

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang, sangat memperhatikan dan terus mengupayakan peningkatan kualitas SDM, yang salah satunya dilakukan melalui jalur pendidikan. Pendidikan sebagai suatu upaya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa diharapkan mampu memberikan peran dan andil dalam akselerasi pembangunan. Pembangunan bidang pendidikan merupakan bagian tak terpisahkan dari pembangunan nasional, karena memiliki posisi yang sangat strategis, mendasar dan potensial terutama untuk pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM). Oleh karena itu, pendidikan harus mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap pembangunan. Mengingat sangat pentingnya bagi kehidupan, maka pendidikan harus dilaksanakan sebaik-baiknya sehingga memperoleh hasil yang diharapkan. Pendidikan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.

Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan dan atau latihan bagi perannya di masa yang akan datang. Saat ini, dunia pendidikan harus diperlakukan dan dikelola secara professional, karena semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen atau

masyarakat jika dikelola seadanya. Setiap lembaga pendidikan mengetahui bahwa proses pembelajaran di sekolah tidak akan pernah statis, akan tetapi senantiasa dinamis mengikuti kemajuan ilmu dan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat.

Tuntutan persaingan di dunia kerja, membutuhkan SDM yang berkualitas. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas SDM tersebut adalah melalui bidang pendidikan. Strategi kebijakan pemerintah dalam meningkatkan kualitas SDM Indonesia diarahkan pada kemampuan kecakapan/ketrampilan peserta didik. Aspek ini meliputi tingkat Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) hingga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Usaha peningkatan kualitas melalui pendidikan ini sesuai dengan visi Kementerian Pendidikan Nasional 2014 yang tercantum dalam Renstra Kementerian Pendidikan Nasional 2010 – 2014 , yaitu terselenggaranya layanan prima pendidikan nasional untuk membentuk insane Indonesia cerdas komprehensif. Sejalan dengan visi tersebut Direktorat Pembinaan SMK berhasrat pada tahun 2014 mewujudkan visi terselenggaranya layanan prima pendidikan menengah kejuruan untuk membentuk lulusan SMK yang berjiwa wirausaha, cerdas, siap kerja, kompetitif dan memiliki jati diri bangsa, serta mampu mengembangkan keunggulan lokal dan dapat bersaing di pasar global.

Salah satu kebijakan strategis yang disusun dalam rangka memperluas pemerataan dan akses pendidikan adalah memperluas akses terhadap pendidikan di SMK sesuai dengan kebutuhan dan keunggulan lokal. Kebijakan untuk peningkatan

mutu, relevansi, dan daya saing pendidikan dilakukan melalui penguatan program-program antara lain pengembangan sekolah berbasis keunggulan lokal di setiap kabupaten atau kota dalam rangka melaksanakan amanat UU No.20/2003. Peningkatan mutu dan relevansi pendidikan menengah kejuruan dilakukan dengan mengembangkan program studi/jurusan yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja dan juga menjadi minat para siswa. Terkait dengan kondisi tersebut, maka SMK memberikan alternatif solusi dengan memberikan bekal kompetensi. Dengan bekal inilah, siswa diharapkan mampu menghadapi kehidupan dengan lebih baik sebab mempunyai kemampuan untuk bekerja dengan cara menciptakan pekerjaan untuk dirinya dan orang-orang yang ada di sekitarnya.

Peningkatan mutu pendidikan dalam suatu wilayah merupakan bagian dari perencanaan strategis dan arah kebijakan pengembangan atau pembangunan wilayah. Pengembangan wilayah mencakup tiga hal yaitu: SDA, SDM dan teknologi yang sering disebut dengan tiga pilar pengembangan wilayah. Ketiga pilar tersebut merupakan elemen internal wilayah yang saling terkait dan berinteraksi membentuk satu system.dan mencerminkan kinerja dari suatu wilayah.

Kenyataan yang ada, jumlah anak didik yang langsung memasuki dunia kerja lebih banyak daripada anak-anak yang ingin melanjutkan proses pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Menurut (Saroni, 2008:2) bukan karena tidak mampu mengikuti proses pendidikan lebih lanjut, tetapi kondisi kehidupan yang seringkali menjadi alasan utamanya. Disisi lain pihak DU (Dunia Usaha)/DI (Dunia Industri)

kecewa karena anak-anak yang memasuki lapangan pekerjaan tidak mempunyai bekal yang memadai untuk kualifikasi pekerjaan yang diharapkan.

Dari sisi kependudukan 76,48 % adalah angkatan kerja dan bekerja sebanyak 93,75% yang didominasi sebagai pekerja informal 64,63%, dari sebaran tingkat pendidikan ternyata di dominasi oleh lulusan SMP ke bawah 72,34%, lulusan SMA / SMK 21,56% dan Perguruan Tinggi 6,10%. Data dari Biro Statistik Kabupaten Semarang tahun 2013, jumlah anak usia sekolah dari tingkat SD sampai dengan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA, MA dan SMK) rata-rata pertumbuhan usia anak sekolah semenjak tahun 2006-2012 adalah sebesar 0,69 % per tahun. Jumlah anak sekolah yang tertampung di bangku sekolah mulai dari tingkat TK sampai dengan SMA/SMK dan MA selama dua tahun terakhir mencapai sekitar 66 % dari jumlah anak usia sekolah. Sementara sisanya 31% , diduga tidak mampu melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi, atau memasuki dunia kerja baik sebagai karyawan atau berwiraswasta.

Fenomena yang menarik untuk dikaji yaitu terjadi adanya perubahan perilaku lulusan Sekolah Menengah Pertama dalam memilih sekolah ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Minat lulusan SMP untuk melanjutkan ke SMA rata-rata mengalami penurunan sebesar 2% per tahun dan yang melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) rata-rata meningkat sebesar 18 % setiap tahunnya. Semakin tingginya persaingan dunia kerja, tak sedikit orang yang kini lebih memilih sekolah kejuruan. Alasannya, sekolah kejuruan bisa memberikan bekal kecakapan hidup berdasarkan potensi dan kompetensi yang dibutuhkan dunia kerja. Pendidikan

kejuruan adalah jenjang pendidikan menengah yang mengutamakan pengembangan kemampuan siswa untuk melaksanakan jenis pekerjaan tertentu. SMK adalah jenjang pendidikan menengah vokasional pada pendidikan formal di Indonesia setelah lulus Sekolah Menengah Pertama (atau sederajat). SMK ditempuh dalam waktu 3 tahun, mulai dari Kelas 10 sampai Kelas 12, kecuali SMK khusus/tertentu ada yang ditempuh dalam waktu 4 tahun mulai dari Kelas 10 sampai Kelas 13.

Orientasi SMK adalah : (1) Membekali kompetensi/ketrampilan siswa untuk memenuhi kebutuhan pasar kerja di dunia usaha/dunia industry, (2) membekali kompetensi/ketrampilan siswa untuk hidup mandiri mengembangkan wirausaha, menciptakan lapangan kerja, (3) membekali kompetensi/ketrampilan dan kecakapan akademis siswa untuk memberikan peluang melanjutkan ke tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Hal ini berarti siswa sekolah kejuruan dipersiapkan dengan berbagai ketrampilan sesuai dengan bidang yang dipelajarinya.

Lembaga pendidikan perlu memiliki kemampuan dalam pengelolaan untuk menghasilkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja serta memiliki kompetensi. Lulusan harus bisa diterima pasar sehingga akan tercipta adanya keunggulan, sehingga pada akhirnya akan menarik siswa dalam memilih.pengelolaan pengetahuan akan pengelolaan pengetahuan dalam menghasilkan lulusan yang siap kerja dan memiliki kompetensi yang bersaing merupakan tahap awal dalam proses dan aplikasi strategi pemasaran modern. Kondisi tersebut merupakan salah satu daya tarik produk (sekolah) yang perlu dikembangkan (Hamond et al dalam studinya, 2009:3). Mutu proses pembelajaran dan pelayanan di SMK tidak dapat dilepaskan dari peran para

staff pengajar dan administrasi. Mereka merupakan sumber keunggulan dan sekaligus wujud lain dari mutu. Astuti, RD (2011:3) menunjukkan bahwa proses pembelajaran dan pelayanan sangat mempengaruhi minat untuk memilih jurusan yang ada di lembaga pendidikan..

Suatu produk memiliki atribut yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen akan dianggap cocok dan mempengaruhi pengambilan keputusan oleh konsumen. Produk yang sesuai dengan harapan konsumen tentu saja akan lebih memungkinkan untuk direspon dan dibeli. Dalam strategi pemasaran baik itu promosi, penempatan posisi produk, atribut produk serta dalam melakukan pelayanan terhadap para pembeli atau pelanggan (*customer service*) dapat menarik keputusan konsumen.

Keputusan memilih merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang berarti suatu proses yang melibatkan seseorang ataupun suatu kelompok untuk memilih, membeli, menggunakan dan memanfaatkan barang-barang, pelayanan ide ataupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul **“Pengaruh Atribut Produk Dan Customer Service Terhadap Keputusan Siswa Memasuki Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Kelas XI Manajemen Pemasaran (MP) Di SMK Negeri 1 Sipirok”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh atribut produk terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapiro?
2. Adanya pengaruh customer service terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapiro?
3. Adanya pengaruh atribut produk dan customer service terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapiro?
4. Salah satu indikator yang menyebabkan keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapiro adalah pengaruh atribut produk dan customer service yang kurang baik.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu dan keluasan materi, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Atribut Produk Dan Customer Service Terhadap Keputusan siswa memasuki SMK Di SMK Negeri 1 Sapiro”.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah ada pengaruh atribut produk terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapirok?
2. Apakah ada pengaruh customer service terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapirok?
3. Apakah ada pengaruh atribut produk dan customer service terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapirok?

1.5 Tujuan Masalah

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapirok?
2. Untuk mengetahui pengaruh customer service terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapirok?
3. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan customer service terhadap keputusan siswa memasuki SMK di SMK Negeri 1 Sapirok?

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di saat perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan, terutama menyangkut masalah pengaruh atribut produk, customer service terhadap keputusan pelanggan.

2. Bagi Sekolah

Sebagai masukan dan tambahan informasi bagi siswa-siswi SMK Negeri 1 Sipirok dalam proses pembelajaran terutama dalam bidang pemasaran dan dalam hal lainnya.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan referensi kepustakaan dibidang manajemen pemasaran khususnya mengenai atribut produk, customer service terhadap keputusan pelanggan.

4. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi alternatif rujukan bagi peneliti lainnya dengan konsep penelitian yang sejenis.