

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pendidikan pada suatu lembaga swasta sebagai salah satu pendukung sistem nasional, untuk membantu program pemerintah dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, maka penyelenggaraan pendidikan non formal lebih bersifat keterampilan siap pakai dalam menghadapi persaingan dunia pekerjaan yang semakin ketat semakin dibutuhkan oleh masyarakat. Berbagai bentuk pendidikan, misalnya lembaga pendidikan bimbingan belajar pada bidang studi secara umum, lembaga pendidikan komputer, dan lain-lain, sesuai dengan peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 39 Tahun 2002, yang mengatur tentang Peran Serta Masyarakat dalam Sistem Pendidikan Nasional. Seperti yang tercantum dalam Pasal 4 ayat 1 : “Pendirian dan penyelenggaraan satuan pendidikan pada semua jenis pendidikan kecuali pendidikan kedinasan dan semua jenjang dijalur pendidikan sekolah.”

Adanya peraturan tersebut menyebabkan lembaga swasta di Indonesia bersaing untuk mendirikan pendidikan diluar sekolah formal. Penetapan standar nilai kelulusan di sekolah menjadi salah satu alasan siswa untuk mengikuti bimbingan belajar, hal ini menjadikan situasi persaingan bisnis bagi penyedia jasa bimbingan belajar. Banyaknya penyelenggara jasa bimbingan belajar yang sama membuat konsumen atau siswa harus lebih hati- hati dalam menentukan pilihan di mana lembaga pendidikan tersebut harus dapat ia percayai untuk membawa ke arah yang lebih baik lagi. Oleh karena itu suatu lembaga pendidikan harus mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan yang lain. Adanya kelebihan yang dimiliki maka konsumen akan merasa bahwa pelayanan yang telah diberikan berbeda dari pelayanan yang biasa mereka terima.

Kepuasan konsumen penting untuk tetap di pertahankan, untuk itu dibutuhkan strategi pemasaran dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan suatu lembaga akan sangat berpengaruh pada kesetiaan konsumen terhadap lembaga tersebut. Kotler dan Keller

(2007 : 4) menyatakan bahwa, “Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran pada produk dan nilai”.

Prilaku konsumen akan mengalami perubahan seiring dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pendidikan ini, perusahaan yang berwawasan pelanggan akan berusaha memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui proses belajar mengajar sesuai dengan kurikulum yang berlaku dan dilengkapi dengan fasilitas belajar yang optimal. Lembaga pendidikan dalam memberikan pelayanan kepada siswa hendaknya sesuai dengan isi brosur. Pada kenyataannya masih terdapat lembaga pendidikan dalam memberikan pelayanan tidak sesuai dengan isi brosur. Contohnya isi brosur tertulis, “ Fasilitas belajar mengajar yang sudah optimal” pada kenyataannya fasilitas yang tersedia jauh dari harapan siswa. Hal ini dapat membuat konsumen merasa kecewa atau tidak puas atas pelayanan yang diberikan. Lembaga pendidikan perlu memperhatikan pelayanan yang telah diberikan kepada konsumennya, agar konsumen tersebut merasa puas.

Bentuk fisik seperti gedung, peralatan, dan penampilan fisik dari seluruh karyawan merupakan suatu hal yang nyata dan terlihat (*tangible*). Konsumen akan merasa puas jika tempat yang ia peroleh dibimbing belajar itu menarik dan nyaman. Saat konsumen melihat tampilan fisik dari suatu penyedia jasa. Hal ini akan memberikan gambaran kepada mereka bahwa suatu penyedia jasa akan memberikan pelayanan jasa yang

berkualitas. Pada kenyataannya banyak lembaga pendidikan yang belum menggunakan fasilitas belajar mengajar secara optimal, seperti dalam penggunaan media pembelajaran OHP yang tidak dipergunakan secara optimal dalam mengajar, kemudian dalam penataan ruangan belajar agar suasana belajar nyaman. Namun banyak lembaga pendidikan yang belum menata ruang belajarnya agar bersih dan menarik. Seperti kebersihan dinding dan lantai kelas. Hal ini perlu diperhatikan agar siswa dapat lebih berkonsentrasi dalam mengikuti pelajaran

Kehandalan pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, dan dapat memuaskan (*reliability*) dapat dilihat dari mata pelajaran yang diajarkan, jadwal waktu yang tepat serta para pengajar yang disiplin. Konsumen akan merasa sangat puas apabila hal itu dapat terpenuhi sesuai dengan yang telah dijanjikan atau bahkan lebih baik dari yang konsumen harapkan. Pada kenyataannya terdapat lembaga pendidikan yang belum memberikan pelayanan yang handal kepada siswa secara maksimal, hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan siswa dalam menerima materi pelajaran.

Pelayanan yang tanggap dari staf pengajar (*Responsiveness*), sangat diharapkan oleh semua konsumen. Penyedia jasa pendidikan yang tanggap terhadap kebutuhan konsumen akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Salah satunya ketanggapan pengajar/ staf berupa menjawab pertanyaan serta keluhan yang diajukan dari konsumen. Apabila pertanyaan yang mereka ajukan dijawab dengan baik dan dapat diterima tentu saja konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diterima. Pada kenyataannya terdapat lembaga pendidikan yang belum mampu melayani setiap keluhan-keluhan yang diajukan konsumen. Hal ini perlu diperhatikan oleh lembaga pendidikan agar siswa selalu memiliki semangat belajar yang tinggi.

Konsumen akan merasa puas dengan adanya jaminan (*assurance*) bahwa layanan yang mereka terima benar dan dilakukan oleh sumber daya manusia yang berkompeten dibidangnya. Penyedia jasa yang memiliki reputasi baik akan memberikan pelayanan yang berkualitas. Pada kenyataannya terdapat lembaga pendidikan belum memberikan jaminan secara maksimal terhadap pelayanan yang mereka berikan kepada siswa. Masih terdapat Tentor/ Guru yang mengajar tidak sesuai dengan ijazah terakhir, dan saat mengajar Tentor/ Guru tidak menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal ini perlu diperhatikan agar siswa dapat percaya terhadap pelayanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan.

Penyedia jasa pendidikan memberikan kesan yang simpatik kepada konsumennya dan mengenal setiap konsumennya selama proses pemberian jasa berlangsung. Dimensi perhatian (*empaty*) memberikan peluang yang besar bagi penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang baik, serta memahami kebutuhan para konsumen. Perasaan dan sifat yang pribadi sangat berpengaruh dalam empathy ini. Mengenal konsumen selama proses pemberian jasa berlangsung adalah hal yang sangat istimewa bagi konsumen. Simpati yang diberikan dari pihak penyedia jasa pendidikan kepada konsumen yang sebetulnya tidak begitu menjadi harapan utama, justru memberikan kepuasan tersendiri. Pada kenyataannya terdapat lembaga pendidikan yang belum memberikan perhatian yang maksimal kepada siswa. Contohnya Guru tidak mengenal nama-nama siswa dengan baik dan guru tidak selalu memeriksa buku catatan siswa. Hal ini perlu diperhatikan oleh lembaga pendidikan agar siswa merasa diperhatikan dan dapat memotivasi siswa untuk belajar lebih giat.

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh faktor harga. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk dan pelayanan. Harga merupakan

penentu utama pilihan pembeli atau permintaan pasar. Harga jual hasil produk/ jasa suatu lembaga pendidikan merupakan inti dari kegiatan pemasaran yang memberikan kepuasan kepada konsumen (siswa) agar usaha lembaga pendidikan dapat tercapai. Penetapan harga yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menghargai produk/ jasa yang dihasilkannya. Artinya lembaga pendidikan harus membuat harga yang benar-benar sesuai, tidak hanya bagi lembaga pendidikan yang telah mengeluarkan biaya demi menghasilkan produknya, tetapi juga harus sesuai dengan konsumen yang akan membeli dan memanfaatkan produk/ jasa tersebut. Banyak lembaga pendidikan tidak menangani penetapan harga dengan baik, untuk itu sangatlah penting bagi pendiri lembaga pendidikan dalam menetapkan harga yang bisa diterima dan dapat memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen.

Lembaga pendidikan dikatakan berhasil, dapat dilihat dari peningkatan jumlah konsumen yang menggunakan jasanya. Peningkatan tersebut dapat dilihat melalui periode bulan, semester, bahkan tahun. Semakin banyak yang mendaftar, semakin bagus kualitas dan strategi pemasaran lembaga pendidikan tersebut, sehingga dapat membuat konsumen tetap bertahan bahkan ada kemungkinan konsumen tersebut akan mengajak konsumen yang lain.

Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung adalah salah satu penyedia jasa bimbingan belajar yang baru dibuka pada tahun 2009 di Bandar Lampung. Adapun penelitian pendahuluan yang telah dilakukan pada lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung tersebut didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 1. Perkembangan jumlah Siswa pada Program Pendidikan Jenjang Sekolah Dasar (SD) Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Semester Ganjil Tahun 2010/ 2011

Semester	Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa
I	2009/ 2010	165
II	2009/ 2010	102
III	2010/ 2011	104

Sumber : LB Teknos Genius Palapa Bandar Lampung, 2010

Tabel 1. Diatas menjelaskan bahwa jumlah siswa pada Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung mengalami fluktuasi. Pada semester kedua yaitu tahun pelajaran 2009/2010 jumlah siswa mengalami penurunan yang cukup tajam, sedangkan pada semester ke tiga tahun penerimaan 2010/ 2011 jumlah siswa mengalami kenaikan yang tidak signifikan yaitu hanya dua siswa dari bulan sebelumnya.

Penurunan jumlah siswa bimbingan belajar yang terjadi menuntut lembaga pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung untuk lebih memahami suatu kepuasan konsumen, jika tidak segera ditangani hal ini dapat mempengaruhi prestasi dan reputasi lembaga bimbingan tersebut. Kepuasan Konsumen adalah fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas produk tersebut. Jika kinerja produk lebih rendah dari pada harapan konsumen, konsumen pasti akan merasa kecewa, dan sebaliknya. Seringkali lembaga bimbingan belum dapat memberikan kualitas pelayanan seperti yang diharapkan oleh peserta bimbingan.

Kenaikan jumlah siswa yang terjadi pada semester ketiga tahun penerimaan 2010/ 2011 mungkin adalah dampak dari pemahaman Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung mengenai suatu kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh harga. Harga yang ditetapkan oleh Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius cukup bersaing dibandingkan dengan biaya-biaya kursus dari lembaga pendidikan lain. Hal ini dapat dilihat langsung dari jumlah siswa/

siswi yang lebih memilih untuk mendapatkan pelayanan belajar di lembaga bimbingan Teknos Genius.:

Tabel 2. Daftar Biaya Bimbingan Belajar pada Program Pendidikan Sekolah Dasar (SD) Lembaga Pendidikan Teknos Genius :

Program	Semester I		Semester II		Semester III	
	2X / Minggu	3X / Minggu	2X / Minggu	3X / Minggu	2X / Minggu	3X / Minggu
4SD s/d 5SD	Rp.300.000	Rp.450.000	Rp.470.000	Rp.510.000	Rp.720.000	Rp.920.000
6 SD	Rp.300.000	Rp.450.000	Rp.470.000	Rp.510.000	Rp.550.000	Rp.700.000

Sumber : Sumber : LB Teknos Genius Palapa Bandar Lampung, 2010

Tabel 2. Diatas menjelaskan bahwa harga yang ditawarkan oleh Lembaga Bimbingan belajar Teknos Genius cukup bervariasi pada setiap programnya. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan sistem belajar pada setiap program, selain itu juga harga yang ditawarkan oleh LB Teknos Genius mengalami kenaikan yang cukup tajam setiap semesternya.

Menurunnya jumlah siswa pada semester II yang terjadi pada Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2009/ 2010 tersebut diduga tidak adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kepuasan konsumen (siswa yang mengikuti program bimbingan belajar) berkaitan erat dengan beberapa faktor, diantaranya kualitas pelayanan jasa dan harga.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Bimbingan Belajar di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/2011”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian yaitu :

1. Kualitas pelayanan jasa yang belum optimal di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
2. Penyediaan Fasilitas belajar yang belum optimal di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
3. Masih kurangnya perhatian pengajar pada saat siswa berkonsultasi di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
4. Suasana belajar yang belum begitu nyaman di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
5. Adanya ketidak sesuaian pengajar/ tutor dalam mengajar di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
6. Terdapat banyaknya lembaga pendidikan non formal yang sama di dalam satu wilayah Bandar Lampung.
7. Citra nama lembaga pendidikan yang belum dikenal dan masyarakat belum percaya terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun pelajaran 2010/ 2011
8. Harga yang terus meningkat setiap semester di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
9. Penetapan harga yang tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan di Lembaga Pendidikan Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada Kepuasan Konsumen (Y) yang ditinjau dari Kualitas pelayanan Jasa (X₁) dan Harga (X₂) pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.

D. Perumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan jasa dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.

3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2010/ 2011.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk :

1. Secara teoritis dapat digunakan untuk mengembangkan konsep ilmu manajemen jasa yang membahas mengenai kualitas pelayanan jasa dan kepuasan konsumen (siswa).
2. Sebagai suplemen mata pelajaran pengantar bisnis untuk tingkat SMK sampai perguruan tinggi pada sub bahasan memberi pelayanan terhadap konsumen.
3. Sebagai sumber informasi bagi tenaga pengajar untuk dapat profesional dalam mengajar.
4. Sebagai sumber informasi bagi pendiri lembaga pendidikan agar dapat lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen (siswa).

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terbagi atas:

1. Ruang Lingkup Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah seluruh siswa Sekolah Dasar (SD) pada Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung.

2. Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah Kualitas pelayanan jasa, harga dan kepuasan konsumen.

3. Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Bimbingan Belajar Teknos Genius Cabang Palapa Bandar Lampung.

4. Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2010.

5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu pada penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran jasa, terutama dalam bidang jasa pendidikan.