

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini pendidikan merupakan hal yang penting di Indonesia. Mengingat begitu pentingnya pendidikan bagi manusia, banyak ahli-ahli yang melakukan penelitian, pengkajian, percobaan dan berbagai cara lainnya untuk menemukan sebuah metode bagaimana menyelenggarakan pendidikan yang efektif dan efisien. Sehingga dapat menghasilkan manusia-manusia unggul yang memiliki daya saing tinggi sesuai tuntutan jaman yang terus berkembang.

Kondisi ini didukung dengan adanya program-program dari pemerintah dalam membantu pendidikan di Indonesia. Seperti mulai diadakannya program sekolah gratis oleh pemerintah untuk sekolah-sekolah negeri, hal ini dilakukan dengan pertimbangan pendidikan sangat penting untuk memajukan kehidupan bangsa di Indonesia.

Dalam UU RI No. 30 tahun 2003 tentang 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 pendidikannya terdiri atas pendidikan formal (Pendidikan yang terstruktur dan berjenjang), Non formal (dilaksanakan oleh Lembaga non

sekolah), dan Informal (pendidikan dalam keluarga dan lingkungan) yang dapat melengkapi dan memperkaya (pasal 13 UU RI No. 20 tahun 2003). Sekolah formal memiliki tingkat pendidikan yaitu mulai dari TK, SD, SMP, dan SMU. Sedangkan sekolah non formal termasuk di antaranya adalah les-les privat, kursus-kursus, dan termasuk juga *preschool*.

Di daerah Bandung Selatan, pendidikan *preschool* ini sudah mulai menjamur. Hal ini menimbulkan persaingan antar lembaga-lembaga pendidikan *preschool* yang satu dengan yang lain untuk memiliki mutu pelayanan yang tinggi.

Melihat kenyataan yang dipaparkan di atas, maka sudah saatnya para pengelola pendidikan *preschool* mulai memperhatikan segala hal yang dapat meningkatkan kualitas usaha jasa mereka, karena permasalahan yang paling sentral di masa yang akan datang berfokus pada kualitas dan pelayanan jasa kepada konsumen (Zulian Yamit, 2001). Hal ini didukung dengan hasil kuesioner terhadap 10 orang tua di daerah Bandung Selatan yang mengatakan lebih memilih *preschool* yang memiliki fasilitas, kurikulum yang penerapannya dapat dicerna anak usia balita, tingkat pendidikan yang berjenjang, program-program dan pelayanan yang baik bagi anaknya sehingga anaknya dapat terawasi dan mendapatkan pendidikan yang optimal.

Salah satu *prechool* di daerah Bandung Selatan adalah sekolah internasional “X”. Sekolah internasional berbeda dengan sekolah biasa, sekolah internasional menggunakan pembelajaran dari luar negeri dan bahasa yang digunakan adalah bahasa Inggris. Selain itu sekolah internasional ini menggunakan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan sekolah biasa yaitu jumlah murid dalam satu kelas

tidak terlalu banyak dengan perbandingan guru dan murid sebanyak 3 : 8, sehingga murid terawasi dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap Direktur sekolah internasional “X”, beliau menyatakan bahwa sekolah internasional “X” merupakan salah satu lembaga pendidikan *preschool* yang masih baru, namun dalam waktu yang tidak terlalu lama sekolah internasional “X” ini sudah cukup dikenal di daerah Bandung Selatan dan juga menjadi pilihan sebagian banyak orang tua untuk menyekolahkan anaknya. Hal ini terlihat dari awal dibangunnya sekolah ini pada tahun 2004 dengan jumlah murid yang hanya 2 orang, namun pada tahun 2007 jumlah muridnya bertambah hingga 80 orang.

Sekolah internasional “X” ini memiliki visi untuk menjadi lembaga pendidikan anak usia dini yang unggul dalam membentuk generasi yang berkarakter dan berprestasi. Misinya adalah membangun karakter, menggali potensi, menggapai prestasi. Berdasarkan visi dan misi ini tentunya sekolah internasional “X” mengemban tanggung jawab yang berat terutama dalam menghadapi persaingan. Sekolah ini senantiasa dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler,1997), oleh karena itu pengukuran tingkat kepuasan konsumen sangatlah perlu. Dalam bidang pendidikan, orang tua akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai bahkan melebihi apa yang diharapkan.

Sekolah internasional “X” dalam memberikan pelayanan yang baik menyediakan fasilitas-fasilitas dan program-program yang berstandar internasional dengan biaya yang terjangkau. Fasilitas-fasilitas yang ada di sekolah internasional “X” ini adalah *sand pool, ball pool, swimming pool, audio visual room, outdoor playground, indoor playground, motoric playground, little garden, library*. Dengan program-programnya adalah *character building* yaitu kegiatan yang membentuk kepribadian dengan mengajarkan bagaimana cara bersikap dan bertingkah laku, *socialization* yaitu kegiatan bagi murid-murid untuk berbaaur dengan teman-temannya, *creativity*, *language* seperti menggunakan bahasa inggris dalam kegiatan belajar, *story telling* yaitu membacakan cerita bagi anak, *fine motoric skill* seperti belajar menulis, *gross motoric skill* seperti kegiatan bermain palang-palang, *field trip* yaitu kegiatan belajar sambil berwisata, *handycraft club* seperti membuat kerajinan tangan, *cooking club* yaitu kegiatan memasak seperti memasukkan bahan-bahan masakan, *entrepreneur club* yaitu kegiatan murid-murid TK untuk membuat sesuatu yang kemudian dijual kepada orang tua, *lasy* yaitu kegiatan menyusun balok-balok.

Kualitas jasa yang diberikan sekolah internasional “X” ini menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Fandy Tjiptono, 2002, dievaluasi ke dalam lima dimensi besar yaitu : bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf sekolah internasional “X” untuk membantu orang tua dan memberikan pelayanan dengan

tanggap; jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para orang tua. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 10 orang tua murid sekolah internasional “X” berdasarkan kelima dimensi kualitas jasa, dalam dimensi *tangibles* diperoleh 20% orang tua menyatakan kolam renang yang ada kurang luas, 40% menyatakan ruang tunggu bagi orang tua terasa panas, 40% menyatakan program yang diberikan bervariasi.

Dalam dimensi *reliability* staf sekolah internasional “X” 70% orang tua menyatakan pelayanan yang diberikan staf sekolah internasional “X” baik dan memuaskan, 30% menyatakan pelayanan staf administrasi terkadang salah dalam memberikan informasi.

Dalam dimensi *responsiveness* sebanyak 80% orang tua menyatakan staf sekolah internasional “X” segera membantu ketika ada kesulitan dan tanggap jika anak mengalami masalah, 20% menyatakan terkadang pelayanan staf administrasi kurang tanggap terhadap masalah yang dihadapi orang tua.

Dalam dimensi *assurance* yang diberikan sekolah internasional “X”, diperoleh 40% orang tua menyatakan staf-staf sekolah internasional “X” memiliki sikap yang ramah dan sopan, 60% meragukan kemampuan dan pengetahuan staf sekolah internasional “X” dalam bidangnya.

Dalam dimensi *empathy*, diperoleh 40% orang tua merasa mudah untuk melakukan komunikasi dengan guru-guru yang ada, 40% menyatakan staf sekolah internasional “X” kurang memahami kebutuhan orang tua, 20% menyatakan

perhatian yang diberikan staf sekolah internasional “X” cukup baik. Selain itu, beberapa hal yang menjadi kendala bagi perkembangan sekolah internasional “X” saat ini adalah adanya ketidakpuasan dari konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh sekolah internasional “X” yang dapat diketahui dari keluhan – keluhan para orang tua murid mengenai kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Keluhan – keluhan tersebut diketahui dari kuesioner yang disebarakan oleh pihak manajemen sekolah internasional “X”. Keluhan – keluhan tersebut termasuk dalam dimensi-dimensi kualitas pelayanan di sekolah internasional “X”.

Atas dasar uraian di atas, dapat diketahui adanya perbedaan derajat kepuasan orang tua terhadap tiap-tiap dimensi. Karena adanya perbedaan derajat kepuasan dalam tiap-tiap dimensi dan keluhan-keluhan dari orang tua, maka peneliti rasakan perlu untuk melakukan survei mengenai kualitas pelayanan jasa pendidikan di sekolah internasional “X” untuk melihat bagaimanakah kualitas sekolah internasional “X” ini dan hal-hal apa saja yang harus diperbaiki di sekolah internasional “X”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari penelitian ini ingin diketahui tingkat kepuasan orang tua atas kualitas pelayanan jasa pendidikan di sekolah internasional “X” Bandung

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan orang tua terhadap kualitas pelayanan jasa pendidikan di sekolah internasional “X” Bandung.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran secara lebih rinci dan mendalam tentang tingkat kepuasan yang dirasakan oleh orang tua atas pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional “X” Bandung dan mengetahui dimensi pelayanan yang berperan terhadap kepuasan orang tua..

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

- Menambah informasi kajian psikologi dalam bidang psikologi industri tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa pendidikan..
- Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pertimbangan penelitian lain yang berkaitan dengan *Customer Satisfaction* (kepuasan konsumen) pada orang tua

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

- Bagi sekolah internasional “X”, sebagai bahan masukan untuk mengetahui apa yang menjadi harapan dan yang dirasakan oleh orang tua sehubungan dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan.

- Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi bagi sekolah internasional “X” dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada orang tua, sehingga dapat diketahui dimensi kualitas pelayanan mana yang perlu ditingkatkan dan dimensi kualitas pelayanan mana yang harus dipertahankan.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi sekolah internasional “X” mengenai tingkat kepuasan orang tua terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sekolah internasional “X”.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Setiap orang tentunya memiliki kebutuhan, baik terhadap suatu barang atau produk maupun terhadap jasa. Misalnya kebutuhan terhadap makanan, minuman, maupun mendapatkan jasa pendidikan. Setiap orang membutuhkan pendidikan karena pendidikan merupakan proses “pendewasaan” manusia. Demikian orang tua pun memiliki kebutuhan agar anaknya mendapatkan pendidikan yang baik. Kebutuhan ini dapat dilihat dari ungkapan kepuasan bila akibat tertentu tercapai atau kekecewaan bila akibat itu tidak tercapai.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi dari konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen ( Zeithaml, V.A. dalam Mary J. B. Dan Dwayne D. G., 2002). Demikian juga seperti yang diungkapkan oleh Kotler 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 dikaitkan pada satu produk fisik (Kotler, 1997). Tujuan jasa ini adalah untuk mencapai tingkat kualitas pelayanan tertentu, karena erat kaitannya dengan konsumen maka tingkat ini dihubungkan dengan tingkat kepuasan konsumen (Freddy Rangkuti, 2002).

Salah satu jasa ini adalah jasa pendidikan *preschool*. Jasa pendidikan *preschool* ini merupakan jasa yang bergerak di bidang pendidikan anak-anak usia dini. Demikian juga dengan sekolah internasional “X” yang bergerak di jasa pendidikan *preschool*. Sekolah internasional “X” ini memiliki visi untuk menjadi lembaga pendidikan anak usia dini yang unggul dalam membentuk generasi yang berkarakter dan berprestasi. Misinya adalah membangun karakter, menggali potensi, menggapai prestasi. Dengan adanya visi dan misi ini tentunya untuk memuaskan konsumen dalam hal ini orang tua, maka sekolah internasional “X” perlu memperhatikan kualitas jasa pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi atau melebihi harapan orang tua sebagaimana yang telah dijanjikan oleh sekolah internasional “X” melalui brosur-brosur dan gambar-gambar yang ada. Adapun jasa pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional “X” adalah adanya fasilitas *sand pool, swimming pool, ball pool, audio visual room, outdoor and indoor playground, motoric playground, little garden*, program-program seperti *character building, socialization, creativity, language, story telling, fine*

*motoric skill, gross motoric skill, dan field trip.* Tingkat pelayanan yang baik untuk kepuasan konsumen pun tentunya tak luput dari kualitas SDM yang memadai, sehingga sekolah internasional “X” ini pun memiliki guru-guru dan staf yang terlatih di bidangnya agar pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional “X” lebih optimal.

Untuk menilai pelayanan jasa yang diberikan oleh sekolah internasional “X”, tentunya orang tua akan membandingkan antara apa yang diharapkan (*expected service*) dengan kenyataan yang dirasakannya (*perceived service*). Penilaian tinggi rendah kualitas pelayanan jasa bergantung kepada sampai seberapa jauh perbedaan antara harapan orang tua dibandingkan dengan kenyataan yang dirasakan oleh orang tua akan jasa diterimanya. Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan orang tua tentang apa yang akan diterimanya bila membeli suatu jasa, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah kenyataan yang diterima orang tua setelah menikmati jasa yang dibeli (Fandy Tjiptono, 2000). Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang sekolah, tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian orang tua. Karena itu sekolah harus berorientasi pada kepentingan orang tua dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan jasa.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Fandy Tjiptono, 2002, kualitas jasa dapat dievaluasi ke dalam lima dimensi besar, yaitu : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy.*

*Tangibles* (bukti langsung) merupakan dimensi yang mengukur derajat penampilan yang dihubungkan dengan benda fisik yang dapat dilihat, didengar,

dan dipegang yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi di sekolah internasional “x”. Seperti adanya fasilitas *sand pool, swimming pool, ball pool, audio visual room, outdoor and indoor playground, motoric playground, little garden*, ruang kelas yang nyaman, dan gedung yang cukup besar termasuk dalam dimensi ini. Bila orang tua melihat fasilitas-fasilitas yang ada (*perceived service*) tidak sesuai dengan harapannya (*expected service*) maka orang tua akan merasa tidak puas, jika orang tua melihat fasilitas yang ada (*perceived service*) sesuai dengan harapannya (*expected service*) maka orang tua akan merasa biasa-biasa saja atau netral, jika orang tua melihat fasilitas yang ada (*perceived service*) melebihi harapannya (*expected service*) maka orang tua akan merasa puas.

*Reliability* merupakan kemampuan sekolah dan staf sekolah untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang telah dijanjikan dan seberapa besar staf sekolah mampu memberi pelayanan secara akurat. Contohnya adalah pelajaran yang sesuai dengan program pendidikan yang telah dijanjikan, seperti program-program *character building, creativity, story telling, fine motoric skill, gross motoric skill, field trip*. Bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh orang tua ini tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka orang tua akan merasa tidak puas, bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh orang tua sesuai dengan apa yang diharapkan (*expected service*) maka orang tua akan merasa biasa-biasa atau netral, bila program tersebut dirasakan (*perceived service*) oleh orang tua melebihi harapan (*expected service*) orang tua maka orang tua akan merasa puas.

*Responsiveness* merupakan kesiapan staf sekolah untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan cekatan kepada orang tua dan anaknya di dalam memberikan pelayanan. Contohnya adalah ketika ada murid yang sakit di dalam kelas, maka guru sekolah internasional “X” akan segera membawa murid tersebut keluar kelas, memberikan obat dan menghubungi orang tua nya. Bila orang tua merasakan pelayanan yang diberikan guru sekolah internasional “X” (*perceived service*) tidak sesuai seperti yang diharapkan (*expexted service*) maka orang tua akan merasa tidak puas, bila orang tua merasakan pelayanan yang diberikan guru sekolah internasional “X” (*perceived service*) sesuai dengan harapan orang tua (*expected service*) maka orang tua akan merasa biasa-biasa atau netral, bila orang tua merasakan pelayanan yang diberikan guru sekolah internasional “X” (*perceived service*) melebihi harapan orang tua (*expected service*) maka orang tua akan merasa puas.

*Assurance* merupakan jaminan yang diberikan oleh sekolah dalam memberikan pelayanan, pengetahuan dan kesantunan dalam menjawab pertanyaan konsumen serta meyakinkan dalam memberikan pelayanan. Contohnya adalah sekolah internasional “X” memberikan jaminan akan guru-guru yang berkualitas, memiliki pengetahuan, dan pendidikan yang baik. Bila orang tua merasakan jaminan yang diberikan sekolah internasional “X” (*perceived service*) tidak sesuai dengan apa yang diharapkan orang tua (*expexted service*) maka orang tua akan merasa tidak puas, bila orang tua merasakan jaminan yang diberikan sekolah internasional “X” (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan orang tua (*expected service*) maka orang tua akan merasa biasa-biasa atau netral, bila

orang tua merasakan jaminan yang diberikan sekolah internasional “X” (*perceived service*) melebihi apa yang diharapkan orang tua (*expected service*) maka orang tua akan merasa puas.

*Empathy* merupakan kepedulian sekolah dan staf sekolah terhadap konsumen, memberikan perhatian dan waktu pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Contohnya adalah staf guru internasional “X” akan memberi perhatian dan berkomunikasi dengan orang tua di luar jam sekolah mengenai anaknya yang bermasalah di sekolah. Bila orang tua merasakan perhatian yang diberikan staf guru internasional “X” (*perceived service*) tidak sesuai dengan apa yang diharapkan orang tua (*expected service*) maka orang tua akan merasa tidak puas, bila orang tua merasakan perhatian yang diberikan staf guru internasional “X” (*perceived service*) sesuai dengan harapan orang tua (*expected service*) maka orang tua akan merasa biasa-biasa atau netral, bila orang tua merasakan perhatian yang diberikan staf guru internasional “X” (*perceived service*) melebihi harapan orang tua (*expected service*) maka orang tua akan merasa puas.

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang telah disebutkan di atas, harus diolah dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara lembaga pendidikan dan konsumen. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*).

Menurut Zeithaml (2002), ada empat faktor yang mempengaruhi *perceived service* konsumen yaitu : *service encounters, evidence of service, image, price*.

*Service encounters* merupakan momen saat orang tua berinteraksi dengan staf-staf sekolah internasional "X". Contohnya adalah ketika orang tua mendaftarkan anaknya ke sekolah internasional "X", orang tua akan bertemu staf Tata Usaha kemudian akan mengisi formulir pendaftaran sampai akhirnya anaknya terdaftar sebagai murid di sekolah internasional "X". Bila orang tua merasakan pelayanan yang diberikan sekolah internasional "X" baik (*perceived service*) maka orang tua akan merasa puas dan sebaliknya.

*Evidence of service* merupakan bukti dari pelayanan yang diterima oleh orang tua ketika berinteraksi dengan sekolah internasional "X". Contohnya adalah ketika orang tua melihat melalui brosur bahwa gedung sekolah internasional "X" cukup besar maka akan menjadi harapan bagi orang tua (*expectation*) ketika orang tua datang ke sekolah internasional "X" dan terbukti bahwa gedung sekolah internasional "X" cukup besar seperti yang tertera dalam brosur maka orang tua akan merasa puas dan sebaliknya.

*Image* merupakan penilaian yang diberikan oleh orang tua mengenai reputasi sekolah internasional "X" berdasarkan kualitas jasa yang diberikan. Orang tua akan memberikan penilaian yang baik terhadap sekolah internasional "X" bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh sekolah internasional "X".

*Price* merupakan kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan program yang disediakan. Bila orang tua merasa harga yang ditetapkan oleh sekolah internasional "X" (*perceived service*) sesuai dengan fasilitas dan program yang disediakan maka orang tua akan merasa puas demikian sebaliknya.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi *expected service* konsumen ada sebelas, yaitu : *personal needs, enduring service intensifiers, transitory service intensifiers, perceived service alternative, self-perceived service role, situational factor, predicted service, explicit service promise, implicit service promise, word of mouth, past experience.*

*Personal needs* merupakan kebutuhan yang dirasakan orang tua mendasar bagi kesejahteraannya dan menentukan harapannya. Seperti adanya harapan (*expected service*) orang tua agar anaknya dapat menjadi pandai dan memiliki sikap yang baik bila disekolahkan di sekolah internasional "X". Jika orang tua melihat anaknya menjadi semakin pandai dan sikapnya semakin baik maka orang tua akan merasa puas demikian sebaliknya.

*Enduring service intensifiers* merupakan faktor individual yang membuat orang tua menjadi bersikap lebih kritis terhadap pelayanan jasa yang disediakan sekolah internasional "X" baik terhadap dirinya maupun terhadap orang tua lain. Contohnya adalah orang tua akan bersikap kritis dan mengharapkan anaknya akan diawasi dengan baik oleh guru sekolah internasional "X" bila murid lain pun diawasi dengan baik.

*Temporary service intensifiers* merupakan faktor individual yang bersifat sementara yang meningkatkan sensitivitas orang tua terhadap jasa yang diberikan sekolah internasional "X". Faktor ini meliputi : situasi darurat pada saat pelanggan sangat membutuhkan jasa dan ingin penyedia jasa dapat membantunya dan jasa terakhir yang dikonsumsi pelanggan dapat pula menjadi acuannya untuk menentukan baik-buruknya jasa berikutnya. Contohnya adalah ketika sekolah

internasional "X" memberikan jasa pelayanan terakhir seperti tes sidik jari untuk menentukan bakat dan minat anak, bila hasilnya tidak memuaskan maka akan menjadi acuan bagi orang tua untuk menentukan baik-buruknya pelayanan jasa tersebut di kemudian hari.

*Perceived service alternative* merupakan persepsi orang tua terhadap derajat pelayanan sekolah-sekolah internasional lain. Contohnya adalah orang tua akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh sekolah-sekolah internasional lain di daerah Bandung Selatan dengan pelayanan yang diberikan sekolah internasional "X" mana yang lebih sesuai dengan harapannya (*expected service*).

*Self perceived service role* merupakan persepsi orang tua tentang derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi pelayanan jasa yang diberikan sekolah internasional "X". Contohnya adalah ketika diadakan kegiatan *field trip* dengan menggunakan kendaraan dari orang tua murid maka ketika terjadi mobil mogok, maka orang tua tidak akan menimpakan kesalahan kepada sekolah internasional "X" karena pelayanan yang kurang memuaskan.

*Situational factor* merupakan faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa yang diberikan sekolah internasional "X" terhadap orang tua karena hal-hal yang terjadi di luar kendali sekolah internasional "X". Contohnya adalah ketika pelayanan yang diberikan sekolah internasional "X" tidak terlalu memuaskan karena banyak orang tua yang mengantri untuk mendaftarkan anaknya pada tahun ajaran baru, orang tua akan menurunkan tingkat harapan minimal yang akan diterimanya karena orang tua menyadari bahwa hal tersebut ada di luar kendali pihak sekolah internasional "X".

*Predicted service* merupakan tingkat kualitas jasa pelayanan yang dipercaya oleh orang tua layak untuk mereka dapatkan sebagaimana yang dijanjikan oleh sekolah internasional "X". Contohnya adalah orang tua memprediksikan bahwa pelayanan jasa di sekolah internasional "X" akan memuaskan karena staf guru internasional "X" hanya mengawasi satu atau dua murid saja sehingga orang tua akan mengharapkan standar pelayanan jasa pendidikan yang lebih baik dibandingkan sekolah internasional lain yang staf gurunya mengawasi puluhan murid (*expected service*).

*Explicit service promise* merupakan pernyataan yang dibuat oleh sekolah internasional "X" terhadap orang tua baik secara personal maupun non personal. Pernyataan tersebut personal ketika disampaikan oleh pihak sekolah internasional "X" secara langsung kepada orang tua, dan non personal ketika pernyataan tersebut dinyatakan dalam iklan maupun brosur-brosur. Dengan adanya pernyataan-pernyataan atau janji-janji dari sekolah internasional "X" ini maka orang tua akan mengharapkan pelayanan yang sesuai seperti yang dijanjikan oleh sekolah internasional "X" (*expected service*).

*Implicit service promise* merupakan jasa pelayanan yang dijanjikan sekolah internasional "X" yang mengarah pada bagaimana pelayanan tersebut seharusnya. Contohnya dengan biaya dan fasilitas maupun program-program yang lengkap maka orang tua akan mengharapkan kualitas pelayanan yang memuaskan dari sekolah internasional "X" (*expected service*).

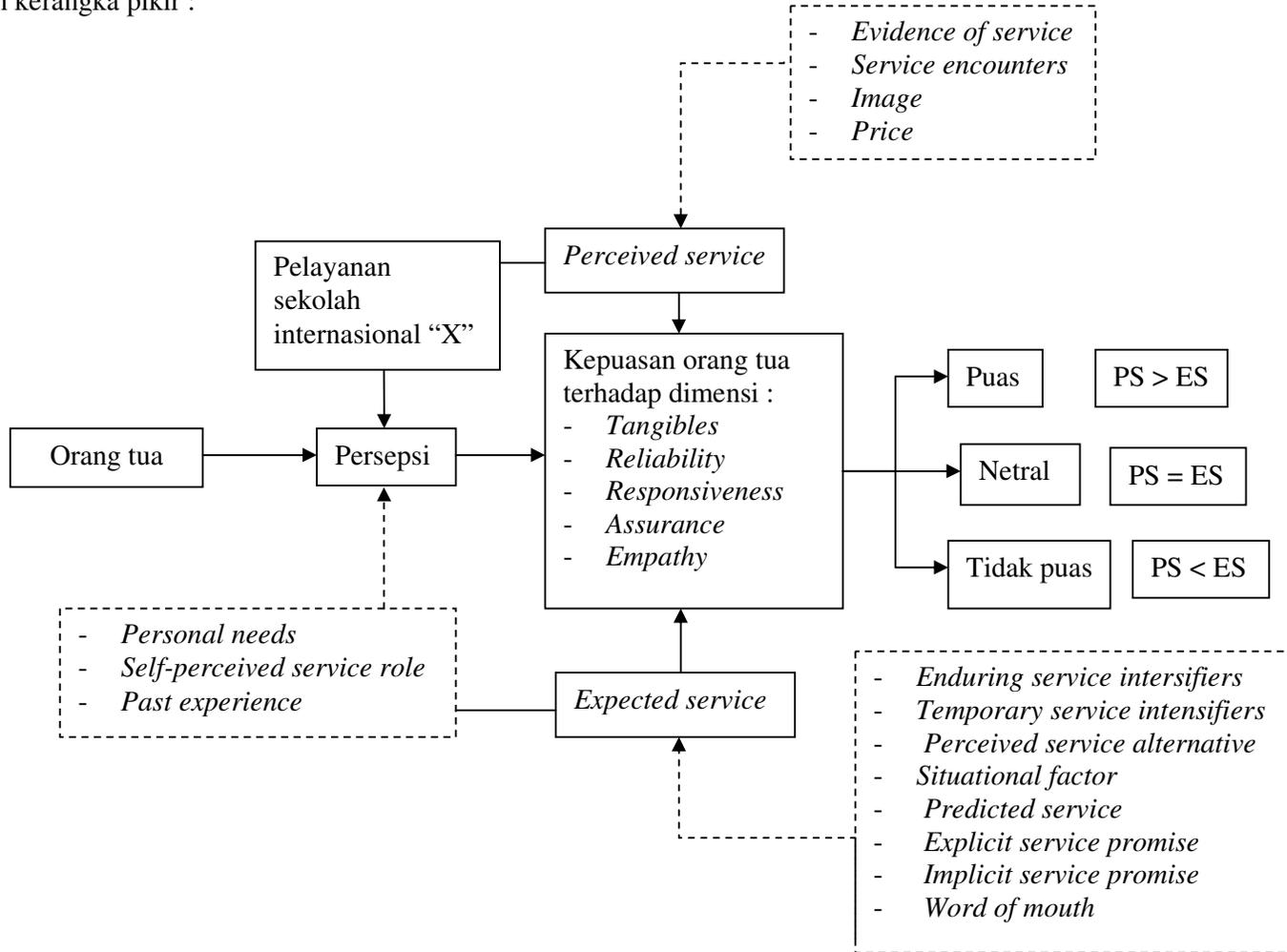
*Word of mouth* merupakan pernyataan yang dikatakan oleh sekelompok orang tua mengenai kualitas jasa yang diterimanya dari sekolah internasional "X"

kepada orang lain. Dengan pernyataan-pernyataan dari orang lain ini maka akan mempengaruhi harapan orang tua dan bagaimana seharusnya pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional "X" (*expected service*).

*Past experience* merupakan pengalaman orang tua di masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui orang tua dari yang pernah diterimanya di masa lalu. Contohnya adalah orang tua yang menyekolahkan anaknya yang pertama di sekolah internasional "X" merasa pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional "X" sesuai dengan harapannya (*expected service*) maka menurut pengalamannya, orang tua ini kemudian menyekolahkan anaknya yang kedua di sekolah internasional "X" juga.

Dari faktor-faktor tersebut di atas maka diketahui bahwa orang tua memiliki harapan (*expected service*) untuk menerima jasa pelayanan pendidikan yang baik dari sekolah internasional "X" (*perceived service*). Jika pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) lebih tinggi atau lebih rendah daripada harapan (*expected service*) maka akan menimbulkan kesenjangan (*gap*). Jika pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) orang tua berada di bawah harapan (*expected service*) maka orang tua akan merasa tidak puas, jika pelayanan yang diberikan (*perceived service*) sesuai harapan (*expected service*) maka orang tua akan merasa pelayanan yang diberikan biasa-biasa saja atau netral, jika pelayanan (*perceived service*) melebihi harapan (*expected service*) maka orang tua akan merasa puas atau senang.

Bagan kerangka pikir :



## 1.6 Asumsi

Berdasarkan uraian di atas, didapatkan asumsi yaitu :

- Kepuasan konsumen sekolah internasional “X” adalah perbandingan antara pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional “X”.
- Pelayanan yang diterima dan dirasakan ( *perceived service* ) orang tua di sekolah internasional “X” dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yaitu : *service encounters, evidence of service, image, price*.
- Pelayanan yang diharapkan ( *expected service* ) orang tua di sekolah internasional “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*.
- Orang tua akan merasa puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) melebihi pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional “X” dipersepsikan ideal dan memuaskan sehingga kebutuhan orang tua sangat terpenuhi.
- Orang tua akan merasa netral jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) sesuai dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional “X” dipersepsikan netral dan memuaskan sehingga kebutuhan orang tua cukup terpenuhi.

- Orang tua akan merasa kurang puas jika pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) lebih rendah atau tidak sesuai dengan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah internasional “X” dinilai kurang baik (tidak memuaskan) dan kebutuhan orang tua kurang terpenuhi.