**Pengaruh Tempat, Bukti Fisik dan Promosi Terhadap Citra Sekolah**

**yang Berdampak pada Keputusan Siswa Memilih**

**Sekolah Menengah Kejuruan Islam Darurrohman Kab. Bekasi**

**ARTIKEL**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

**Pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Pendidikan**

**Oleh :**

**RIZKY ZULIA ANISYA**

**(NPM: 158020082)**

****

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2017**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh tempat, bukti fisik dan promosi terhadap citra sekolah dan dampaknya terhadap keputusan siswa memilih SMK Islam Darurrohman Kab. Bekasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya dibidang pemasaran sekolah. Bagi SMK Islam Darurrohman Kab. Bekasi diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna tentang upaya peningkatan jumlah siswa.

Penelitian dilakukan di SMK Islam Darurrohman Kab. Bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif. Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan metode statistik analisis jalur.

Hasil pengujian penelitian didapatkan bahwa tempat, bukti fisik dan promosi berpengaruh signifikan terhadap citra dan berdampak pada keputusan siswa dengan pengaruh langsung sebesar 45,7%. Pengaruh terbesar adalah aspek bukti fisik dengan pengaruh langsung sebesar 28,6%, sedangkan pengaruh terendah adalah aspek tempat dengan nilai pengaruh langsung sebesar 2%.

Kata kunci : tempat, bukti fisik, promosi, citra, keputusan

ABSTRACT

This study This study is aims to obtain empirical evidence about the influence of place, physical evidence and promotion of school image and its impact on decision of studens choose SMK Islam Darurrohman Kab. Bekasithe results of the study are expected to contribute in the development of management science, especially in the development of management science, especially in the field of school marketing. For SMK Islam Darurrohman Kab. Bekasi is expected this research can provide useful information about effots to increase the student.

The research was conducted in SMK Islam Darurrohman Kab. Bekasi. The research method used is survey method with descriptive research approach and verification. To test the research hypothesis used statistical method of path analysis.

The result of the research test shows that place, physical proof and promotion have a significant effect on image and impact on student decision with direct influence of 45,7%. The greatest influence is the physical evidence with direct influence of 28.6%, while the lowest influence is the place aspect with a direct effect value of 2%.

Keywords: place, physical evidence, promotion, image, decision

# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan dasar untuk mencetak Sumber Daya Manusia yang berkualitas baik dari segi spiritual, emosional, sosial maupun intelektual. Menjadi bangsa yang maju tentu merupakan cita-cita yang ingin dicapai oleh setiap negara di dunia. Sudah menjadi suatu rahasia umum bahwa maju atau tidaknya suatu negara di pengaruhi terutama oleh [faktor pendidikan](http://belajarpsikologi.com/pengertian-pendidikan-menurut-ahli/). Pendidikan merupakan proses mencetak generasi penerus bangsa. Apabila output dari proses pendidikan ini gagal maka sulit dibayangkan bagaimana dapat mencapai kemajuan.

SMK Islam Darurrohman merupakan salah satu penyelenggara pendidikan swasta yang berdiri pada tahun 2006 dengan program keahlian : (1) Teknik Komputer Jaringan(TKJ); dan (2) Akuntansi (Ak) yang masing-masing terakreditasi B dan A pada 23 Desember 2013. Pada juli 2015 dibuka program keahlian baru yaitu, Teknik Sepeda Motor (TSM).

Salah satu faktor berdirinya SMK Islam Darurrohman yaitu dari kalangan masyarakat setempat mengaspirasikan agar mendirikan sekolah tingkat SMK, dengan alasan yang mayoritas satu opini yaitu agar dapat melanjutkan kejenjang SMK yang berlokasi lebih dekat karena pada saat itu lokasi SMK jauh dari lokasi rumah warga dan transportasi pun belum memadai, serta membutuhkan biaya yang cukup tinggi. Namun, setiap tahun ajaran baru selalu ada selisih jumlah siswa yang masuk SMK Islam Darurrohman dari target yang telat ditetapkan.

**1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu :

1. Rendahnya minat siswa terhadap SMK Islam Darurrohman, dibuktikannya dengan jumlah pendaftar menurun dari tahun-tahun sebelumnya dan target penerimaan siswa 3 tahun terakhir tidak tercapai
2. Persaingan antar SMK di Kabupaten Bekasi semakin ketat
3. Akses menuju SMK Islam Darurohman tidak mudah menurut siswa
4. Tidak ada transportasi umum yang melewati SMK Islam Darurrohman
5. SMK Islam Darurrohman tidak melakukan promosi
6. Rendahnya tingkat pemenuhan Bukti Fisik SMK Islam Darurrohman khususnya ruang kelas dan laboratorium/ bengkel kerja siswa
7. Citra SMK Islam Darurrohman khususnya pada ekstrakulikuler belum baik menurut siswa

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di dalam latar belakang, maka permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Tempat SMK Islam Darurrohman menurut siswa
2. Bagaimana Bukti Fisik SMK Islam Darurrohman menurut siswa
3. Bagaimana promosi yang dilakukan SMK Islam Darurrohman menurut siswa
4. Bagaimana citra SMK Darurrohman menurut siswa
5. Bagaimana keputusan siswa memilih SMK Islam Darurrohman
6. Seberapa besar pengaruh tempat, Bukti Fisik dan promosi terhadap citra SMK Islam Darurrohman
7. Seberapa besar pengaruh tempat, Bukti Fisik dan promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah
8. Seberapa besar pengaruh citra sekolah terhadap keputusan siswa memilih sekolah

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengkaji, dan mengetahui :

1. Tempat SMK Islam Darurrohman
2. Bukti Fisik SMK Islam Darurrohman
3. Promosi yang dilakukan SMK Islam Darurrohman
4. Citra SMK Darurrohman
5. Keputusan siswa memilih SMK Islam Darurrohman
6. Besarnya pengaruh tempat, Bukti Fisik dan promosi terhadap citra SMK Islam Darurrohman
7. Besarnya pengaruh tempat, Bukti Fisik dan promosi terhadap keputusan siswa
8. Besarnya pengaruh citra sekolah terhadap keputusan siswa memilih sekolah

## 1.4 Kegunaan Penelitian

1. **Kegunaan Teoritis**

Diharapkan berguna untuk pengembangan dan penerapan ilmu manajemen pemasaran jasa dan dapat lebih memahami masalah secara menyeluruh tentang bauran pemasaran jasa khususnya Tempat, bukti fisik, promosi, citra dan keputusan pembelian dalam pemasaran jasa pendidikan.

1. **Kegunaan Praktis**
2. Bagi Siswa

Untuk memudahkan siswa dalam mengambil keputusan dalam memilih SMK Islam Darurrohman sebagai tempat untuk menempuh pendidikan

1. Bagi Sekolah

Diharapkan dapat memberikan solusi pemecahan masalah bagi SMK Islam Darurrohman. Memberikan kontribusi dalam perbaikan dan pemenuhan kebutuhan siswa, juga dapat meningkatkan citra sekolah sehingga siswa dapat mengambil keputusan untuk memilih SMK Islam Darurrohman sebagai pilihan.

# **BAB II**

# **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

**2.1 Kajian Pustaka**

Menurut Triana Shyta dan Feriyanto,(2015:4) Manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur (mengelola). Manajemen adalah suatu proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.

Menurut Saladin dan Buchory (2010:1) Pemasaran berasal dari kata *Market* (pasar). Pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan tukar-menukar barang. Pasar adalah kumpulan seluruh pembeli yang aktual dan potensial dari suatu poduk. Pengertian pasar secara lebih lengkap adalah semua pelanggan yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu, bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.

Buchari Alma (2013), menyatakan: Citra didefinisikan sebagai kesan yang diperoleh sesuai pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu. Citra dibentuk berdasarkan impresi, berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu untuk mengambil keputusan.

Proses keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012: 188) biasanya melalui lima tahapan, yaitu pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi alternatif (*evaluation of alternative*), keputusan pembelian (*purchase decision*) dan perilaku setelah pembelian (*postpuchase behavior*).

**2.2 Kerangka Pemikiran**

Setiap organisasi memiliki tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Dalam perkembangannya, tujuan dari suatu organisasi tidak hanya memperoleh keuntungan namun juga untuk melakukan aktivitas bisnis secara kontinyu dan terus-menerus. Guna mencapai tujuan tersebut, sebuah organisasi menempuh berbagai macam strategi, diantaranya adalah strategi pemasaran yang merupakan faktor penting karena berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen.

Ada banyak hal yang dipelajari dalam pemasaran terutama bauran pemasaran dan konsumen yang merupakan sasaran dari pemasaran. Sebuah organisasi akan berjalan baik jika dilakukan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan produk yang ditawarkan. Keinginan dan kebutuhan konsumen akan terus berubah, sehingga organisasi harus mengikuti perubahan tersebut dan merancang strategi bauran pemasaran yang tepat.

Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen tersebut membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa. Untuk membuat konsumen mengambil keputusan pembelian, produsen diharapkan dapat memenuhi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen tersebut, yaitu dimensi yang ada pada bauran pemasaran jasa serta bagaimana citra yang ditimbulkan.

**2.3 Hipotesis**

1. Tempat, bukti fisik dan promosi berpengaruh terhadap citra sekolah baik secara simultan maupun parsial

2. Tempat, bukti fisik dan promosi berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih sekolah secara simultan dan parsial

3. Citra berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih sekolah

# **BAB III**

# **METODOLOGI PENELITIAN**

Sesuai tujuan penelitian adalah untuk menganalisis, mengkaji, dan mengetahui: (1) Tempat, Bukti fisik dan Promosi di SMK Islam Darurrohman; (2) Citra SMK Islam Darurrohman**;** (3) Keputusan siswa memilih SMK Islam Darurrohman; (4) Besarnya pengaruh Tempat, Bukti fisik dan promosi terhadap citra sekolah menurut siswa SMK Islam Darurrohman; (5) Besarnya pengaruh Tempat, Bukti fisik dan promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah (6) Besarnya pengaruh citra sekolah terhadap keputusan siswa memilih sekolah, maka digunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan metode teknik analisis deskriptif dan verifikatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran keterkaitan variabel penelitian dan menjawab permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono (2015: 21) bahwa penelitian deskriptif yaitu yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (generalisasi/inferensi).

Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tempat, bukti fisik dan promosi terhadap citra yang berdampak terhadap keputusan siswa berdasarkan data kuantitatif yang disebarkan melalui kuesioner dan nantinya akan dilakukan analisis statistik.

**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Hasil Penelitian**

variabel tempat memiliki pengaruh langsung sebesar 2% pengaruh tidak langsung melalui bukti fisik 1%, pengaruh tidak langsung melalui promosi sebesar 2% dan total pengaruhnya adalah 5%.

Variabel bukti fisik memiliki pengaruh langsung sebesar 21% pengaruh tidak langsung melalui tempat sebesar 1% pengaruh tidak langsung melalui promosi 7,6% dan total pengaruhnya adalah 28,6%.

Variabel promosi melalui pengaruh langsung sebesar 8,9% pengaruh tidak langsung melalui tempat 0,02%, pengaruh tidak langsung melalui bukti fisik 7,6% dan totalnya adalah 16,7%

Total pengaruh secara keseluruhan adalah 45,7% efek faktor lain yang tidak diletiti terhadap citra ditunjukkan nilai Z = ε= 0,543 sebesar 54,3%

**4.2 Pembahasan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari penyebaran angket pada 77 responden mengenai variabel tempat, bukti fisik dan promosi. Pada variabel tempat penilaian siswa secara keseluruhan menilai sudah baik. Hasil perhitungan tersebut berdasarkan daerah interval, variabel tersebut terletak pada daerah interval baik yaitu antara interval 3,4 – 4,2. Variabel bukti fisik berada di interval antara 2,6 – 3,4 yaitu masih kurang. Begitu juga dengan variabel promosi berada di daerah interval 2,6 – 3,2. Oleh karena itu perlu adanya perbaikan yang dilakukan oleh sekolah agar jumlah siswa bertambah dan mencapai target siswa.

Tempat berdirinya sekolah memang sulit dijangkau, bahkan belum ada alat transportasi umum yang melewati sekolah, lokasinya berada didalam gang dan tertutup oleh SDN Sukabudi 01. Namun, berdasarkan hasil olah data, bagi siswa hal tersebut tidak berpengaruh secara signifikan, karena sekolah menyediakan pesantren bagi siswa yang tempat tinggalnya jauh dari sekolah.

Bukti fisik di SMK Islam Darurrohman masih perlu dilakukan pembenahan/perbaikan agar siswa lebih merasa puas terhadap bukti fisik yang disediakan oleh sekolah. Perbaikan perlu dilakukan pada indikator ketersediaan dan kondisi papan tulis, kondisi kelas, kondisi toilet, dan pencahayaan dalam kelas. Khususnya pada toilet, perlu dilakukan penambahan toilet agar toilet terpisah antara putra dan putri, selain itu kondisi toilet harus selalu dalam keadaan bersih dan nyaman. Perbaikan juga perlu dilakukan pada kondisi ruang kelas yang mengalami bocor saat hujan, agar tidak mengganggu proses KBM saat musim hujan tiba.

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh Tempat, Bukti Fisik dan Promosi Terhadap Citra Sekolah yang Berdampak Pada Keputusan Siswa Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Islam Darurrohman Kab. Bekasi”

Beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari studi yang telah dilakukan berkenaan dengan hal tersebut, adalah :

1. Pengaruh langsung variabel tempat terhadap citra sebesar 2%, artinya tempat berpengaruh tidak signifikan terhadap citra sekolah
2. Pengaruh langsung variabel bukti fisik terhadap citra sebesar 28%, artinya bukti fisik berpengaruh terhadap citra sekolah secara signifikan
3. Pengaruh langsung variabel promosi terhadap citra sebesar 16,7%, artinya bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap citra sekolah

**5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis bermaksud memberikan rekomendasi sebagai suatu pertimbangan bagi SMK Islam Darurrohman Kab. Bekasi, sebagai berikut:

1. Bukti Fisik yang ada di SMK Islam Darurrohman perlu adanya perbaikan, terutama pada ruang kelas yang masih mengalami kebocoran saat hujan tiba, sehingga mengganggu berlangsungnya proses KBM. Perbaikan juga perlu dilakukan pada toilet siswa, perlu dilakukan penambahan toilet dan dipisah antara toilet putra dan putri sehingga siswa merasa lebih nyaman. Pada bengkel kerja jurusan TSM perlu dilengkapi peralatan-peralatan yang berteknologi agar pelajaran yang didapat siswa sesuai dengan perkembangan jaman
2. Kegiatan dan sarana promosi yang dilakukan SMK Islam Darurrohman perlu adanya peningkatan, baik dari alat promosi, modifikasi maupun personal selling sehingga tidak terkesan monoton dan membosankan. Berdasarkan data yang didapat sebagian besar siswa masuk SMK Islam Darurrohman karena mendapat informasi dari siswa lain dan alumni, sehingga sekolah perlu mengadakan kegiatan yang melibatkan alumni agar SMK Islam Darurrohman dapat menyampaikan informasi-informasi terbaru dan harapannya dapat menambah jumlah siswa yang masuk ke SMK Islam Darurrohman
3. SMK Islam Darurrohman juga perlu menunjuk pelatih atau pembina khusus yang bisa fokus mengajar ekstrakulikuler yang ada agar dapat berjalan dengan baik, sehingga citra yang ditimbulkan baik

**DAFTAR PUSTAKA**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, 2012. *Pedoman Penulisan Tesis & Sidang Ujian Akhir.* Bandung: Program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan.

Alma, Buchari, 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Penerbit Alfabeta.

Alma, Buchari, Ratih Hurriyati, 2009. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima.* Bandung : Penerbit Alfabeta.

Hurriyati, Ratih, 2005. *Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Penerbit Alfabeta.

Indrawan, Rully& R. Poppy Yaniawati, 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan..* Bandung : Penerbit Refika Aditama.

Jamaluddin Sawaji, Djabir Hamzah dan Idrus Taba, 2011. *Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Sulawesi Selatan.* Vol 3, No. 5 Agustus 2011.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, jilid 2. Jakarta : Penerbit Erlangga

Kotler, Philip *and* Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management.* 15 th *Edition.* Prentice Hall International, New Jersey

Lovelock, Christoper, dan Wright, K, Lauren, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerjemah Agus Widyantoro. Jakarta : Penerbit Indeks.

Lovelock, Christopher, jochen & Jacky, 2012, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi),* penerjemah Dian Wulandari, Jakarta.: Penerbit Erlangga.

Raditya dan Kukuh, 2012. *Pengaruh Promosi Sekolah terhadap Keputusan Siswa dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo.* Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 1, No.1 September 2012.

Sciffman, Leon dan Lesslie Lazar Kanuk, 2007. *Perilaku Konsumen.* Edisi ketujuh. Jakarta : Penerbit PT indeks.

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, 2015. *Strategi Pemasaran.* Jogjakarta : Penerbit Andi.

Ulfah Indah Wati & Budhi Satrio, 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Siswa Memilih SMA Barunawati Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol 4, No. 7 Juli 2015.