

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bangsa Indonesia pada saat ini dihadapkan pada era globalisasi yang kompetitif dan perubahan-perubahan yang dinamis. Perubahan-perubahan yang terjadi pada gilirannya akan mempengaruhi tata nilai kehidupan masyarakat yang mungkin sama sekali baru dan berbeda dengan gaya nilai yang sekarang dianut masyarakat.

Pada proses perubahan ini, salah satu institusi sosial dan kultural yang diharapkan dapat berperan besar dalam mengatur irama perubahan tersebut adalah lembaga pendidikan. Madrasah sebagai salah satu lembaga pendidikan bercirikan khas Islam diharapkan dapat menjadi salah satu kekuatan yang dapat memberikan kontribusinya dengan kualitas pelayanan jasa pendidikan yang diharapkan untuk pembentukan kultural Indonesia baru yang berdasarkan pada nilai-nilai transedental. Madrasah mempunyai peranan dalam pembentukan kepribadian, moral dan karakter bangsa Indonesia.

Namun dalam kenyataannya, peranan madrasah terkadang belum memperoleh dukungan dari semua elemen masyarakat. Madrasah terpinggirkan dari persaingan pendidikan dasar dan menengah yang disebabkan oleh semakin pragmatisnya pilihan orang tua dalam melayani pendidikan anaknya. Dugaan sementara tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan (siswa dan orang tua siswa) untuk menyekolahkan anaknya ke madrasah (MI, MTs, MA) cenderung masih rendah dibandingkan ke sekolah-sekolah umum, baik jenjang SD, SLTP, maupun SMU.

Lembaga pendidikan madrasah yang pada masa awal perkembangannya berasal dari, oleh, dan untuk masyarakat ternyata sudah banyak dilupakan oleh masyarakat sendiri. Terutama masyarakat yang tinggal di perkotaan, melihat madrasah sebagai sekolah nomer dua dan merupakan pilihan alternatif kedua untuk menyekolahkan anaknya. Pada kebanyakan masyarakat kota – mungkin terjadi di pedesaan – madrasah bukanlah pilihan terbaik orang tua untuk menyekolahkan anaknya. Banyak madrasah, terutama madrasah swasta yang kesulitan memperoleh siswa baru. Demikian pula madrasah negeri selalu memperoleh input siswa yang kualitas kemampuannya lebih rendah dibandingkan dengan input siswa yang diperoleh sekolah-sekolah umum negeri.

Kenyataan diatas sesungguhnya menggambarkan cenderung masih rendahnya loyalitas dan kesadaran masyarakat (orang tua) terhadap madrasah dibandingkan pada awal perkembangan madrasah yang mendapatkan dukungan dan loyalitas masyarakat, yang dapat dikatakan sebagai lembaga pendidikan model pribumi yang bersandingan dengan pesantren.

Secara kuantitatif madrasah menampung sekitar 20% dari seluruh anak usia sekolah. Apabila persentase ini dihitung dari 27 juta anak usia sekolah, maka lebih dari 5 juta anak usia sekolah tengah menuntut ilmu di madrasah (Yudi, 2005 : 93). Hal ini menggambarkan eksistensi madrasah masih dibawah bayang-bayang lembaga-lembaga pendidikan umum. Begitu juga dengan Madrasah Ibtidaiyah (MI), sebagai salah satu elemen madrasah, eksistensinya hampir sama baik dari jumlah lembaga, rombongan belajar dan jumlah murid. Madrasah Ibtidaiyah yang tersebar di seluruh Propinsi Jawa Barat sebanyak 3235 , yang mencakup Madrasah Ibtidaiyah Negeri dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.1

TABEL 1.1
JUMLAH MADRASAH IBTIDA'YAH DAN SISWA
PADA TAHUN AJARAN 2004/ 2005

No	Kota/ Kabupaten	Jumlah Madrasah	Jumlah Siswa Madrasah	
			Negeri	Swasta
1	Bandung	262	446	6887
2	Bekasi	177	230	4693
3	Bogor	532	519	18926
4	Ciamis	214	787	3766
5	Cianjur	225	306	5636
6	Cirebon	118	568	3829
7	Garut	155	466	3810
8	Indramayu	118	351	2775
9	Karawang	128	258	3312
10	Kota Bandung	60	228	2039
11	Kota Banjar	22	331	407
12	Kota Bekasi	130	95	3562
13	Kota Bogor	57	-	1752
14	Kota Cimahi	12	-	451
15	Kota Cirebon	18	107	748
16	Kota Depok	138	-	5497
17	Kota Sukabumi	27	-	769
18	Kota Tasikmalaya	48	451	1597
19	Kuningan	78	236	1759
20	Majalengka	60	265	971
21	Purwakarta	31	218	673
22	Subang	108	191	1777
23	Sukabumi	282	522	8171
24	Sumedang	50	236	931
25	Tasikmalaya	185	326	4261
	Jumlah	3235	7232	89.001

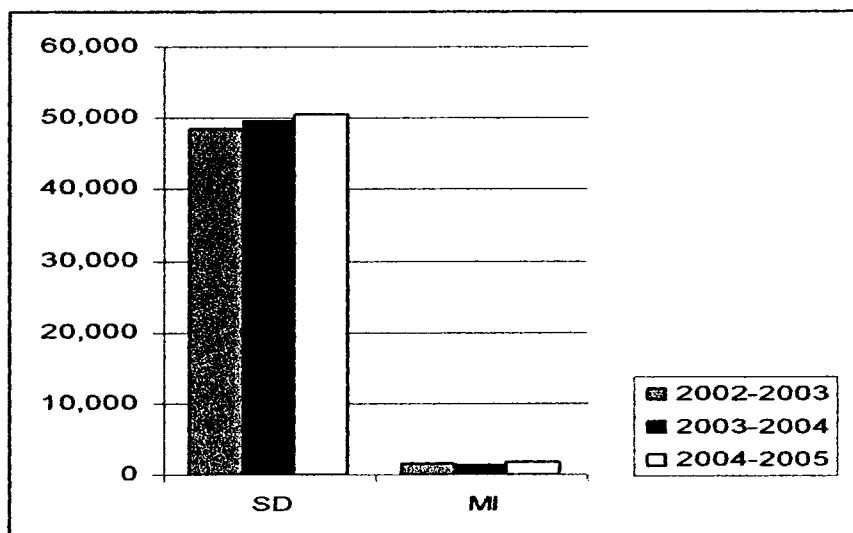
Sumber : Data EMIS 2004-2005

Data pada Tabel 1.1 menggambarkan jumlah siswa yang relatif kecil apabila dibandingkan dengan jumlah madrasah yang tersedia. Meskipun secara kelembagaan madrasah ibtidaiyah memiliki potensi yang cukup besar, tetapi apabila dilihat dari minat dan kepercayaan orang tua untuk memasukkan anaknya ke madrasah ibtidaiyah ternyata cenderung masih lemah.

Kondisi madrasah ibtidaiyah di atas yang ada di Propinsi Jawa Barat , juga terjadi pada madrasah ibtidaiyah yang berada di Kota Cimahi. Dilihat dari aspek

kelembagaan, eksistensi madrasah ibtidaiyah yang ada di Kota Cimahi hanya menempati 11 buah sekolah, sedangkan sekolah dasar mempunyai jumlah yang cukup besar , yaitu 185 buah (sumber Dinas Pendidikan Kota Cimahi, 2006). Seiring dengan jumlah madrasah ibtidaiyah yang sedikit, jumlah siswa pada setiap madrasah ibtidaiyah pun sangat kecil dibandingkan dengan jumlah siswa yang ada di sekolah dasar.

Hal tersebut terlihat pada gambar 1.1 , sekolah dasar mempunyai jumlah siswa yang besar sebanyak 48.332 pada tahun ajaran 2002-2003, dan menunjukkan kecenderungan peningkatan jumlah siswa hingga mencapai 50.405 pada tahun ajaran 2004-2005. Kondisi sebaliknya terjadi pada madrasah ibtidaiyah yang mempunyai jumlah siswa yang sangat kecil, yaitu 1549 siswa pada tahun ajaran 2002-2003, bahkan mengalami penurunan jumlah siswa sebesar 7,7 % pada tahun ajaran 2003-2004.



Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Cimahi (2004 : 53-54)

GAMBAR 1.1
PERKEMBANGAN JUMLAH SISWA SD DAN MI
DI KOTA CIMAHI DARI TAHUN AJARAN 2002/ 2003
SAMPAI 2004/ 2005

Begitu juga dengan minat dan kepercayaan orang tua untuk memanfaatkan jasa pendidikan madrasah ibtidaiyah mengalami kecenderungan yang lemah. Hal ini bisa dilihat pada Tabel 1.2

TABEL 1.2
JUMLAH SISWA MI DI LINGKUNGAN DEPARTEMEN AGAMA
KOTA CIMAH

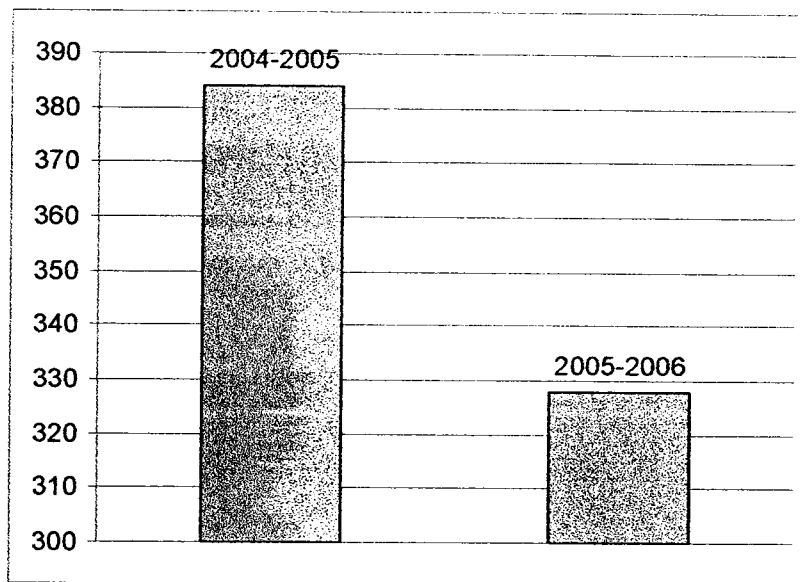
No	Madrasah	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
1	Al-Hidayah	110	109	116	114	121
2	PUI	93	89	127	128	120
3	Miftahul Huda	213	106	85	144	157
4	Nurul Islam	91	88	99	107	105
5	Nurul Falah	104	107	120	126	143
6	Nurul Huda	80	83	84	97	105
7	Al-Farisy	-	-	25	40	48
8	Cimindi I	193	184	197	203	211
9	Cimindi II	145	117	107	120	165
10	Asih Putera	563	518	587	608	583
11	Sadarmanah	134	121	165	198	202

Sumber : diambil dari masing-masing MI, 2006.

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah siswa pada masing-masing madrasah ibtidaiyah di Kota Cimahi dari tahun ajaran 2001-2002 sampai tahun ajaran 2005-2006 cenderung tidak stabil atau ada kecenderungan mengalami kenaikan dan penurunan, kecuali Madrasah Ibtidaiyah Nurul Falah dan Nurul Huda yang menunjukkan kecenderungan kenaikan jumlah siswa, walaupun tidak berarti peningkatannya.

Berkenaan dengan jumlah siswa yang relatif rendah dan kecenderungan tidak stabil pada hampir semua madrasah ibtidaiyah, tidak terlepas dari kecenderungan rendahnya orang tua untuk mendaftarkan anaknya pada setiap awal tahun ajaran seperti terlihat pada gambar 1.2. Gambar itu menunjukkan adanya penurunan

pendaftaran siswa baru kelas 1 pada tahun ajaran 2005-2006 dibandingkan pada tahun ajaran 2004-2005.



Sumber : Departemen Agama Kota Cimahi (2006), diolah.

GAMBAR 1.2.
PERKEMBANGAN PENERIMAAN SISWA BARU MADRASAH
IBTIDAIYAH TAHUN AJARAN 2004/2005 DAN 2005/2006

Mencermati dinamika madrasah ibtidaiyah di Kota Cimahi, fenomena yang muncul memberikan indikasi masih adanya kesenjangan yang nyata antara apa yang harus diperankan oleh madrasah ibtidaiyah yang seharusnya sebagaimana yang tertuang dalam visi dan misi madrasah dengan kenyataan yang terjadi.

Visi dan misi madrasah ingin menjadikan madrasah masa depan yang populis, islami, berkualitas dan menjadi pilihan umat dan mempunyai misi untuk pemberdayaan dan pencerahan. Visi dan misi madrasah dengan jelas mengharapkan madrasah sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai peran dalam pembentukan generasi yang tercerahkan, sehingga menjadi pilihan utama umat untuk menyekolahkan anaknya. Peran ini akan berjalan positif bila madrasah ditempatkan

pada posisi searah dengan cita-cita sosial yang diinginkan masyarakat dan mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat.

Apabila dilihat dari sejarah madrasah, kebanyakan madrasah dibangun oleh individu atau masyarakat muslim sebagai wujud panggilan dan kesadaran agama (Mulyasa, 2004 : 11). Sebagian besar madrasah bermula dari prakarsa masyarakat. Masyarakat memiliki hasrat yang kuat untuk berperan serta dalam pendidikan dengan melahirkan madrasah-madrasah. Hal ini menyatakan bahwa madrasah memiliki akar yang kuat dalam masyarakat, artinya rasa memiliki (*sense belongingness*) masyarakat terhadap madrasah sangat kuat (Dedi, 2005 : 37-18), namun perkembangan selanjutnya, terjadi kesenjangan antara madrasah dengan masyarakat (Mulyasa, 2004 : 65). Peran serta masyarakat khususnya orang tua dalam penyelenggaraan pendidikan di madrasah hanya sebatas bersifat dukungan input (dana), bukan pada proses pendidikan madrasah (A. Majid, 2005 : 76). Bahkan pada saat ini madrasah memiliki stigma sebagai sekolah nomor dua dan ternyata sudah banyak dilupakan oleh masyarakat sendiri (Syaiful, 2004 : 111).

Sebagai salah satu madrasah di bawah Departemen Agama, madrasah ibtidaiyah mempunyai peran, arah dan tujuan yang sama dengan madrasah tsanawiyah dan madrasah aliyah untuk dapat mengantarkan peserta didik menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa, berakhlak mulia, berkepribadian, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, serta mampu mengaktualisasikan diri dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Namun demikian, arah dan tujuan yang baik tersebut belum mampu menggerakkan masyarakat untuk memanfaatkan jasa pendidikan yang diberikan oleh Madrasah Ibtidaiyah.



Kondisi penciptaan eksistensi madrasah di tengah-tengah masyarakat memberikan implikasi terhadap loyalitas masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak ke madrasah ibtidaiyah cenderung rendah, terutama pada masyarakat perkotaan. Harapan Departemen Agama membentuk *madrasah minded* dengan *tagline*-nya “**Madrasah Yes !!**” di kalangan orang tua belum berhasil menggerakkan orang tua menjadikan madrasah ibtidaiyah sebagai pilihan utama dalam memilih jasa pendidikan bagi anaknya.

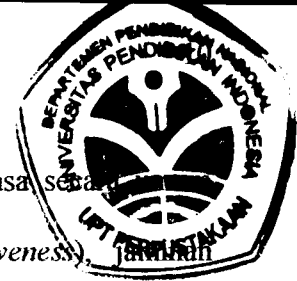
Berkenaan dengan rendahnya loyalitas siswa terhadap madrasah ibtidaiyah diduga tidak terlepas dari nilai pelanggan (*customer value*) yang diberikan oleh madrasah ibtidaiyah yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, manfaat yang diterima relatif lebih kecil dibandingkan dengan pengorbanannya, terutama manfaat citra dan pelayanan.

Madrasah yang memberikan manfaat jasa pendidikan yang lebih besar daripada pengorbanan akan memberikan nilai (*value*) bagi pelanggan. Nilai pelanggan (*customer value*) merupakan evaluasi calon pelanggan dari manfaat dan pengorbanan yang terjadi apabila pelanggan menggunakan suatu barang atau jasa memenuhi kebutuhan mereka (Tjiptono, 2004 ; Kotler, 2006). Menurut Drucker (Kotler *et al .*, 2000 : 47), “para pelanggan akan menilai penawaran mana yang akan memberikan nilai tertinggi”. Orang tua menginginkan nilai maksimal yang diberikan oleh madrasah, dengan dibatasi oleh biaya pencarian serta pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas. Orang tua membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu. Pada kenyataannya, suatu penawaran yang memenuhi harapan akan nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan dan kemungkinan orang tua untuk kembali menyekolahkan anak lainnya ke madrasah tersebut atau

merekomendasikan kepada orang lain untuk menyekolahkan anak ke madrasah tersebut. Orang tua/ siswa yang tidak puas dapat berpindah ke madrasah atau sekolah lain. Apabila hal ini terjadi akan mempengaruhi profitabilitas madrasah, bahkan madrasah tersebut harus mengeluarkan sumber daya untuk mendapatkan siswa baru, sehingga sudah menjadi suatu keharusan bagi madrasah untuk dapat memberikan kualitas jasa yang terbaik untuk menciptakan nilai pelanggan yang maksimal dalam mempertahankan pelanggannya.

Madrasah ibtidaiyah merupakan lembaga pendidikan modern yang dikembangkan untuk membantu keluarga dan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pendidikan. Madrasah diharapkan dapat menyediakan jasa pendidikan yang tidak dapat dilakukan oleh keluarga dan masyarakat. Keluarga dan masyarakat menaruh harapan kepada madrasah agar generasi mudanya dapat memiliki kemampuan-kemampuan yang dibutuhkan dalam menjalani kehidupan sebagai anggota masyarakat. Inilah yang secara umum dipersepsi oleh masyarakat sebagai fungsi madrasah dalam memberikan kualitas jasa pendidikannya.

Pada dasarnya pendidikan merupakan suatu jasa yang disediakan oleh madrasah untuk memuaskan kebutuhan siswa. Berbagai atribut kualitas jasa seperti *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible* yang melekat pada jasa pendidikan hanya akan menghasilkan nilai (*value*) apabila atribut tersebut menghasilkan manfaat bagi siswa. Berdasarkan hal tersebut maka atribut-atribut kualitas jasa yang diciptakan dan melekat dalam jasa pendidikan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan siswa dan pada akhirnya dimaksudkan untuk dapat menghasilkan kepuasan bagi siswa, termasuk orang tua.



Didalam usaha jasa, termasuk jasa pendidikan, kualitas jasa secara umum dapat diukur dalam bentuk keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti langsung (*tangibles*) (Lovelock & Wright, 2005 : 98-99). Penggunaan model ideal kualitas pelayanan ini sebagai acuan analisis, masalah ini semakin menarik untuk diteliti. Ada usaha madrasah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, tapi usaha yang tampak saat ini baru merupakan penggalian dan pengembangan sumber daya yang ada, belum sampai pada perbaikan kualitas pelayanan sebagaimana yang diharapkan.

Secara umum madrasah ibtidaiyah yang ada di lingkungan Departemen Agama Kota dihadapkan pada permasalahan yang sama. Selama ini madrasah ibtidaiyah mendapat hambatan dalam upaya memberikan kualitas jasa pendidikan kepada peserta didik dan orang tua serta menjaga loyalitas siswa untuk tetap memilih atau bertahan pada lembaga pendidikan tersebut.

Jika kondisi tersebut terus berlangsung, maka dikhawatirkan nilai pelanggan yang diberikan oleh madrasah akan terus menurun, yang pada akhirnya akan mempengaruhi loyalitas siswa terhadap madrasah ibtidaiyah. Sehingga senantiasa memunculkan masalah dasar yaitu adanya kesenjangan antara jumlah peminat yang mendaftar dengan jumlah yang diharapkan oleh madrasah.

Berdasarkan keseluruhan paparan di atas, dapat dikemukakan arah penelitian yang secara ringkas dirumuskan dalam tema sentral sebagai berikut :

Loyalitas siswa terhadap madrasah ibtidaiyah (MI) di kota Cimahi sampai sekarang masih rendah. Rendahnya loyalitas siswa secara umum dipengaruhi oleh nilai pelanggan. Jika nilai pelanggan yang diterima siswa itu dibiarkan rendah, maka eksistensi madrasah ibtidaiyah tidak akan bisa bersaing dengan sekolah umum dan akan mengganggu keberlangsungan madrasah ibtidaiyah, karena ditinggalkan oleh masyarakat. Oleh sebab itu, madrasah perlu melakukan upaya meningkatkan kualitas jasa yang meliputi dimensi keandalan

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti langsung (*tangibles*).

Atas dasar tema sentral di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih mendalam dengan judul “Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan dan Implikasinya Pada Loyalitas Siswa”.

1.2 Perumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang penelitian sebagaimana telah dipaparkan dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- (1) Bagaimana gambaran kualitas jasa pada madrasah ibtida'iyah
- (2) Bagaimana gambaran nilai pelanggan madrasah ibtida'iyah
- (3) Bagaimana gambaran loyalitas siswa terhadap madrasah ibtida'iyah.
- (4) Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap nilai pelanggan dan implikasinya pada loyalitas siswa madrasah ibtida'iyah

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalahnya, tujuan penelitian ini untuk :

- (1) Mengetahui gambaran kualitas jasa pada madrasah ibtidaiyah
- (2) Mengetahui gambaran nilai pelanggan pada madrasah ibtidaiyah
- (3) Mengetahui gambaran loyalitas siswa pada madrasah ibtidaiyah
- (4) Menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap nilai pelanggan dan implikasinya pada loyalitas siswa madrasah ibti'daiyah.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan konseptual bagi pengembangan ilmu dan penelitian dalam bidang disiplin ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran jasa terutama berkenaan dengan :

- a. Kualitas jasa, nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam dunia pendidikan
- b. Pemahaman dan persepsi anak terhadap determinan kualitas jasa pendidikan, nilai pelanggan, serta loyalitas pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada Departemen Agama Kota Cimahi sebagai pembina dan pengawas madrasah ibtidaiyah dalam upaya untuk :

- a. Menentukan kebijakan dan program pembinaan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan madrasah, khususnya madrasah ibtidaiyah.
- b. Pembinaan lingkungan internal madrasah ibtidaiyah yang mampu memberikan dukungan untuk mencapai peningkatan kualitas pelayanan jasa pendidikan dalam mencapai nilai pelanggan positif dan loyalitas pelanggan.

