekolah yang dipindahkan lokasinya pada tahun 2010, ke area yang lebih besar dan nyaman. Laboratorium makin diperlengkapi dengan peralatan–peralatan serta bahan–bahan yang diperlukan untuk praktikum, komputer-komputer juga diperbarui mulai dari perangkat keras seperti monitor atau *keyboard* serta perangkat lunak berupa program–program terbaru yang akan diajarkan kepada murid, lapangan olah raga diperbesar dari yang sebelumnya, ruang kebaktian yang diperlengkapi dengan *sound sistem* yang baik, multimedia, akses *internet*, *hot spot area* dan lain sebagainya.

Yayasan “X” yang menaungi SMP “X” juga berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan guru–guru dengan harapan apabila kesejahteraan guru–guru terpenuhi, maka guru–guru dapat mengajar lebih konsentrasi dan baik, hal inilah yang diungkapkan oleh direktur pelaksana yayasan “X”, selain kesejahteraan guru, kualitas guru juga ditingkatkan dengan melakukan supervisi yaitu penilaian yang dilakukan kepala sekolah terhadap cara mengajar guru saat di kelas sesuai standar yang ditetapkan oleh DIKNAS, monitoring, dan pelatihan–pelatihan, baik dalam bidang studi yang diajarkan ataupun dalam teknik mengajar. Selain melengkapi guru dengan ilmu – ilmu yang berkaitan dengan bidang studi yang diajar, penampilan fisik staf dan guru pun diperhatikan oleh yayasan, dengan

cara memberikan aturan atau ketentuan pakaian baik seragam yang ada pada unit tempat guru mengajar ataupun seragam yang disama ratakan dari yayasan, serta bagaimana cara guru berpenampilan.

SMP “X” juga mengembangkan pendidikan yang *holistic*, yaitu pendidikan yang berkesinambungan baik dari segi intelektual (akademik), karakter, mental, dan *spiritual* (kerohanian). Cara yang digunakan untuk mewujudkan pendidikan yang *holistic* adalah dengan mengadakan program-program pilihan seperti kelompok sel (konsel group), pembinaan karakter, penyuluhan kesehatan, penanaman etika, Bahasa Inggris, Bahasa Mandarin, ekstrakurikuler seperti komputer, futshal, paduan suara, band, *modern dance*, wushu, *break dance*, catur, badminton, paskibra, pramuka, dan tamborin.

Selain menyediakan pendidikan yang *holistic*, SMP “X” juga berusaha untuk melibatkan orangtua dalam mengawasi perkembangan sekolah, dengan bergabung dalam dewan pengawas sekolah. Dimana dewan pengawas sekolah ikut andil dalam memberikan saran dan masukan yang dapat membangun atau memperbaiki kinerja sekolah, seperti halnya menampung aspirasi dari para orangtua yang dilontarkan secara langsung atau pun melalui nomer telepon yang telah disediakan khusus, mengkritisi kebijakan yang diambil oleh sekolah, dan mempromosikan sekolah melalui kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh orangtua murid.

Mengacu pada standar tenaga pengajar yang dikeluarkan oleh DIKNAS atau mengacu pada Peraturan Menteri Pendidikan Nasional nomor 16 tahun 2007 tanggal 4 Mei 2007 tentang standar kualifikasi akademik dan kompetensi guru, SMP “X” berusaha untuk menempatkan tenaga pengajar yang memiliki latar

belakang pendidikan yang sesuai dengan mata pelajaran yang diajarkan, serta minimal memiliki ijazah S1. SMP “X” yang bertaraf nasional mematok biaya yang relatif lebih murah jika dibandingkan dengan SMP sederajat yang bertaraf nasional lainnya, dengan kualitas pelayanan yang baik SMP “X” memiliki harapan dapat menjaring konsumen lebih banyak lagi.

Usaha–usaha peningkatan kualitas dan perbaikan fasilitas yang dilakukan oleh SMP “X”, tak lain adalah upaya agar dapat bersaing dengan SMP sederajat yang bertaraf nasional lainnya. Adanya peningkatan kualitas serta perbaikan fasilitas diharapkan dapat menjawab kebutuhan orangtua SMP “X”, sehingga dapat memberikan rasa puas pada diri konsumen. Hal meningkat atau menurunnya jumlah murid yang mendaftar di SMP “X” dapat digunakan sebagai salah satu tolak ukur kepuasan dari orangtua murid terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMP “X”. Apabila pelayanan yang diberikan oleh SMP “X” dirasakan memuaskan oleh orangtua murid, maka diharapkan para orangtua murid dapat merekomendasikan SMP “X” pada orangtua murid lainnya, atau menyekolahkan anaknya kembali di sekolah atau yayasan yang sama dengan SMP “X”.

Upaya–upaya sebagaimana yang telah dijabarkan sebelumnya, yang telah dilakukan SMP “X” dalam rangka meningkatkan jumlah konsumen, rupanya dirasakan masih kurang maksimal, hal ini disampaikan oleh Kepala Sekolah SMP “X”. Hal ini diperkuat dengan masih banyaknya orangtua yang mengeluhkan pelayanan SMP “X” seperti halnya internet sekolah yang sulit di akses oleh murid, keluhan orangtua yang lambat di tanggapi oleh sekolah, masih terdapat

guru yang cara mengajarnya monoton, nilai ketuntasan yang terlalu tinggi, masih adanya guru yang melakukan tindakan fisik terhadap murid, informasi yang tidak sampai kepada orangtua mengenai jadwal kegiatan siswa dan perkelahian antar siswa yang masih terjadi di sekolah.

Pada dasarnya kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 1997). Oleh karena itu pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa haruslah benar-benar diperhatikan agar semakin banyak konsumen yang merasa puas. Konsumen yang dimaksud disini adalah kelompok orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan baik langsung ataupun tidak langsung dalam penelitian ini termasuk orangtua, murid, pemerintah, dan masyarakat (Sunar, *Forum Ilmiah* volume 9, 2012).

Berdasarkan konteks permasalahan ini, maka peneliti melakukan survei terhadap 10 orangtua murid SMP "X", hal yang diperoleh adalah bahwa dalam memilih sekolah bagi anak-anak mereka ternyata, 40% mengatakan bahwa lokasi sekolah yang dekat dengan rumah dan jauh dari pusat keramaian menjadi pertimbangan utama untuk memilih sekolah bagi anak-anak mereka, 20% mengatakan bahwa faktor biaya yang menjadi pertimbangan utama untuk memilih sekolah bagi anak-anak mereka, 20% mengatakan kualitas pendidikan yang menjadi pertimbangan utama untuk memilih sekolah bagi anak-anak mereka, dan 20% lainnya mengatakan keragaman ekstrakurikuler yang ditawarkan menjadi pertimbangan utama untuk memilih sekolah bagi anak-anak mereka. Mengenai fasilitas sekolah yang diperlengkap dan diperbaharui untuk dapat menunjang

pendidikan, 40% menyatakan tidak mendukung dengan alasan pada tingkat SMP belum diperlukan fasilitas yang banyak atau yang baru, 30% tidak mendukung dengan alasan akan memerlukan biaya lebih dan akan memberatkan orangtua, sedangkan 30% lainnya mendukung adanya fasilitas-fasilitas sekolah yang semakin diperlengkapi dengan alasan untuk meningkatkan mutu pendidikan.

Janji pelayanan yang diberikan oleh SMP “X” mengenai tenaga pengajar yang sesuai standar (berlatar belakang dari program studi yang sama dengan mata pelajaran yang di ajarkan) dan pendidikan yang berkualitas(menguasai materi dengan berbagai macam aplikasi atau penerapan), dinilai oleh orangtua yang mendengarkan langsung pengakuan dari anak mereka, sebanyak 40% menyatakan bahwa pengajar dapat menyampaikan materi dengan komunikatif, sedangkan 40% lainnya menyatakan bahwa banyak tenaga pengajar menggunakan cara yang monoton dalam menyampaikan materi, sedangkan 20% menyatakan bahwa pada umumnya para tenaga pengajar di SMP “X”, hadir dan mengajar dalam keadaan siap mengajar (mengerti, memahami, dan menguasai materi yang akan disampaikan). Sedangkan mengenai kurikulum yang sesuai dengan standar DIKNAS, 50% menyatakan bahwa kualitas pendidikan sudah memenuhi standar DIKNAS namun dalam pelaksanaannya belum sesuai dengan yang dijanjikan, 30% menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui standar DIKNAS, dan 20% lainnya menyatakan bahwa SMP “X” telah memenuhi kualitas pendidikan yang sesuai dengan standar DIKNAS dan dalam pelaksanaannya telah sesuai dengan apa yang telah dijanjikan SMP “X” yakni memberikan pendidikan yang *holistic* (berkesinambungan).

Mengenai tanggapan SMP “X” dalam menanggapi keluhan orangtua secara sopan dan dapat dipercaya yang dikaitkan dengan informasi mengenai keadaan anak-anak mereka ketika berada disekolah, 60% mengatakan bahwa mereka dapat merasa tenang karena dapat memonitor dan menghubungi telepon sekolah untuk mengetahui bahwa anak mereka aman, ketika orangtua mendapatkan kabar bohong melalui telepon pribadi mereka, sedangkan 40% mengatakan bahwa mereka tidak dapat merasa tenang karena orangtua tidak dapat menghubungi pihak sekolah karena saluran telepon sekolah yang sulit untuk di hubungi. Selain itu, penilaian orangtua terhadap informasi yang guru berikan dinilai oleh 60% menyatakan informasi yang diberikan oleh guru sesuai dan dapat dipercaya, sedangkan 40% responden lainnya mengatakan informasi yang diberikan guru tidak sepenuhnya dapat dipercaya dan sesuai.

Sedangkan terhadap keluhan-keluhan orangtua murid, khususnya mengenai murid-murid yang pulang terlambat dan saran yang diajukan oleh orangtua murid agar pihak sekolah memberlakukan jam bersih sekolah, dimana murid-murid diharuskan sudah meninggalkan sekolah dari jam yang sudah ditentukan. Sebanyak 50% menyambut positif hal ini, karena membuktikan bahwa pihak sekolah telah menanggapi keluhan dan saran mereka dengan segera, 30% menyatakan bahwa kritik dan saran yang mereka sampaikan diresponi secara terlambat oleh pihak sekolah, 20% lainnya menyatakan bahwa sebenarnya pihak sekolah belum kooperatif dalam menanggapi kritik dan saran yang diberikan.

Relasi yang terjalin antara tenaga pengajar dengan murid ataupun dengan orangtua, 60% menyatakan bahwa masih terjadi kesenjangan perlakuan tenaga pengajar terhadap murid–muridnya (anak mereka merasa tidak diperhatikan), dan 40% lainnya menyatakan bahwa telah terjalin relasi yang baik antara tenaga pengajar dan murid, hal ini tercermin dalam bentuk perhatian yang diberikan oleh tenaga pengajar terhadap perkembangan prestasi murid. Sedangkan dalam hal relasi dengan orangtua, 60% menyatakan bahwa guru telah cukup memberikan perhatian terhadap muridnya dengan cara mengkomunikasikan perkembangan dan hasil belajar murid kepada orangtua secara rutin dan 40% lainnya mengatakan guru kurang memberikan perhatian mengenai perkembangan dan hasil belajar murid secara rutin.

Melihat dari paparan fenomena diatas, terlihat bahwa pelayanan yang di berikan oleh SMP “X” dinilai oleh orangtua murid sebagai konsumen masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan, dan hal inilah yang menimbulkan perasaan tidak puas pada orangtua murid. Dari fenomena yang ada ini, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai tingkat kepuasan orangtua murid terhadap kualitas pelayanan jasa SMP “X” di kota Bandung.

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan orangtua terhadap kualitas pelayanan SMP “X” di Kota Bandung.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran harapan dan kenyataan yang dialami orangtua terhadap kualitas pelayanan SMP “X” di kota Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen pada ke-lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, dan *assurance* yang berperan dalam kepuasan orangtua murid terhadap kualitas pelayanan SMP “X” di kota Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Sebagai informasi dan masukan dalam pengembangan ilmu psikologi bidang industri dan organisasi, khususnya psikologi konsumen yang berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa.
2. Sebagai bahan pertimbangan dan informasi tambahan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengadakan penelitian dengan topik yang sama.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Memberikan informasi kepada SMP “X” di kota Bandung mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan orangtua terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi fasilitas yang

disediakan, tenaga pengajar yang ada, dan hal-hal lainnya yang terkait dengan jasa yang ditawarkan.

1.5. Kerangka Pikir

Setiap manusia membutuhkan pendidikan karena pendidikan merupakan salah satu proses “pendewasaan” manusia. Hal ini menjadi kebutuhan orangtua untuk dapat memberikan pendidikan yang baik bagi anak-anaknya. Pendidikan tersebut diperoleh melalui jalur pendidikan formal seperti lembaga atau yayasan sekolah, atau pun jalur pendidikan non formal seperti kursus dan lain sebagainya. Orangtua sebagai konsumen yang menggunakan jasa dari sekolah, memiliki harapan-harapan yang ingin dipenuhi sehingga menimbulkan rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh lembaga atau yayasan sekolah tersebut. Rasa puas itu sendiri dapat diketahui melalui ungkapan-ungkapan kepuasan apabila harapan atau kebutuhan tertentu tercapai atau ungkapan-ungkapan kekecewaan apabila harapan atau kebutuhan itu tidak tercapai.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi dari konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Zeithaml, 2002). Demikian juga seperti yang diungkapkan oleh Kotler (1997) yaitu kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan ketika seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan.

Kepuasan konsumen ini tidak hanya terbatas pada suatu barang atau produk saja, tetapi juga mencakup kepuasan pada suatu jasa. Jasa (*service*) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain

yang pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun; produksinya dapat dikaitkan atau tidak dengan suatu produk fisik (Kotler, 1997).

SMP “X” merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan pendidikan, serta kepuasan yang dirasakan orangtua selaku konsumen, dapat berdampak sangat besar bagi SMP “X” yang menyediakan jasa pendidikan. Oliver (dalam Supranto, 2001), mengatakan bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Orangtua akan menyekolahkan anak mereka di suatu sekolah apabila orangtua tersebut telah mendapatkan gambaran bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah sesuai dengan harapan dan kebutuhan orangtua tersebut (*expected service*). Kemudian orangtua akan melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sekolah ketika orangtua tersebut mendapatkan pelayanan dari sekolah tersebut (*perceived service*).

Apabila kinerja dibawah harapan, maka orangtua akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka orangtua akan merasa puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, orangtua akan sangat puas. Orangtua yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap biaya dan memberi komentar yang baik tentang sekolah tersebut. Sehingga tingkat kepuasan orangtua merupakan kesenjangan yang terjadi antara *expected service* dan *perceived service* yang dirasakan oleh orangtua terhadap pelayanan sekolah.

Menurut Zeithaml (2006), *expected service* merupakan harapan atau perkiraan orangtua tentang kualitas pelayanan yang akan diterima, sedangkan *perceived service* merupakan persepsi atau penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diterima orangtua dapat terukur melalui 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance*.

Tangible merupakan dimensi yang berkaitan dengan benda fisik yang dapat dilihat, didengar dan disentuh termasuk penampilan fisik guru dan staff. Adanya lokasi baru yang saat ini di tempati, SMP “X” menawarkan beragam fasilitas yang lebih baik dari lokasi sebelumnya, yaitu adanya ruang kebaktian, *multimedia*, lapangan olah raga *indoor* dan *outdoor*, laboratorium yang lebih lengkap yang terdiri dari laboratorium komputer lengkap dengan akses *internet* dan *hot spot area*; laboratorium fisika; laboratorium biologi; laboratorium kimia; laboratorium bahasa, ruang kelas yang lebih besar, perpustakaan yang lebih di perlengkap, dan kantin yang lebih luas.

Bila orangtua melihat fasilitas–fasilitas yang disediakan oleh SMP “X” (*perceived service*) tidak sesuai dengan harapannya (*expected service*) maka orangtua akan merasa tidak puas, jika orangtua menilai fasilitas yang disediakan SMP “X” (*perceived service*) sesuai dengan harapannya (*expected service*) maka orangtua akan merasa puas, sedangkan jika orangtua menilai fasilitas yang disediakan oleh SMP “X” (*perceived service*) melebihi harapannya (*expected service*) maka orangtua akan merasa sangat puas.

Reliability, dimensi ini berkaitan dengan kemampuan SMP “X” untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dan mampu memberikan pelayanan yang akurat. SMP “X” memiliki *holistic* pendidikan dalam segi intelektual (akademik), karakter, mental, dan *spiritual* (kerohanian), yang dinyatakan dalam beragam program pilihan yang ditawarkan oleh SMP “X” seperti kelompok sel (*konsel group*), pembinaan karakter, penyuluhan kesehatan, penanaman etika, komputer, Bahasa Inggris, Bahasa Mandarin, futsal, paduan suara, dan lain sebagainya. Bila melalui program – program tersebut murid – murid dinilai (*perceived service*) oleh orangtua menunjukkan perkembangan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka orangtua merasa tidak puas, bila program – program tersebut dinilai (*perceived service*) oleh orangtua sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka orangtua akan merasa puas, dan apabila perogram – program tersebut dinilai (*perceived service*) oleh orangtua melebihi harapan (*expected service*) orangtua maka orangtua akan merasa sangat puas.

Responsiveness, merupakan dimensi yang mengungkap kemauan SMP “X” untuk membantu orangtua murid dan anaknya dengan memberikan pelayanan yang cepat dan cekatan, misalnya ketika guru mengetahui ada murid yang sakit dilingkungan sekolah, maka guru akan memeriksa keadaan murid tersebut dan mengambil tindakan dengan segera membawa murid tersebut ke ruang kesehatan untuk beristirahat, atau apabila memerlukan perawatan khusus, maka sekolah akan menghubungi orangtuanya untuk dapat menjemput anaknya. Bila orangtua merasakan pelayanan yang diberikan oleh guru SMP “X”

(*perceived service*) tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka orangtua akan merasa tidak puas, bila orangtua merasakan pelayanan yang diberikan guru SMP “X” (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka orangtua akan merasa puas, sedangkan bila orangtua merasakan pelayanan yang diberikan oleh guru SMP “X” (*perceived service*) melebihi harapannya (*expected service*) maka orangtua akan merasa sangat puas.

Empathy, dimensi yang membahas mengenai kepedulian, perhatian dan pemahaman SMP “X” terhadap kebutuhan orangtua murid yang berkaitan dengan anak-anak mereka yang bersekolah di SMP “X”. Misalnya staf guru SMP “X” mengkomunikasikan kepada orangtua mengenai permasalahan anaknya yang bersekolah di SMP “X” dalam bidang akademis, pergaulan, dan lain sebagainya. Melakukan kunjungan rumah, untuk melihat atau berkomunikasi lebih dekat dengan orangtua dan murid. Bila orangtua merasakan perhatian yang diberikan oleh staf guru SMP “X” (*perceived service*) tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) oleh orangtua maka orangtua akan merasa tidak puas. Bila orangtua merasakan perhatian yang diberikan oleh staf guru SMP “X” (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka orangtua akan merasa puas, dan apabila orangtua merasakan perhatian staf guru SMP “X” (*perceived service*) melebihi apa yang diharapkannya (*expected service*) maka orangtua akan merasa sangat puas.

Assurance, merupakan dimensi yang mengungkapkan mengenai kemampuan SMP “X” dalam menumbuhkan kepercayaan orangtua terhadap SMP “X”. Seperti halnya cara ketika menjelaskan kepada orangtua murid mengenai

segala sesuatu yang berhubungan dengan sekolah, seperti fasilitas yang disediakan, biaya yang harus dikeluarkan, aturan yang diberlakukan, kegiatan yang akan diadakan, dan standar nilai yang digunakan. Jika staff dan guru SMP “X” dapat menjawab dengan benar dan tepat seluruh hal yang ingin diketahui oleh orangtua maka akan menumbuhkan rasa percaya orangtua terhadap SMP “X”, apabila staff dan guru tidak dapat menjawab seluruh pertanyaan dengan benar dan tepat (*perceived service*), maka orangtua akan merasa tidak puas (*expected service*), jika staff dan guru dapat menjawab seluruh pertanyaan dengan benar dan tepat (*perceived service*), maka orangtua akan merasa sangat puas (*expected service*), namun jika staff dan guru hanya dapat menjawab sebagian saja dari seluruh pertanyaan yang ditanyakan (*perceived service*), maka orangtua akan merasa puas (*expected service*).

Selain terdapat lima (5) dimensi kualitas pelayanan jasa, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan orangtua murid terhadap kualitas pelayanan yang diberikan SMP “X” (*perceived service*). Terdapat empat (4) faktor yang mempengaruhi *perceived service*, yaitu *service encounters*, *evidence of service*, *image*, dan *price*.

Faktor *service encounters* berhubungan dengan momen saat berinteraksi antara orangtua murid dengan SMP “X”, diantaranya ketika orangtua mendaftarkan anaknya ke SMP “X”, orangtua akan bertemu staf administrasi di Tata Usaha kemudian mengisi formulir sampai pada akhirnya anak mereka terdaftar sebagai murid di SMP “X”. Bila orangtua merasakan pelayanan staff

SMP “X” ramah dalam menjawab (*perceived service*), maka orangtua akan merasa puas, begitu juga sebaliknya.

Faktor *evidence of service* berhubungan dengan bukti dari pelayanan yang diterima oleh orangtua ketika berinteraksi dengan SMP “X”. Tiga kategori utama dari *Evidence of Service* adalah *People, Process, Physical*. *People* adalah orang – orang yang terlibat dalam pelayanan seperti guru–guru, staf tata usaha. Misalnya staf tata usaha memberikan catatan perhitungan pembayaran uang sekolah sesuai dengan yang sudah disepakati, apabila staf tata usaha melakukan kesalahan maka orangtua akan merasa staf tata usaha tidak benar dalam mengelola perhitungan (*perceived service*), sehingga orangtua dapat merasakan pelayanan SMP “X” yang diharapkan dapat mengelola perhitungan dengan benar, tidak sesuai dengan kenyataan (*expected service*) .

Process adalah cara kerja, aktivitas, dan teknologi yang digunakan. Misalnya ketika murid ingin menggunakan internet, mereka akan menilai mengenai kecepatan internetnya. *Physical* adalah komunikasi, pelayanan, fasilitas fisik yang disediakan. Misalnya ketika orangtua menanyakan mengenai kalender akademik, staf tata usaha atau guru dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan sopan dan ramah. Jika staf tata usaha atau guru tidak dapat memberikan jawaban yang sesuai, maka orangtua murid akan merasa staf tata usaha atau guru tidak tahu dan tidak serius dalam melayani orangtua murid.

Faktor *image*, merupakan sudut pandang orangtua murid mengenai SMP “X” dan kepercayaan orangtua murid terhadap pelayanan dalam memenuhi kebutuhannya. Reputasi yang positif akan menutupi suatu kesalahan atau

pelayanan yang buruk, jika orangtua murid menilai keseluruhan dari suatu SMP secara positif, maka satu pengalaman yang buruk tidak akan mempengaruhi pandangan orangtua murid terhadap SMP tersebut. Contohnya ketika orangtua mendapat informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan SMP “X” untuk meningkatkan kreatifitas dan kemandirian murid sangat menarik dan bervariasi serta berbeda dengan sekolah-sekolah lain, maka orangtua berkeinginan untuk menyekolahkan anak mereka di SMP “X”, namun pada kenyataannya SMP “X” hanya melakukan kegiatan-kegiatan yang dilakukan juga oleh sekolah-sekolah lain atau monoton. Hal tersebut membuat orangtua murid merasa bahwa hanya kebetulan saja kegiatan yang diadakan sama dengan sekolah-sekolah lainnya.

Faktor *price* berhubungan dengan kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan program yang disediakan. Bila orangtua berpendapat bahwa harga yang diberikan oleh SMP “X” (*perceived service*) sesuai dengan fasilitas dan program yang disediakan, maka orangtua akan merasa puas demikian juga sebaliknya jika harga yang diberikan kurang sesuai atau tidak dengan fasilitas dan program yang disediakan, maka orangtua akan merasa tidak puas.

Selain *perceived service*, terdapat juga *expected service* yaitu harapan dari konsumen. Menurut Zeithaml (2006), *expected service* dipengaruhi oleh 11 faktor, yaitu *personal needs*, *enduring service intensifiers*, *transitory service intensifiers*, *perceived service alternatives*, *self-perceived service role*, *situational factors*, *predicted service*, *explicit service promises*, *implicit service promises*, *word of mouth*, dan *past experience*.

Personal needs adalah faktor yang berkaitan dengan kebutuhan yang dirasakan orangtua yang datang ke SMP “X” yaitu kebutuhan untuk yakin dan percaya terhadap kompetensi SMP “X” dalam mendidik dan memberikan pendidikan yang berkualitas kepada anak-anak mereka. Misalnya orangtua menginginkan adanya program pembinaan rohani bagi anak mereka, oleh karena itu orangtua berharap (*expected service*) SMP “X” dapat menyediakan program-program yang dapat mendukung pembinaan rohani seperti komunitas sel, kebaktian rutin setiap minggunya, *saat teduh* sebelum memulai aktifitas, dan *retreat*. Apabila SMP “X” mampu menjawab atau menyediakan seluruh program pembinaan kerohanian (*percieved service*) yang diinginkan, maka orangtua akan merasa sangat puas.

Faktor *enduring services intensifiers*, merupakan kepekaan orangtua murid terhadap pelayanan SMP “X”. Misalnya orangtua meminta waktu khusus untuk berbicara dengan guru wali kelas (*expected service*), dan wali kelas dengan segera menyediakan waktu khusus untuk itu, maka orangtua akan merasa puas (*percieved service*).

Faktor *transitory service intensifiers*, merupakan situasi darurat ketika orangtua membutuhkan pelayanan terhadap jasa dan bersifat sementara. Misalnya ketika pergantian semester orangtua murid mendaftarkan anak mereka di SMP “X”, namun murid tersebut ingin diadakan masa percobaan terlebih dahulu (*expected service*), maka SMP “X” menyanggupi untuk murid tersebut mencoba bersekolah di SMP “X” dalam waktu 1 minggu (*perceived service*). Maka orangtua akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh SMP “X”.

Perceived service alternatives adalah faktor yang berhubungan dengan informasi yang didapat, konsumen membandingkan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh SMP “X” dengan SMP lain disekitarnay. Ketika orangtua menyekolahkan anak mereka di SMP “X”, diantara banyaknya alternatif pilihan sekolah, maka orangtua akan memiliki harapan yang besar terhadap pelayanan yang akan diterimanya dari SMP “X” (*expected service*). Apabila harapan orangtua mengenai pelayanan yang didapat sesuai dengan informasi yang diterima mengenai kualitas pelayanan SMP “X” terpenuhi (*perceived service*), maka orangtua akan merasa puas.

Faktor *self perceived service role*, merupakan persepsi orangtua mengenai keterlibatannya terhadap pelayanan yang diterimanya di SMP “X” ini. Misalnya ketika orangtua akan terlambat menjemput anak mereka di sekolah, sedangkan di sekolah berlaku jam bersih sekolah yang berakibat pada pemotongan poin murid, namun orangtua tidak memberikan informasi kepada pihak sekolah, maka pihak sekolah tidak sepenuhnya bersalah. Persepsi orangtua murid tentang derajat keterlibatannya dalam proses penyampaian pelayanan akan mempengaruhi tingkat pelayanan yang bersedia diterimanya. Jika orangtua murid mempersepsi derajat keterlibatannya tinggi maka orangtua murid tidak akan mengeluh terhadap pelayanan tidak memuaskan yang diterimanya.

Situational factors, merupakan faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh SMP “X”. Orangtua memahami bahwa terdapat hal-hal yang berada diluar kendali pihak SMP “X”, misalnya jika terjadi hal yang tidak menyenangkan seperti ketika terjadi pemadaman listrik bergilir yang menghambat kegiatan belajar mengajar

disekolah, maka orangtua murid akan lebih memaklumi karena pemadaman yang terjadi diluar kendali pihak SMP "X".

Predicted service, merupakan perkiraan orangtua murid terhadap kualitas pelayanan yang akan diberikan oleh SMP "X". Misalnya orangtua sudah mengetahui bahwa ketika pembagian rapot maka orangtua akan dikumpulkan di ruang kelas, dan akan dipanggil sesuai urutan kedatangan orangtua, sehingga orangtua yang datang lebih lama dari yang lainnya tidak terlalu berharap dapat pulang dengan segera karena harus menunggu antrian pembagian raport.

Explicit service promises, merupakan pernyataan tentang jasa kepada orangtua berupa janji seperti iklan, *personal selling* atau komunikasi. Misalnya orangtua melihat iklan bahwa di SMP "X" memiliki *hot spot area* dan dapat diakses oleh murid, maka orangtua berharap bahwa anak-anak mereka memang dapat mengakses internet di lingkungan sekolah jika suatu saat mereka ingin menggunakannya (*expected service*).

Implicit service promises, faktor ini merupakan petunjuk yang berkaitan dengan jasa. Misalnya jika orangtua mengetahui uang sekolah yang diwajibkan relatif lebih mahal dari uang sekolah di SMP lain, maka orangtua berharap dengan uang sekolah yang dibayarkan anak-anak mereka mendapatkan kualitas pendidikan yang lebih baik dan mendapatkan pelayanan yang lebih baik pula (*expected service*).

Faktor *word of mouth*, merupakan sumber informasi yang dapat diperoleh dari teman atau keluarga yang pernah bersekolah atau menyekolahkan anak-anaknya di SMP "X". Misalnya orangtua mengetahui SMP "X" dari

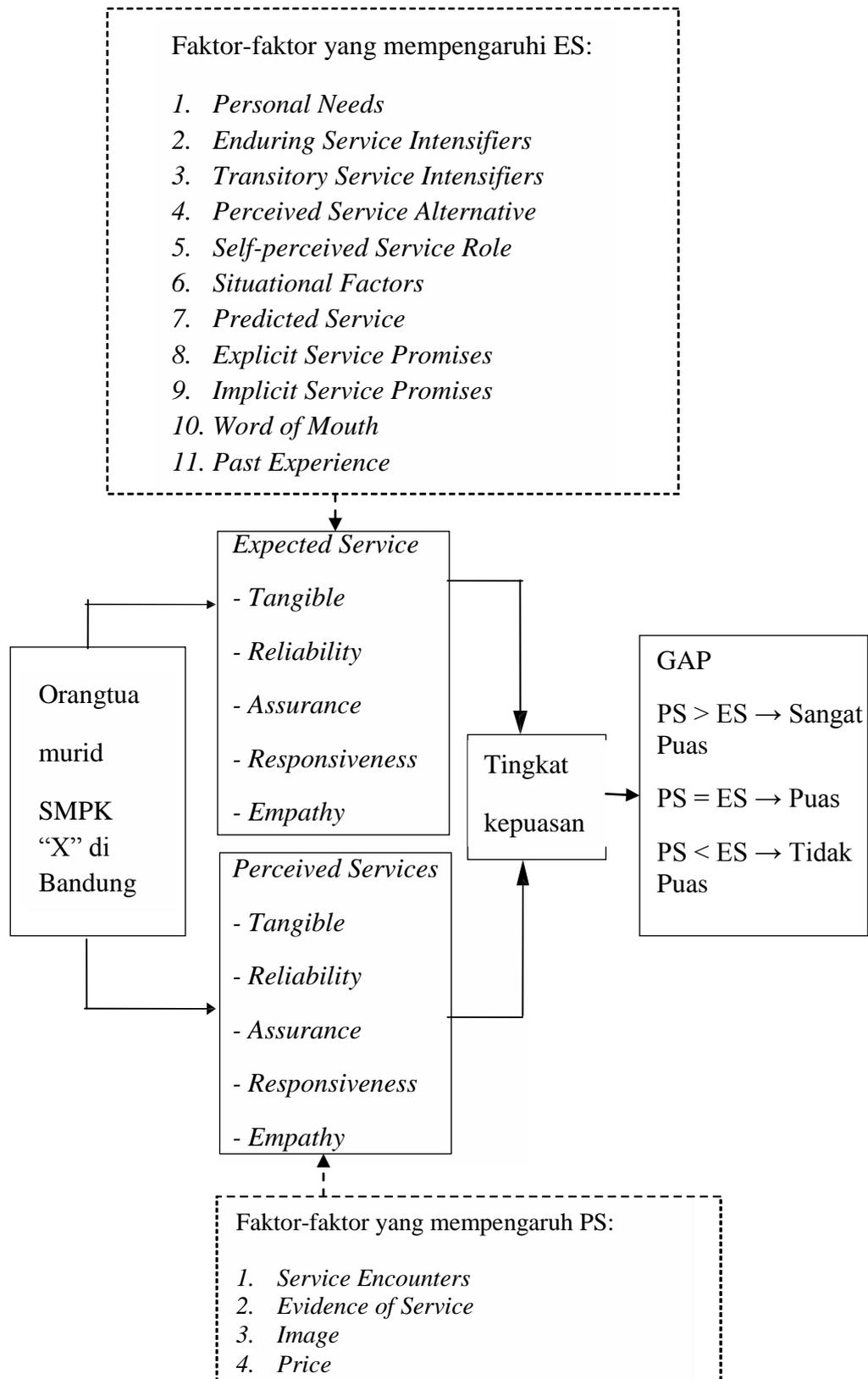
temannya, jika temannya itu memberikan informasi yang positif, maka akan menimbulkan keinginan orangtua untuk menyekolahkan anak mereka di SMP “X” dengan harapan dapat memperoleh pengalaman yang sama dengan orang yang telah memberikan informasi positif tersebut (*expected service*).

Faktor terakhir yang mempengaruhi *expected service* adalah *past experience*, merupakan pengalaman masa lalu orangtua yang mendapatkan kualitas pendidikan yang baik ketika bersekolah di SMP “X”. Hal ini akan menjadi informasi jika orangtua ingin menyekolahkan anak mereka di sekolah yang sama, maka mereka mengharapkan (*expected service*) kualitas pendidikan yang sama pula.

Dari faktor–faktor yang telah dijabarkan di atas maka diketahui bahwa orangtua memiliki harapan (*expected service*) untuk menerima jasa pelayanan pendidikan yang baik di SMP “X” (*perceived service*). Jika pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) lebih tinggi atau lebih rendah dari pada yang diharapkan (*expected service*) maka menimbulkan kesenjangan (*gap*). Jika orangtua merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMP “X” dapat melebihi dari yang diharapkan, maka akan muncul perasaan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh SMP “X” ($perceived\ service > expected\ service$). Perasaan sangat puas tersebut membuat orangtua murid menceritakan kepada orang lain sehingga membuat orang lain tertarik untuk mencoba menggunakan jasa dari SMP “X”.

Jika pelayanan yang diterima orangtua murid sesuai dengan apa yang diharapkan (*perceived service = expected service*), akan muncul perasaan puas, karena kebutuhannya terpenuhi. Kondisi ini belum tentu membuat orangtua menyekolahkan anak mereka di SMP “X”, melainkan hanya sebagai alternatif apabila tidak menemukan penyedia jasa yang lain, yang dianggap memberi pelayanan jasa lebih memuaskan dari SMP “X”.

Perasaan tidak puas terjadi apabila orangtua mengharapkan kualitas pelayanan yang tinggi, namun tidak dapat dipenuhi oleh pihak SMP “X” (*perceived service < expected service*). Orangtua akan merasa kecewa karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapannya yang mungkin orangtua akan berhenti menggunakan jasa SMP “X” jika menemukan penyedia jasa yang lebih baik, dan akan memberikan informasi kepada orangtua lainnya agar tidak menggunakan jasa SMP “X” karena pelayanannya tidak memuaskan, sehingga jumlah murid yang mendaftar di tahun–tahun berikutnya akan semakin berkurang. Di halaman berikutnya merupakan bagan kerangka pikir yang merupakan ringkasan dari penjelasan kerangka pikir di atas.



Bagan 1.5 Rancangan Penelitian

1.6 Asumsi

Berdasarkan uraian di atas, didapat asumsi yaitu:

1. Kepuasan konsumen SMP“X” adalah perbandingan antara pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMP “X”.
2. Pelayanan yang diterima dan dirasakan (*perceived service*) orangtua di SMP “X” dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yaitu : *service encounters, evidence of service, image, price*.
3. Pelayanan yang diharapkan (*expected service*) orangtua di SMP “X” dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yaitu : *personal needs, enduring service intensifiers, temporary service intensifiers, perceived service alternative, self-perceived role, situational factor, predicted service, explicit service promise, implicit service promise, word of mouth, post experience*.
4. Orangtua akan merasa sangat puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) melebihi pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMP “X” dipersepsikan ideal dan memuaskan sehingga kebutuhan orangtua sangat terpenuhi.
5. Orangtua akan merasa puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) sesuai dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMP “X” dipersepsikan netral dan memuaskan sehingga kebutuhan orangtua cukup terpenuhi.

6. Orangtua akan merasa tidak puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) lebih rendah atau tidak sesuai dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh SMP “X” dinilai kurang baik (tidak memuaskan) dan kebutuhan orangtua kurang terpenuhi.