

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pendidikan merupakan usaha manusia dalam mengembangkan potensi dan keahlian yang dimiliki melalui tahap – tahap di bidang pendidikan. Pendidikan sangat penting bagi masyarakat agar mampu bersaing di masa globalisasi dan manusia juga harus mampu untuk mengikuti perkembangan zaman pada saat ini. Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 31 ayat (1) menyatakan bahwa setiap warga negara berhak mendapat pendidikan, dan ayat (3) menyatakan bahwa pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa yang diatur dengan undang – undang<sup>2</sup>. Pendidikan memiliki posisi yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas harkat dan martabat sebagai negara yang berdaulat adil dan makmur. Kemajuan suatu bangsa pada era yang akan datang sangat tergantung penuh terhadap kualitas pendidikan generasi muda saat ini.

Untuk menghadapi kompetisi global pada era ini pendidikan yang berkualitas menjadi bekal utama. Suatu bangsa yang maju dan bermartabat dapat diwujudkan melalui peningkatan pendidikan. Dewasa ini pendidikan menghadapi tuntutan yang semakin tinggi dengan berbagai tantangan

---

<sup>2</sup>Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 31 Ayat 1 dan 3

dalam pengelolaan, akuntabilitas serta citra pendidikan di masyarakat luas. Persaingan yang semakin tinggi tersebut hendaknya tidak menjadi suatu kendala bagi pertumbuhan lembaga pendidikan. Salah satu upaya dalam mengembangkan pendidikan dapat dilakukan melalui strategi pemasaran. Dengan menggunakan strategi yang tepat lembaga pendidikan mampu meningkatkan kualitas dan eksistensinya dengan bertambahnya minat siswa yang mendaftar di sekolah tersebut.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih sekolah salah satunya citra sekolah dan promosi. Menurut Kotler dan Keller (2018) keputusan merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya. Dengan kata lain keputusan adalah sebuah pilihan dari beberapa alternatif yang mungkin. Menurut Kotler dan Keller mengemukakan yang dilakukan oleh konsumen pada saat membuat keputusan masuk disekolah adalah : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian yang dilakukan adalah berdasarkan dengan apa yang telah konsumen pertimbangkan sesuai kebutuhan yang mereka inginkan.

Menurut Muhaimin Sutiah (2012) citra didefinisikan sebagai kepercayaan, impresi seseorang terhadap objek tertentu yang dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang tersebut. Citra sekolah merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan siswa untuk memilih masuk sekolah, hal tersebut membuat sekolah terus

mempertahankan dan meningkatkan kualitas sekolah yang telah terbentuk. Kualitas yang dicapai sekolah inilah yang disebut sebagai citra. Sebuah lembaga pendidikan harus membangun citra yang baik dimata masyarakat, sebab dengan citra yang baik tersebut sekolah dapat dengan mudah menarik kepercayaan masyarakat. Citra merupakan suatu kepercayaan, impresi seseorang terhadap objek, orang atau lembaga tertentu yang dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang tersebut. Citra tidak dapat dicetak seperti mencetak barang pabrik, tetapi citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. MA Negeri 3 Jombang adalah lembaga pendidikan yang secara fisik citra yang ditampilkan adalah bernafaskan islam, cerminan pokok yang ditampilkan MA Negeri 3 Jombang adalah islami dan terkenal modern. Ditinjau dari kelembagaan MA Negeri 3 Jombang mempunyai tenaga akademik yang handal dalam pemikiran. Memiliki manajemen yang baik yang mampu menggerakkan seluruh potensi untuk mengembangkan kreativitas civitas akademika, serta memiliki kemampuan antisipatif masa depan yang proaktif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan adanya citra sekolah yang baik diharapkan mampu mempengaruhi keputusan calon siswa dalam memilih sekolah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulan Merdeka Sari, dkk (2015) Dessy Wulan Sari, dkk (2014) Feny Khudrotum Mahnunah (2019) menyatakan bahwa variabel Citra sekolah berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah.

Selain citra sekolah, faktor yang mendorong terciptanya keberhasilan pemasaran adalah promosi, Menurut Rambat Lupiyoadi (2013) Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh lembaga pendidikan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara lembaga pendidikan dan siswa sebagai konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi siswa dalam kegiatan pembelian jasa sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Ratih Hurriyati (2019) Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Adanya promosi dari sekolah merupakan salah satu sumber informasi yang dapat mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih sekolah. Jadi sekolah harus menginformasikan tujuan, aktivitas, dan penawaran program pendidikan kepada pelanggan agar tertarik dengan penawaran yang ditawarkan oleh sekolah. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh MA Negeri 3 Jombang dengan promosi dengan cara menyebarkan brosur, presentasi dari sekolah ke sekolah menengah pertama (SMP) dan memasang banner, spanduk di sekitar kota jombang untuk menarik perhatian siswa dan masyarakat agar tertarik untuk masuk disekolah tersebut. MA Negeri 3 Jombang juga berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi harapan serta kebutuhan para siswa dengan meningkatkan kualitas sekolah, menyediakan fasilitas-fasilitas penunjang pembelajaran dan memiliki sistem kegiatan belajar yang baik. Selain itu MA Negeri 3 Jombang juga memiliki siswa-siswi yang berprestasi

sehingga memperoleh citra sekolah yang baik dimata masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dessy Wulan Sari, dkk (2014) Feny Khudrotum Mahnunah (2019) menyatakan bahwa variabel promosiberpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada beberapa siswa kelas X menunjukkan bahwa siswa memutuskan memilih pendidikan di MA Negeri 3 Jombang ada yang menjawab karna terkenal tingkat kedisiplinannya yang cukup ketat, prestasi-prestasi yang diperoleh siswa diajak olimpiade-olimpiade maupun prestasi non akademik yang pernah diraih siswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra sekolah dapat mempengaruhi keputusan siswa melanjutkan pendidikan ke MA Negeri 3 Jombang.

Namun hal ini tidak seimbang dengan peningkatan jumlah siswa baru yang mendaftar di MA Negeri 3 Jombang yang justru mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Yang mungkin disebabkan karena penerapan strategi promosi yang belum optimal sehingga beberapa masyarakat kurang mendapatkan informasi mengenai biaya maupun fasilitas yang ditawarkan oleh pihak sekolah. Pemanfaatan teknologi yang belum optimal sehingga promosi yang dilakukan belum menjangkau semua kalangan masyarakat. Oleh sebab itu pihak MA Negeri 3 Jombang memiliki pengetahuan lebih mendalam mengenai perkembangan keputusan siswa dalam memilih lembaga pendidikan. agar pihak sekolah dapat meningkatkan jumlah siswa

setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan siswa dalam memilih lembaga pendidikan setiap tahunnya berubah-ubah. Ada banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan dalam sekolah ini salah satunya adalah citra sekolah yang baik serta promosi yang bagus untuk menarik minat siswa.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di MA Negeri 3 Jombang”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh citra sekolah terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang ?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang?
3. Bagaimana pengaruh citra sekolah dan promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh citra sekolah terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

2. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.
3. Mengetahui pengaruh citra sekolah dan promosi terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan, yakni :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung teori yang ada dan menambah ilmu pengetahuan bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lanjutan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi MA Negeri 3 Jombang dapat menambah informasi dan memberikan pengetahuan terhadap MA Negeri 3 Jombang tentang apa yang sesungguhnya menjadi kebutuhan dan keinginan siswa, sehingga dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan citra dan promosi sekolah.
- b. Bagi akademik dapat menambah pengetahuan bagi kalangan akademis, dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan dan referensi dalam meningkatkan citra dan promosi di IAIN KEDIRI. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian dapat digunakan sebagai

salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

### **E. Hipotesis Penelitian**

Pengertian hipotesis menurut Sugiyono merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, dimana penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dapat dikatakan jawaban sementara, karena jawaban yang diberikan harus didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>3</sup> Maka dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

**H<sub>1</sub>** : Citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

**H<sub>0</sub>** : Tidak ada pengaruh citra sekolah yang positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

**H<sub>2</sub>** : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

**H<sub>0</sub>** : Tidak ada pengaruh promosi yang positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

**H<sub>3</sub>** : Citra Sekolah dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Edisi kedua Cetak ke -1*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 99.

**H0** : Tidak ada pengaruh citra sekolah dan promosi yang positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di MA Negeri 3 Jombang.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Citra Sekolah

Menurut Muhaimin menjelaskan citra didefinisikan sebagai kepercayaan, impresi seseorang terhadap objek tertentu yang dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang tersebut. Citra merupakan persepsi seseorang dalam benak pikirannya terhadap suatu objek.<sup>4</sup>

Indikator Citra Sekolah, menurut Prasetyo Citra sebuah lembaga bisa diukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Reputasi Sekolah.
- b. Pilihan program jurusan.
- c. Akreditasi lembaga yang baik.
- d. Tenaga pengajar yang Professional.
- e. Layanan yang berkualitas.<sup>5</sup>

### 2. Promosi

Menurut Ratih Hurriyati Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berkualitasnya suatu produk dan jasa, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan

---

<sup>4</sup>Muhaimin, Sutiah, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), 113.

<sup>5</sup> Prasetyo, Agung. 2018. Pengaruh Citra Lembaga, Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Sma Negeri 1 Sumberrejo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol.1 No.2 : 37-44

tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membeli dan memanfaatkannya. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan atau lembaga yang bersangkutan.<sup>6</sup> Indikator Promosi Menurut Muhammad Adam (2015) menyatakan bahwa indikator promosi yaitu sebagai berikut :

- a. Iklan (Advertising)
- b. Tenaga penjual (Personal Selling)
- c. Promosi Penjualan (Sales Promotion).

### 3. Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler dan Keller keputusan merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya. Dengan kata lain keputusan adalah sebuah pilihan dari beberapa alternatif yang mungkin.<sup>7</sup>

Indikator pengambilan keputusan siswa, menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa indikator pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

---

<sup>6</sup>Ratih Hurriyanti, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, (Alfabeta: Bandung, 2019), 57.

<sup>7</sup>Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 59.

- a. Pengenalan masalah.
- b. Pengumpulan informasi.
- c. Evaluasi alternatif.
- d. Keputusan siswa.
- e. Perilaku pasca pengambilan keputusan

### **G. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Raditya Gusdiandika dan Kukuh Sinduwiatmo dengan judul “Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo” menyatakan bahwa hasil dari uji hipotesis menghasilkan  $t$  hitung sebesar 3,060 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan siswa memilih SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian tersebut adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di MA Negeri 3 Jombang, sampel, tempat penelitian.<sup>8</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dessy Wulansari, Saryadi dan Sendhang Nurseto dengan judul “Pengaruh Citra Merek. Kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa pada lembaga Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta” Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh antara Citra

---

<sup>8</sup>Raditya Gusdiandika dan Kukuh Sinduwiatmo, *Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Keputusan Siswa Dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 1, No 1,(september, 2016), 1-101.

Merek terhadap Keputusan Penggunaan Jasa dimana Nilai t hitung (7,436) > t tabel (1,9860) pada taraf signifikan 5%, dan koefisien determinasi untuk variabel Citra Merek (x1) menyumbang 37,5% terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa dan sisanya 62,5% dijelaskan oleh faktor lain selain variabel Citra Merek. Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa dimana Nilai t hitung (5,542) > t tabel (1,9860) pada taraf signifikan 5%, dan koefisien determinasi untuk variabel Kualitas Pelayanan (x2) menyumbang 25% terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) dan sisanya 75% dijelaskan oleh faktor lain selain variabel Kualitas Pelayanan. Terdapat pengaruh antara Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa dimana Nilai t hitung (6,973) > t tabel (1,9860) pada taraf signifikan 5%, dan koefisien determinasi untuk variabel Promosi (x3) menyumbang 34,6% terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa dan sisanya 65,4% dijelaskan oleh faktor lain selain variabel Promosi. Kesimpulan yang diperoleh adalah antara Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan peneliti tersebut adalah Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di MA Negeri 3 Jombang, sampel, tempat penelitian.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Dessy Wulansari, *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Lembaga Bimbingan Belajar Neutron Yogyakarta*, jurnal ilmu administrasi bisnis, Vol 3. No 4, (2014) 100-112

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Dwi Sakti Hidayat Dan Dewi Shinta Wulandari Lubis dengan judul “Pengaruh Promosi Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan” menyatakan bahwa hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel promosi dan harga mampu menjelaskan keberdayaan terhadap variabel keputusan pembelian, selain itu secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, secara simultan promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian tersebut adalah Pengaruh Citra Sekolah Dan Promosi Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di MA Negeri 3 Jombang , sampel, tempat penelitian.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Ahmad Dwi Sakti Hidayat dan Dewi Shinta Wulandari Lubis, *Pengaruh Promosi Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*, Jurnal Studi Manajemen, Vol 1, No 1,(Juli, 2019), 1.