

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Pendidikan merupakan proses pendewasaan manusia, dimana terjadinya proses pentransferan ilmu dan pengetahuan yang dilakukan oleh orang dewasa terhadap anak. Pendidikan mempunyai peran yang sangat strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan upaya mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia dalam mewujudkan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Pemerintah merumuskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menjelaskan bahwa pendidikan dilakukan agar mendapatkan tujuan yang diharapkan bersama yaitu:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Berdasarkan fungsi pendidikan nasional tersebut, maka sangat diperlukan penyelenggaraan pendidikan bagi semua warga Indonesia untuk dapat mengenyam pendidikan sesuai dengan usia sekolahnya masing-masing.

Dalam Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional dijelaskan bahwa struktur pendidikan di Indonesia terbagi berdasarkan jalur, jenjang,

dan jenis pendidikan. Dimana semua bagian tersebut berfungsi saling melengkapi dan memperkaya pendidikan di Indonesia. Menurut jalurnya pendidikan terbagi menjadi pendidikan formal, non formal dan informal. Dimana penyelenggaraan pendidikan bagi pendidikan formal disebut satuan pendidikan, yang salah satunya adalah sekolah. Sedangkan menurut jenjangnya pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Pendidikan dasar berbentuk Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) atau bentuk lain yang sederajat serta Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs), atau bentuk lain yang sederajat. Dalam masing-masing tingkatan pendidikan formal tersebut juga masih terbagi kedalam beberapa naungan atau penanggung jawab pelaksana, diantaranya seperti sekolah maupun madrasah negeri dilaksanakan oleh pemerintah sedangkan sekolah maupun madrasah yang swasta dilaksanakan oleh yayasan. Namun keduanya pun dapat tetap dijadikan tempat untuk memperoleh pendidikan tanpa harus mengenyampingkan satu sama lain.

Bekal pendidikan agama tampaknya masih menjadi pertimbangan utama bagi orangtua dalam menyekolahkan anak-anaknya. Sekolah negeri yang terlalu umum dan plural dianggap kurang bisa mengakomodasi pendidikan agama terutama bagi anak-anak di Sekolah Dasar.

Meski saat ini tengah ramai digembar-gemborkan sekolah gratis di sekolah negeri, sebagian orangtua ternyata tetap memilih sekolah swasta sebagai tempat menimba ilmu bagi anak-anaknya karena alasan tersebut. Seperti yang

diinformasikan dalam surat kabar online (Kompas.com, Senin 13/7), disebutkan bahwa:

Ahmad Budiarno, seorang pegawai swasta, lebih memilih menyekolahkan anaknya di sekolah swasta dibandingkan di sekolah negeri. Ahmad memilih menyekolahkan anaknya, Robin Fauzi, di SD As-syafi'iyah.

Ungkap Ahmad kepada Kompas.com "Saya kan bekerja, jadi waktu untuk mendidik anak itu kurang. Saya pilih sekolah ini karena pendidikan agamanya lebih baik daripada sekolah negeri,".

Hal senada disampaikan Iwan, ayah dari Fanny yang duduk di kelas III SD As-syafi'iyah Bekasi. "Di sini anak saya dapat bekal agama yang lebih kuat karena ada ekstrakurikuler bermuatan agama. Anak saya di sini ikut kelas Iqro," kata Iwan.

Semakin hari keberadaan Sekolah Dasar maupun Madrasah Ibtidaiyah Swasta mulai bertambah dan semakin bersaing, baik dengan sesama yang berstatus swasta maupun dengan yang berstatus Negeri.

Sekolah Dasar maupun Madrasah Ibtidaiyah negeri, paling tidak telah mendapatkan jaminan keberlangsungan sekolahnya karena pemerintah langsung yang bertanggung jawab terhadap SD dan MI negeri. Berbeda dengan SD dan MI swasta yang berada di naungan yayasan, sehingga strategi dalam manajemen sekolahnya pun harus lebih ekstra daripada SD dan MI negeri. Maka SD maupun MI swasta dalam hal ini harus mampu berada sejajar ataupun melebihi SD maupun MI negeri dalam manajemen maupun keberadaannya bagi masyarakat para calon pelanggan pendidikan terutama orang tua calon siswa.

Berdasarkan keadaan tersebut maka SD/MI swasta harus tetap menunjukkan eksistensinya di masyarakat, walaupun SD/MI swasta hanya berada dalam naungan yayasan. Salah satu yang dapat dilakukan oleh SD/MI swasta dalam mempertahankan

konsumen/pelanggan pendidikan di sekolah/madrasahya tersebut ialah dengan tetap melakukan pemasaran jasa pendidikan atau memasarkan masing-masing Sekolah/madrasahya.

Menurut Payne (Ratih hurriyati, 2010:42) mengemukakan bahwa :

Pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan demikian manajemen pemasaran jasa merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar.

Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa organisasi, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan para pesaing. Untuk keberhasilan suatu lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan *needs* dan *wants* pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran atau *marketing mix*. Kotler et al (Buchari Alma, 2003:113) menyatakan "*Marketing mix as a set of controllable, tectical marketing tools that the firm blends to produce the result it wants in the target market*". Dan yang menjadi permasalahan disini adalah bagaimana masing-masing sekolah maupun madrasah melakukan strategi bauran pemasaran pendidikan terhadap sekolah/madrasahya sehingga dapat mempertahankan konsumen/pelanggan pendidikan di masing-masing satuan pendidikan tersebut. Mengingat kedua bentuk satuan pendidikan tersebut merujuk kepada dua lembaga yang berbeda. Walaupun SD maupun MI swasta tidak secara langsung dikelola oleh Dinas Pendidikan (untuk SD)

dan Departemen Agama (untuk MI), namun kedua bentuk satuan pendidikan tersebut harus tetap merujuk kepada kedua Lembaga yang tersebut.

Konsep pemasaran pendidikan dewasa ini memang telah berevolusi menjadi sebuah kajian yang lebih dewasa. Beberapa sekolah di Jakarta dan Bekasi, misalnya, telah mempekerjakan karyawan khusus di bidang marketing.

Inovasi pemasaran lembaga pendidikan (sekolah/madrasah) memang lagi kreatif-kreatifnya. Panitia penerimaan siswa baru tidak hanya difungsikan sekadar mengurus hal administrasi dan seleksi ketat semata, namun mereka diefektifkan jauh-jauh hari sebelum tahun ajaran baru untuk mengedukasi dan melakukan kampanye terhadap target-targetnya (calon siswa potensial). Dalam hal ini, tentunya mereka awali dengan melakukan riset mengenai *trend* masyarakat konsumen pendidikan. Dan pada tahap selanjutnya adalah berinovasi untuk mengedukasi pasar dan menghasilkan input yang sesuai standar target yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kini sekolah-sekolah memang harus lebih aktif untuk menggaet input-input yang berkualitas. Hal ini dalam rangka kompetisi tadi. Tidak heran jika pilihan berinovasi dengan memajukan waktu perekrutan calon siswa dan membuka jalur khusus siswa berprestasi, menjadi strategi baru bagi sekolah-sekolah sekelas Al Azhar, dalam konteks pemasaran lembaganya.

Berkaitan dengan hal diatas, selanjutnya penelitian ini akan meneliti hal-hal yang berkaitan dengan bauran pemasaran jasa pendidikan di Sekolah Dasar maupun di Madrasah Ibtidaiyah, sehingga judul yang akan penulis tetapkan adalah : “Studi Komparatif bauran pemasaran jasa pendidikan pada tingkat Sekolah Dasar dan

Madrasah Ibtidaiyah (Study deskriptif di Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi)”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah digunakan sebagai tahapan dalam membatasi masalah yang akan dibahas atau ditemukan jawabannya dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka beberapa pertanyaan yang dijadikan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimanakah bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di Sekolah Dasar Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi ?
- b. Bagaimanakah bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi?
- c. Apakah terdapat perbedaan bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dalam penelitian ini terdapat dua tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti. Tujuan tersebut terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus.

1. Tujuan umum

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara jelas dan menyeluruh, serta mendapatkan informasi mengenai bauran

pemasaran jasa pendidikan pada tingkat Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi.

2. Tujuan khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini yaitu:

- a. Mengetahui bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di Sekolah Dasar Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi.
- b. Mengetahui bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi.
- c. Mengetahui terdapat atau tidaknya perbedaan bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang hendak didapatkan dalam melakukan penelitian ini diantaranya ialah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum tentang perbedaan bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berarti bagi sekolah/Madrasah dalam mengoptimalkan bauran pemasaran jasa pendidikan pada tingkat sekolah dasar, baik Sekolah Dasar Swasta maupun Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang ilmu administrasi pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan bauran pemasaran jasa pendidikan.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan disiplin ilmu administrasi pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan bauran pemasaran jasa pendidikan.
5. Bagi dunia pendidikan pada umumnya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau masukan bagi efektifitas dalam melakukan bauran pemasaran jasa pendidikan.

E. Hipotesis Penelitian

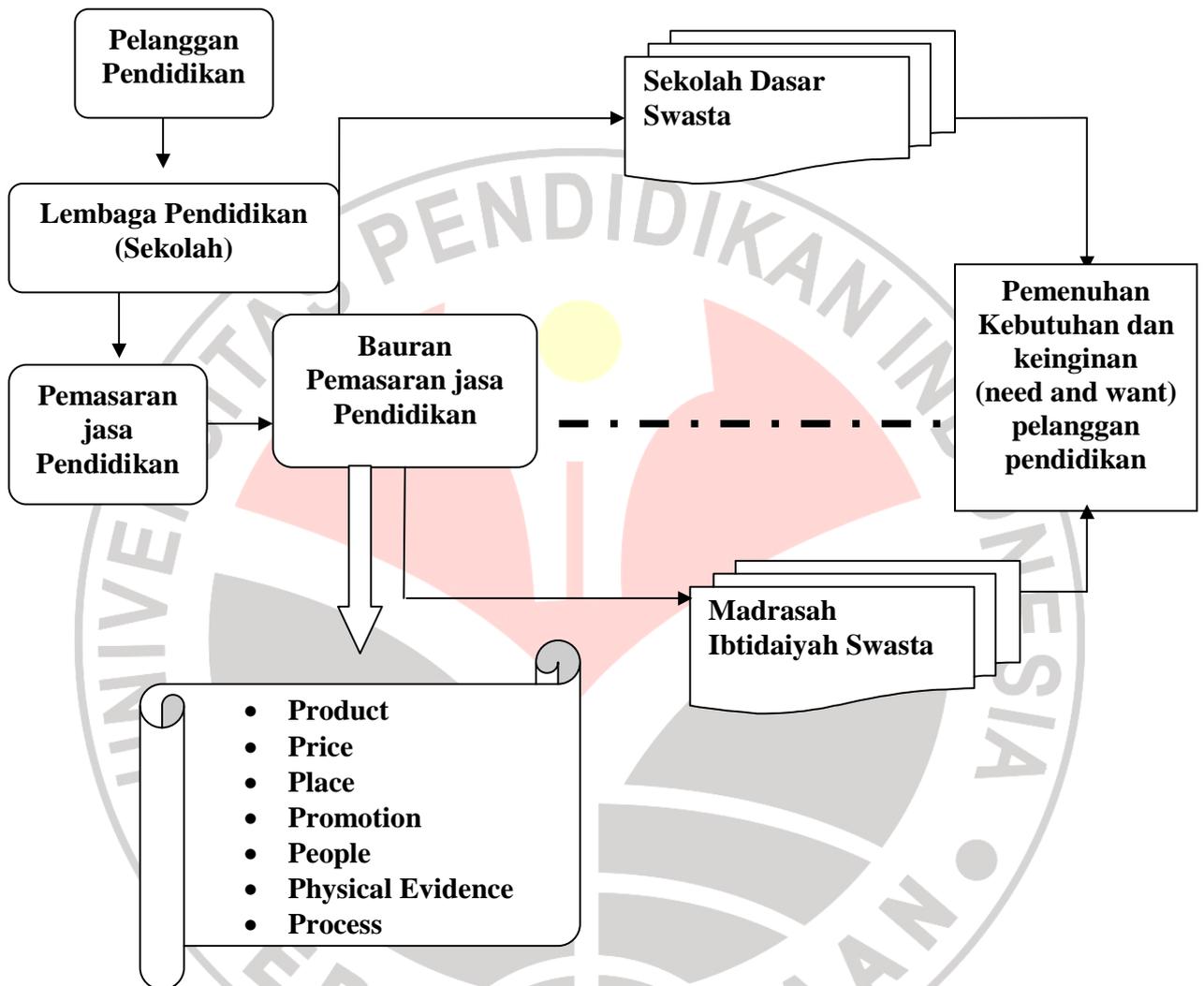
Menurut PPKI (2006:45) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah atau sub masalah yang diajukan oleh peneliti, yang dijabarkan dari landasan teori atau tinjauan pustaka dan maiz harus diuji kebenarannya”. Sedangkan hipotesis komparatif adalah “pernyataan yang menunjukkan dugaan nilai dalam satu variable atau lebih pada satu sampel yang berbeda” (Sugiono, 2006:85). Sehubungan dengan permasalahan penelitian ini, peneliti memiliki hipotesis bahwa “ **Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi**”.

F. Anggapan Dasar

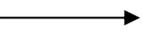
Winarno Surakhmad (Suharsimi Arikunto, 1997:58) mengungkapkan bahwa "anggapan dasar atau postulat adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik". Adapun anggapan dasar yang melandasi penelitian ini, yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran pendidikan ini adalah :

1. Bauran Pemasaran merupakan salah satu unsur dalam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh sekolah/madrasah, yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana kedua bentuk satuan pendidikan tersebut menyajikan penawaran layanan jasa pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarannya.
2. Untuk keberhasilan dari satuan pendidikan dalam jangka panjang, maka sekolah/madrasah tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan, maka sekolah/madrasah menciptakan bauran pemasaran.
3. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel ini dapat dikendalikan oleh sekolah/madrasah untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya.

G. Kerangka Berfikir



Gambar. 1.1 Kerangka Berfikir

Ket :  = Garis Hubungan
 = Garis Pembanding

Penjelasan :

Pelanggan pendidikan adalah pembeli atau pengguna produk jasa pendidikan. Pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para wali peserta didik yang hendak mencari atau memilih sekolah bagi anak-anaknya mengingat peserta didik yang dimaksud adalah siswa tingkat sekolah dasar/Madrasah Ibtidaiyah.

Banyaknya lembaga pendidikan atau sekolah yang bervariasi baik dalam hal kualitasnya, metode pembelajarannya, pelayanan terhadap pelanggannya maupun manajemen sekolahnya secara keseluruhan berdampak kepada dua hal bagi para pelanggan pendidikan. Hal tersebut dari satu sisi memberikan kebingungan bagi pelanggan, namun dari sisi lain dengan bervariasinya sekolah, memberikan referensi bagi pelanggan untuk memilih salah satu diantara sekolah maupun Madrasah yang ada.

Ketertarikan pelanggan terhadap pemilihan Sekolah/Madrasah tidak hanya karena faktor dari segi konsumennya itu sendiri namun juga peran dari pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh masing-masing sekolah tersebut. Menurut Hermawan Kartajaya (Buchari Alma, 2003:156-157) bahwa "pemasaran adalah sebuah disiplin ilmu bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholdersnya". Lebih baik pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh masing-masing sekolah maupun madrasah maka lebih banyak pula peminat yang memilih untuk menggunakan produk jasa dari sekolah/madrasah tersebut.

Berdasarkan hal tersebut cara yang dapat dilakukan oleh sekolah/madrasah dalam pemasaran pendidikan bagi sekolah maupun madrasahnyanya masing-masing ialah dengan melakukan bauran pemasaran atau yang sering disebut *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan salah satu unsur dari strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh sekolah. Adapun elemen-elemen dari bauran pemasaran tersebut ialah terdiri dari konsep 7 P yaitu 4 P tradisional dan 3 P lainnya dalam pemasaran jasa. Kesemua elemen tersebut sebagai berikut :

1. P1 = Product (produk)
2. P2 = Price (harga)
3. P3 = Place (tempat/distribusi)
4. P4 = Promotion (promosi)
5. P5 = People (orang)
6. P6 = Physical Evidence (bukti fisik)
7. P7 = Process (proses)

Dalam implementasinya, bauran pemasaran yang dilakukan oleh setiap Sekolah maupun Madrasah berbeda-beda. Untuk tingkat Sekolah Dasar Swasta maupun Madrasah Ibtidaiyah Swasta juga melakukan strategi bauran pemasaran pendidikan tersebut. Masing-masing Sekolah/Madrasah memiliki strategi tertentu dalam melakukan pemasaran pendidikannya. Namun yang terpenting dari semua itu adalah tujuannya yaitu untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan (*need and want*) dari pelanggan pendidikan atau pengguna tetap dari produk jasa sekolah/madrasah yang mereka pilih guna memberikan kepuasan terhadap mereka.

H. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Ali (1984:54) adalah suatu cara untuk memperoleh pengetahuan atau memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi. Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif, sesuai dengan fokus penelitian yang berusaha untuk memecahkan permasalahan yang berlaku pada saat sekarang dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu dengan menggunakan cara statistik atau angka-angka.

2. Teknik Pengumpulan data

Agar dalam penelitian ini memperoleh data yang akurat dan relevan dengan masalah yang diteliti, maka teknik pengumpulan data yang ditempuh penulis ialah menggunakan teknik komunikasi tidak langsung, yaitu melalui angket yang disusun dalam suatu daftar tertulis yang berupa pertanyaan atau pernyataan untuk mendapatkan informasi dari responden, sebagaimana dikemukakan oleh Suharsimi arikunto (2002:124) bahwa "angket atau kuesioner adalah sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui".

Adapun jenis angket yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah angket berstruktur, yaitu dengan menyediakan alternatif jawaban untuk memudahkan responden yang terdiri dari beberapa item setiap variabelnya.

3. Teknik Pengolahan data

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya yang penulis lakukan yaitu mengolah data. Menurut Moh. Ali (1995:151) bahwa "pengolahan data merupakan salah satu langkah yang sangat penting dalam kegiatan penelitian, terutama bila diinginkan generalisasi/kesimpulan tentang berbagai masalah yang diteliti".

Oleh karena itu teknik pengolahan data yang dilakukan adalah menggunakan statistik non parametik, dengan analisis komparatif menggunakan Mann Whitney U-Test.

Menurut Sugiyono (2006:148) bahwa U-test digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal. Test ini merupakan test yang terbaik untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel indenden bila datanya berbentuk ordinal. Adapun rumus dari analisis komparatif Mann Whitney U-test adalah sebagai berikut :

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1 (n_1 + 1)}{2} - R_1$$

Rumus 1.1

dan

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2 (n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Rumus 1.2

Dimana :

U_1 = Jumlah peringkat 1

U_2 = Jumlah peringkat 2

n_1 = Jumlah sampel 1

n_2 = Jumlah sampel 2

R_1 = Jumlah ranking pada sampel n_1

R_2 = Jumlah ranking pada sampel n_2

I. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah seluruh Sekolah Dasar swasta dan Madrasah Ibtidaiyah swasta yang ada di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi. Adapun Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah swasta tersebut sebagai berikut :

Tabel I.1
Nama-nama SD Swasta Kota Cimahi

1	SD BINA PERSADA	Jl. Setraduta Cemara Raya Blok K RT.04/05 Cimahi
2	SD BUDHI LUHUR	Jl. Gajah XVII No. 16 Telp. (022) 6671802
3	SD HIKMAH TELADAN	Jl. Jend. H. Amir Machmud No. 177 A Telp.(022) 6025460 – 70351967
4	SD IT AL-MAQOM	Jl. Pasantren No. 225 Telp.(022) 6612871 Cimahi 40513
5	SD IT NUR AL-RAHMAN	Jl. Cihanjuang No.77 A Telp. (022) 6634472 Cimahi 40513
6	SD IT USWATUN HASANAH	Jl. MK. Wiganda Sasmita No.19 A Telp. (022) 6658072 - 70701321 Cimahi

7	SD KARTIKA SILIWANGI 2	Jl. Kebon Rumput D-26 Telp.(022) 6654285
8	SD KARTIKA SILIWANGI 4	Jl. Taman Kartini Baros Telp. (022) 6632135 E-mail : sdkartika_slw4cmh@yahoo.co.id Cimahi Tengah
9	SD KARTIKA SILIWANGI 5	Jl. Taman Kartini Telp. (022) 6641200 Baros
10	SD KREATIF HARAPAN BANGSA	Jl. Sadarmanah Komp.Nusa Persada Blok K.24 Telp.(022) 6672480
11	SD LANGENSARI	Jl. Langensari No. 129 A Telp. (022) 6014903 Cibeureum
12	SD PLUS AL-FURQON	Jl. Blok Sukagalih No. 26 A Telp. (022) 6001187 RT.02/34
13	SD PLUS DARUSSURUR AL YAHYA	Jl. Nanjung Gg. Pesantren Kp. Panyaweuyan Telp. (022) 6671469
14	SD PLUS NURUL AULIA	Jl. Sukarasa No.8 Telp. (022) 6643888 Cimahi 40512
15	SD PURNAMA	Komp. Microwave No. 106 Kalidam Cimahi
16	SD SANTA MARIA	Jl. Baros No.109 Telp. (022) 6640442 Cimahi
17	SD SANTO YUSUP	Jl. Baros No.109 Telp.(022) 6640242 Cimahi Selatan 40533
18	SD SEMESTA HATI	Jl. Encep Kartawiria No.69/218 RT.05/01 Cimahi 40512
19	SDK BPK PENABUR	Jl. Encep Kartawiria No. 75 Cimahi

Tabel 1.2
Nama-nama MI Swasta Kota Cimahi

1	MI AL-FARISY	Jl. Cihanjuang No. 237 RT.03/11 Telp.(022) 6644120 Cimahi 40513
2	MI AL-HIDAYAH	Jl. Rancabentang Gg. H. Syafe'i Cibeureum Cimahi Selatan 40535
3	MI AR-RIYADL	Jl. Rancabentang RT. 03/15 Telp.(022) 6040503 Cibeureum
4	MI ASIH PUTERA	Jl. Cibabat Gg. H. Mustofa No. 205 Telp. (022) 6612217
5	MI BAITURRAHIM	Jl. Ibu Ganirah No. 24 Cibeber
6	MI CAHAYA	Jl. Cigugur Tengah No. 238
7	MI CERDAS NURANI	Jl. Lapang Tembak Selatan Mekarsari RT.09/07 Telp. (022) 70807618
8	MI CIMINDI I	Jl. Jendral H. Amir Machmud Gg. H. Arsyad RT.05/18
9	MI CIMINDI II	Jl. Jendral H. Amir Machmud Gg. H. Arsyad RT.05/18
10	MI LAYYINA	Jl. Kihapit Kaler No.123 RT.05/03 Telp. (022) 6671624 - 70305475

11	MI MIFTAHUL HUDA	Jl. Sukahaji No. 143 Melong Telp.(022) 6062624
12	MI NUR AL-HIJRAH	Komp. Padasuka Indah Blok B No.95B Telp. (022) 6649571 Cimahi Tengah 40256
13	MI NURUL FALAH	Jl. Mahar Martanegara 130 A Cimahi
14	MI NURUL HUDA	Jl. R.H. Abdul Halim No.193
15	MI NURUL IMAN	Jl. Mahar Martanegara Gg. Bp.Kusen RT.01/16 Utama Telp.(022) 6673510
16	MI NURUL ISLAM	Jl. Nurul Islam No.133 Padasuka Telp.(022) 6643360 Cimahi 40526
17	MI PUI CIMAH	Jl. Pojok Selatan No.14 RT.01/06 Telp. (022) 6644288
18	MI SADARMANAH	Jl. Sadarmanah No. 120 (022) 6676166 - 70804379 Leuwigajah

2. Populasi Penelitian

Arikunto (1998: 115) berpendapat “Populasi merupakan subyek penelitian”. Sedangkan menurut Sugiyono (1997: 57) menjelaskan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan populasi adalah keseluruhan subyek penelitian yang memiliki ciri-ciri yang akan diteliti. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Kepala Sekolah Dasar dan Kepala Madrasah Ibtidaiyah swasta yang ada di Wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi.

3. Sampel penelitian

Menurut Moh. Ali (1995:54) “sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili terhadap seluruh populasi”. Menurut data lapangan yang ada, jumlah kepala Sekolah Dasar dan kepala Madrasah Ibtidaiyah swasta yang berada diwilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi masing-

masing sebanyak 18 dan 19 orang, maka teknik penarikan sampelnya menggunakan Sampling Jenuh.

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2006:61), bahwa :

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sensus.

Berdasarkan hal tersebut maka sampel yang akan diteliti adalah seluruh kepala Sekolah Dasar dan Kepala Madrasah Ibtidaiyah Swasta yang berada di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi sebanyak 37 orang. Hal tersebut dimaksudkan agar hasil dari penelitian ini dapat objektif.

