

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semua individu berhak atas pendidikan, tanpa terkecuali warga Negara Indonesia. Indonesia menerapkan tingkat pendidikan yang dibagi dalam beberapa tahap yang berbeda dimulai dari pendidikan usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, hingga pendidikan tinggi yang diklasifikasikan berdasarkan usia anak. Masing-masing dari tingkatan tersebut memiliki waktu tempuh yang berbeda sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Tetapi, pendidikan yang diwajibkan untuk ditempuh bagi seluruh warga Indonesia adalah pendidikan dasar selama sembilan tahun yang biasa disebut sebagai program wajib belajar, yaitu enam tahun sekolah dasar dan tiga tahun sekolah menengah pertama.

Tentunya menjadi perhatian bagi para orang tua dan juga calon murid dalam memilih sekolah yang tepat menurut mereka. Hal ini dikarenakan lingkungan sekolah itu sendiri memiliki peran dalam pembentukan karakter anak (Gampu et al., 2022). Jadi, tidak dapat dipungkiri bahwa pemilihan sekolah adalah sebuah hal yang vital pada proses pendidikan anak.

Di negara kita sendiri, terdapat dua jenis sekolah yang berbeda, yaitu, sekolah negeri yang dikelola oleh pemerintah dan sekolah independen (non-pemerintah) atau biasa disebut dengan sekolah swasta. Sekolah negeri identik dengan biaya pendidikannya yang terjangkau karena fasilitasnya yang

diberikan secara gratis untuk memenuhi hak pendidikan warga Negara Indonesia. Hal ini karena sekolah negeri bergerak di bawah pemerintah sehingga seluruh biaya operasional di dalam sekolah tersebut sudah menjadi tanggung jawab negara. Berbeda dengan sekolah negeri, sekolah swasta memungut biaya yang digunakan untuk pengelolaan sekolah itu sendiri. Namun, di samping biaya yang harus dibayarkan oleh murid di sekolah swasta, hal tersebut juga dilengkapi dan didukung dengan fasilitas yang lengkap. Salah satu keunggulan sekolah swasta yang menjadi pilihan bagi orang tua atau murid adalah tersedianya fasilitas yang lebih memadai untuk mendukung proses belajar di sekolah. Fasilitas yang dimaksud mencakup kualitas guru, ekstrakurikuler atau wadah kegiatan murid yang lebih beragam dan pengelolaannya yang baik, serta fasilitas-fasilitas yang berkaitan dengan sarana prasarana di dalamnya.

Sekolah swasta tidak terlepas dari kegiatan komersialnya. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri karena sekolah swasta membutuhkan adanya partisipasi pendaftar sebagai salah satu tolok ukur keberhasilan pencapaian tujuan pendidikan dalam sebuah instansi pendidikan. Pada musim tahun ajaran baru, biasanya sekolah swasta gencar untuk melakukan berbagai kegiatan promosi untuk mencapai target pendaftar pada tahun ajaran tersebut. Salah satu contoh sekolah yang melakukan hal ini adalah SMA Islam Al Azhar 14 Semarang.

SMA Islam Al Azhar 14 Semarang adalah salah satu institusi pendidikan Islam swasta di Kota Semarang. Sekolah ini resmi didirikan pada tahun 2015 di bawah naungan Yayasan Bina Manusia Utama

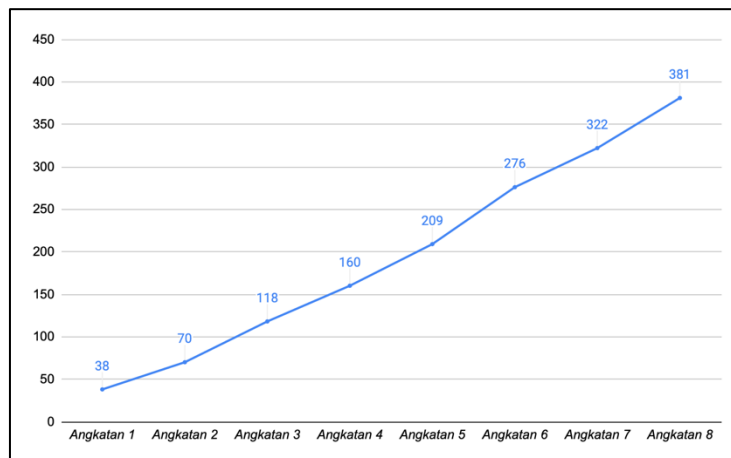
(Bimatama) Semarang yang juga bekerja sama dan merupakan bagian dari Yayasan Pesantren Islam (YPI) Al Azhar yang terletak di Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Informasi yang diambil dari detik.com (*20 Sekolah Terbaik Semarang Versi Nilai UTBK 2022*), pada tahun 2022, SMA Islam Al Azhar 14 Semarang mampu menempati posisi urutan ke-15 sekolah terbaik di Semarang berdasarkan nilai UTBK 2022 dari daftar yang dirilis oleh Lembaga Tes Masuk Perguruan Tinggi (LTMPPT). Sehingga, dapat dikatakan bahwa posisi SMA Islam Al Azhar 14 Semarang adalah salah satu sekolah yang dapat bersaing di kalangan sekolah menengah atas di Kota Semarang terlebih pada kategori sekolah swasta Islam.

Dalam rangka memperkenalkan identitasnya kepada masyarakat dan mencapai target pendaftar, SMA Islam Al Azhar 14 Semarang melakukan berbagai macam upaya pemasaran salah satunya adalah promosi. Promosi yang dilakukan juga beragam, baik itu dilakukan melalui media offline maupun media online yang saat ini gencar digunakan. SMA Islam Al Azhar 14 Semarang memanfaatkan berbagai jenis media adalah satunya adalah media online web sekolah yang didesain dengan menarik dan juga menyajikan berbagai informasi terkait sekolah seperti profil sekolah, informasi pendaftaran murid baru, informasi prestasi murid, informasi kelulusan, dan juga informasi yang lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh calon pendaftar. Di samping itu, sekolah juga memanfaatkan beberapa platform media sosial, brosur, baliho, dan lain sebagainya.



Gambar 1.1 Halaman web SMA Islam Al Azhar 14 Semarang

SMA Islam Al Azhar 14 Semarang memulai kegiatan belajar mengajar pada tahun ajaran 2015/2016. Hingga saat ini, pada tahun ajaran 2022/2023, SMA Islam Al Azhar 14 Semarang memiliki total delapan angkatan murid. Sejak dimulainya operasionalisasi dari tahun angkatan pertama hingga saat ini (angkatan kedelapan), SMA Islam Al Azhar 14 Semarang memiliki pendaftar yang terus meningkat secara signifikan di setiap tahun ajarannya.



Grafik 1.1 Jumlah murid SMA Islam Al Azhar 14

Apabila kita lihat dari tahun berdiri SMA Islam Al Azhar 14 Semarang, sekolah ini dapat dikatakan sebagai sekolah “baru” dibandingkan dengan sekolah swasta Islam lainnya di Semarang yang sudah berdiri lebih dulu. Contohnya adalah SMA Islam Hidayatullah yang resmi didirikan pada tahun 1999, SMA NASIMA pada tahun 2009, dan SMA Islam Sultan Agung 1 pada tahun 1966. Tetapi, jika dilihat pada grafik di atas, SMA Islam Al Azhar 14 mengalami perkembangan yang sangat pesat dan meningkat secara signifikan setiap tahunnya.

Berdasarkan grafik jumlah murid di atas, hal tersebut merupakan capaian yang luar biasa bagi SMA Islam Al Azhar 14 Semarang. Dengan label sekolah baru, SMA Islam Al Azhar 14 sudah memiliki daya saing di kalangan sekolah swasta Islam lainnya di Kota Semarang. Namun, di saat yang bersamaan, hal tersebut akan memunculkan persoalan baru yaitu bagaimana pihak sekolah bisa mempertahankan atau bahkan terus meningkatkan jumlah pendaftar di SMA Islam Al Azhar 14 Semarang. Hal ini yang kemudian

menjadi sebuah ketertarikan sendiri bagi peneliti untuk melihat lebih jauh faktor apa saja yang memengaruhi para pendaftar untuk melakukan keputusan mendaftar di sekolah ini.

1.2. Rumusan Masalah

SMA Islam Al Azhar 14 Semarang adalah salah satu sekolah swasta Islam yang masih tergolong baru di kalangan sekolah swasta Islam lainnya di Kota Semarang. Meskipun demikian, berdasarkan data internal dari SMA Islam Al Azhar 14 Semarang, sekolah ini memiliki pendaftar yang terus meningkat secara signifikan pada setiap tahunnya.

Hal ini kemudian menjadi ketertarikan sendiri untuk meneliti faktor apa saja yang dapat memengaruhi keputusan mendaftar di sekolah tersebut. Berdasarkan hal di atas, maka peneliti ingin meneliti faktor-faktor apa saja yang membuat para pendaftar di SMA Islam Al Azhar 14 Semarang melakukan keputusan mendaftar di sekolah tersebut.

1.3. Tujuan Penelitian

Menggunakan landasan dari perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk menemukan dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk keputusan mendaftar di SMA Islam Al Azhar 14 Semarang.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Akademis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat untuk perkembangan ilmu komunikasi strategis dengan penelitian analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang ada pada sebuah keputusan mendaftar di suatu sekolah.

1.4.2. Praktis

Harapannya, hasil dari penelitian ini dapat berkontribusi untuk menjadi tinjauan bagi pihak lembaga pendidikan Islam khususnya SMA Islam Al Azhar 14 Semarang mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi pendaftar untuk memilih SMA Islam Al Azhar 14 sebagai tempat belajar.

1.4.3. Sosial

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan tambahan untuk penelitian yang akan datang serta menambah pengetahuan terhadap masyarakat mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi sebuah keputusan khususnya keputusan mendaftar di lembaga pendidikan swasta SMA Islam Al Azhar 14 Semarang.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma

Penelitian yang berjudul “Analisis Faktor Pembentuk dalam Melakukan Keputusan Mendaftar di SMA Islam Al Azhar 14 Semarang” ini menggunakan paradigma positivistik dengan landasan bahwa suatu tanda-tanda maupun gejala bisa diklasifikasikan serta hubungan pada gejala bersifat kausal atau sebab-akibat menggunakan beberapa variabel (Sugiyono, 2015).

1.5.2. State of the Art

Penelitian yang dipublikasi melalui *Eropean Journal of Educational and Development Psychology* dengan judul “*Factors Affecting Secondary School Students’ Choice of High School in Tra Vinh Province, Viet Nam*” yang ditulis oleh Nguyen Huy Thong dan Trinh Boi Ngoc dilakukan untuk menyelidiki beberapa faktor utama yang memengaruhi pilihan siswa sekolah menengah atas di provinsi Tra Vinh. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya enam kelompok faktor yang memengaruhi siswa dalam memilih SMA, di antaranya adalah tiga kelompok faktor (*educational environment, school distinction, personal conditions*) yang memiliki *mean score* keseluruhan hampir sama dan memengaruhi siswa lebih dari tiga faktor lainnya (*social network, extra activities, location-transportation*) (Nguyen Huy & Trinh Boi, 2022).

Penelitian yang dipublikasi melalui *London Review of Education* dengan judul “*Private School Choice Among Muslim Parents: The Public-*

private School Decision in Delhi, India” yang ditulis oleh Manjuma Akhtar Mousumi dan Tatsuya Kusakabe menggunakan data kualitatif dari wawancara terbuka dan semi-terstruktur dengan 38 orang tua dari wilayah mayoritas Muslim di Delhi, India. Menggunakan perbandingan antara sekolah negeri dan sekolah swasta, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa orang tua memilih sekolah swasta untuk anak mereka karena jarak sekolah, kedisiplinan, penekanan pada ajaran dan nilai-nilai Islam, keamanan dan kepedulian guru. Para orang tua menyatakan bahwa sekolah swasta memiliki kualitas guru yang baik terutama dalam hal mengajar dan juga memberikan perhatian yang cukup kepada murid. Selain itu, dalam hal kedisiplinan, sekolah swasta juga lebih unggul dibandingkan dengan sekolah negeri (Mousumi & Kusakabe, 2022).

Penelitian yang dipublikasi melalui *International Journal of Economics, Business and Management Research* dengan judul “*Factors Affecting Students’ Selection of Senior High School*” yang ditulis oleh Ronny Walean dan Yeane Koyongian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan siswa SMA dengan menggabungkan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi variabel dan kuantitatif untuk mengelompokkan variabel menjadi faktor. Empat puluh satu variabel yang berasal dari wawancara diubah menjadi 41 butir kuesioner. Menggunakan analisis faktor eksplorasi dengan ekstraksi faktor utama, enam faktor diekstraksi dengan 22 variabel tetap signifikan. Dari keseluruhan enam faktor tersebut, faktor yang paling memengaruhi dalam

pemilihan sekolah adalah terkait *variety of school programs* (kegiatan di luar akademis yang beragam) diikuti oleh *discipline, school environment, academic quality, focuses on spiritual*, dan *sport facilities* pada urutan terakhir (Walean & Koyongian, 2018).

Menurut jurnal yang dipublikasi melalui *Procedia: Social and Behavioral Sciences* dengan judul “*Factors Influencing Parents’ Decision in Choosing Private Schools*” yang ditulis oleh Noor Alyani Yacoob, Mariana Mohamed Osman, dan Syahirah Bachok bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang dipertimbangkan orang tua dalam memutuskan untuk mendaftarkan anaknya di sekolah swasta. Peneliti mendapatkan delapan faktor melalui *literature review*, namun dalam penelitian ini hanya dibahas empat faktor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dilakukan melalui kuesioner tertutup. Faktor pertama yaitu silabus, dimana orang tua memilih sekolah yang memiliki silabus agama di dalamnya. Kedua, yaitu lingkungan dan fasilitas sekolah. Berdasarkan pengalamannya, sebagian besar orang tua berpendapat bahwa sekolah swasta memiliki lingkungan pendidikan yang lebih kondusif dibandingkan sekolah negeri. Selain itu, sekolah swasta juga memiliki fasilitas yang baik untuk mendukung lingkungan belajar yang kondusif bagi murid. Faktor ketiga adalah prestasi sekolah, dimana capaian akademis tersebut memberikan reputasi yang baik terhadap sekolah dan meyakinkan orang tua untuk memilih sekolah tersebut. Terakhir, adalah kualitas guru atau tenaga

pendidik sekolah swasta yang menurut orang tua lebih memiliki kepedulian kepada murid dan berdedikasi tinggi (Yaacob et al., 2014).

Penelitian yang dipublikasi melalui Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Sekolah Dasar dalam Mendukung Kota Surakarta Layak Anak” oleh Resty Darma Saputri, Rufia Andisetyana Putri, dan Erma Fitria Rini dilakukan untuk membahas mengenai pemenuhan kebutuhan anak terhadap fasilitas sosial untuk perkembangan kota dengan mencari tahu faktor yang memengaruhi pemilihan sekolah. Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan dengan menggunakan software SPSS, terbentuklah 3 kelompok faktor yang berisi beberapa sub-faktor. Kelompok faktor pertama yang merupakan faktor dominan merepresentasikan terpenuhinya indikator terkait sekolah ramah anak (ketersediaan sarana prasarana, partisipasi anak dalam KBM, kebijakan sekolah ramah anak, pendidik terlatih, partisipasi pihak terkait dalam perwujudan sekolah ramah anak). Kelompok faktor kedua merepresentasikan lokasi dan jam belajar sekolah (jarak rumah ke sekolah, tingkat aksesibilitas sekolah, lokasi sekolah aman dan nyaman, efektivitas waktu belajar mengajar), sedangkan kelompok faktor ketiga merepresentasikan fasilitas tambahan yang tidak disediakan oleh semua sekolah, seperti ketersediaan sarana dan prasarana transportasi umum dan adanya program makan siang di sekolah (Saputri et al., 2018).

Penelitian yang dipublikasi melalui Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling dengan judul “Motivasi Orang Tua dalam Memilih Sekolah Dasar Islam Terpadu Bagi Anak (Penelitian pada Orang Tua Murid di SDIT Nurul Ishlah Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh” oleh Desi Puspita Sari dan Said Nurdin dilakukan untuk mengetahui motivasi orang tua dalam pemilihan sekolah bagi anak. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi orang tua memilih Sekolah Dasar Islam Terpadu bagi anak di SDIT Nurul Ishlah jika dilihat dari faktor intrinsiknya, orang tua menginginkan anak mampu membaca dan menghafal Al-Qur’an, serta fokus pada pembentukan karakter islami seperti, patuh kepada orang tua dan guru, jujur, taat beragama, dan mampu menghafal surah-surah pendek. Selain itu dilihat dari faktor ekstrinsik motivasi orang tua menyekolahkan anak ke SDIT dikarenakan, sekolah ini memiliki visi misi membentuk karakter anak yang islami dan kurikulum yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan peserta didik dan sesuai dengan harapan para orang tua. Harapan orang tua adalah anak bisa mandiri, senang dalam menuntut ilmu, fokus belajar dan mampu bersaing dalam mencapai prestasi yang unggul. Dari hasil penelitian disarankan para orang tua untuk terus mendampingi anak dalam mengembangkan segala potensi yang dimiliki agar terjadi kesesuaian antara harapan orang tua dan keinginan anak dalam pemilihan sekolah (Puspita Sari et al., 2019)

Faktor-faktor pemilihan sekolah yang ditemukan pada beberapa penelitian di atas kemudian dijadikan dasar untuk penentuan variabel pada penelitian ini dengan penyesuaian terhadap objek penelitian yaitu SMA Islam Al Azhar 14 Semarang.

1.5.3. Faktor Pembentuk Keputusan Mendaftar Sekolah

Penelitian terkait keputusan mendaftar sekolah ini merujuk pada teori keputusan pembelian dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang yang secara langsung terlibat dalam menggunakan barang/jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan (Sunyoto, 2014). Dalam memahami perilaku konsumen, hal yang perlu dilakukan adalah mencari tahu faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan. Selain menggunakan acuan dari penelitian terdahulu, pada bagian ini akan dibahas beberapa konsep dari keputusan pembelian dalam perilaku konsumen yang digunakan sebagai landasan dari faktor atau variabel yang terbentuk. Landasan yang digunakan dalam pengumpulan faktor pada penelitian ini antara lain:

1.5.3.1. Theory of Planned Behaviour

Menurut *Theory of Planned Behaviour/Reasoned Action* yang dirumuskan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980, perilaku memiliki sifat yang deliberatif dan terencana. Dasar dari penelitian ini adalah terkait kepercayaan yang mampu mempengaruhi individu untuk melakukan tingkah laku yang spesifik. Hal tersebut dilakukan melalui penggabungan beraneka ragam karakteristik, kualitas dan atribut atas informasi tertentu

yang kemudian membentuk kehendak dalam berperilaku (Yuliana, dalam Anggar Seni & Dwi Ratnadi, 2017). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku konsumen pada konteks keputusan pembelian dipengaruhi oleh niat pembelian yang dimana niat pembelian itu sendiri dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian/kontrol perilaku (Ajzen, 1991).

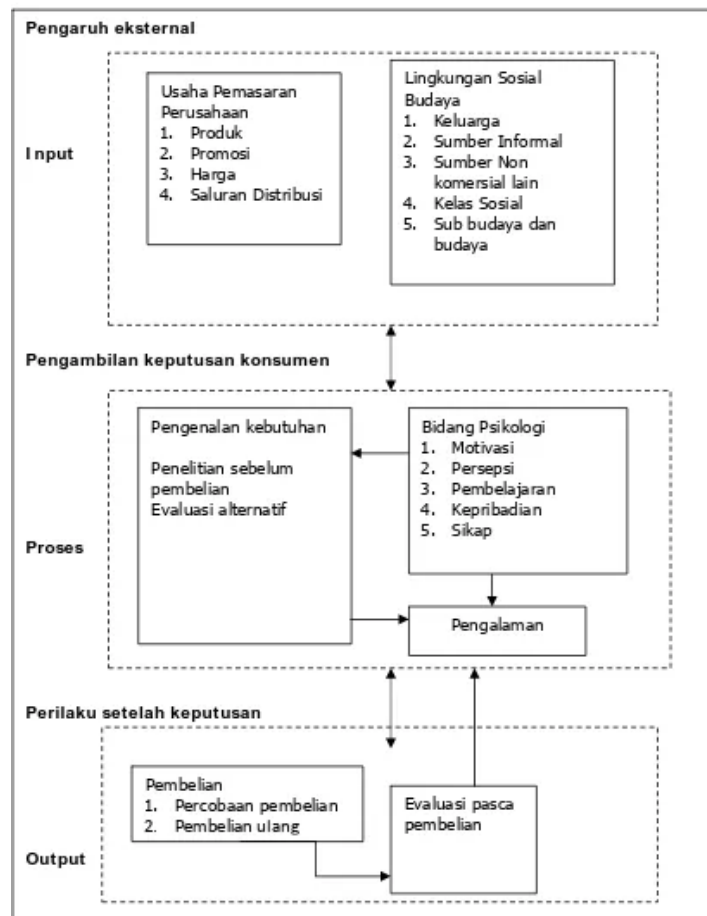
Sikap seseorang dalam melakukan sebuah keputusan dapat dilihat melalui bagaimana individu tersebut melakukan penilaian individu terhadap produk termasuk keuntungan serta kerugian yang dihubungkan dengan perilaku keputusan, dan juga pandangan positif atau negatif terhadap objek pembelian dimana dalam penelitian ini yaitu SMA Islam Al Azhar 14 Semarang. Selanjutnya, norma subjektif menggambarkan tanggapan individu mengenai harapan serta anggapan dari lingkungan sekitar terkait dengan keputusan pembelian tersebut. Contohnya adalah pengaruh dari keluarga, kerabat, maupun pihak lainnya dapat memengaruhi norma subjektif seseorang terkait suatu objek. Terakhir, kontrol perilaku melibatkan faktor seperti ketersediaan dana, keahlian dalam mengambil keputusan, serta faktor-faktor lingkungan yang memengaruhi kemampuan individu untuk melakukan keputusan. Jika individu merasa mereka memiliki kendali yang tinggi atas kemampuan (finansial) dan merasa yakin untuk mengambil keputusan, maka akan semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan keputusan pembelian tersebut.

Penilaian seorang individu terhadap sebuah objek tentunya diawali dari pengetahuan mereka terhadap objek tersebut. Pengetahuan tersebut

didapatkan dari penglihatan mereka pada identitas yang dimiliki oleh objek yang dimaksud baik itu berupa identitas fisik maupun identitas non-fisik. Apabila identitas atau ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh suatu objek tersebut selaras dengan preferensi seorang individu, maka penilaian akan menjadi baik ataupun positif. Pada konteks penelitian ini, calon murid tentunya sudah mengetahui terlebih dahulu terkait identitas dari SMA Islam Al Azhar 14 Semarang untuk mengetahui layak atau tidaknya sebuah lembaga untuk dipilih sebagai pilihan sekolah bagi calon murid. Identitas atau ciri khas yang dimaksud bisa meliputi pelayanan yang dimiliki oleh SMA Islam Al Azhar 14 Semarang.

1.5.3.2. Model Sederhana Pengambilan Keputusan

Selain dilandaskan dengan *Theory of Planned Behaviour/Reasoned Action*, kegiatan perilaku konsumen secara sederhana dapat dijelaskan menggunakan model sederhana pengambilan keputusan konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2008). Model ini disusun untuk menyelaraskan berbagai konsep yang relevan terkait perilaku konsumen menjadi satu kesatuan. Komponen utama dalam model ini adalah masukan, proses, dan keluaran.



Gambar 1.2 Model sederhana pengambilan keputusan konsumen

Pada komponen masukan (*input*) memiliki banyak peran eksternal yang berfungsi sebagai sumber informasi terkait produk dan memengaruhi nilai-nilai, sikap, hingga perilaku konsumen terkait produk. Masukan pemasaran dari perusahaan/lembaga merupakan hal yang sangat penting supaya konsumen mendapatkan informasi, dan terbujuk untuk menggunakan produk tersebut. Masukan ini meliputi berbagai strategi bauran pemasaran yang isinya terkait produk itu sendiri, kegiatan promosi, harga, dan saluran distribusi. Untuk itu, sangat penting bagi pihak SMA Islam Al Azhar 14 untuk melakukan kegiatan promosi yang tepat agar

segala informasi terkait sekolah dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Tipe masukan selanjutnya yaitu lingkungan sosiobudaya juga memiliki pengaruh nonkomersial terhadap konsumen. Contohnya adalah komentar atau pendapat dari lingkungan sekitar, ulasan dari anggota keluarga/kerabat yang pernah menggunakan, berita. Pengaruh kelas sosial, budaya, dan subbudaya memang kurang nyata terlihat namun tetap menjadi faktor-faktor masukan penting bagi konsumen untuk menilai sebuah produk.

Komponen kedua yaitu proses berhubungan dengan cara konsumen membuat keputusan. Tahap ini juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian, dan sikap. Selanjutnya, tahap masukan memengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhannya, mencari informasi sebelum melakukan pembelian, serta evaluasi berbagai alternatif yang memengaruhi sifat psikologis. Terakhir, komponen output meliputi dua hal yang berkaitan dengan kejadian setelah melakukan rangkaian pengambilan keputusan seperti perilaku pembelian dan evaluasi setelah pembelian.

1.5.3.3. Marketing Mix

Sebagai dasar lainnya, ditambahkan juga pengetahuan terkait bauran pemasaran atau yang biasa dikenal dengan marketing mix yang dapat membentuk keputusan pembelian konsumen. Bauran pemasaran atau marketing mix adalah seperangkat alat yang dipakai sebagai penyusunan karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan (Tjiptono, 2014).

Konsep ini merupakan konsep yang dipopulerkan pertama kali oleh Jerome McCarthy yang merumuskannya menjadi 4P (*Product, Price, Promotion, dan Place*). Namun, konsep 4P ini seiring berjalannya waktu cakupannya dinyatakan terbatas oleh sejumlah penelitian sehingga dikembangkan dan ditambahkan dengan unsur lainnya yaitu *People, Process, dan Physical Evidence*.

1. *Product* dapat diartikan sebagai keseluruhan objek atau proses yang memberikan nilai serta manfaat bagi konsumen. Jadi, tidak hanya barang atau jasanya saja namun juga segala sesuatunya yang berkaitan dengan apa yang diberikan oleh lembaga/produsen. Kotler & Armstrong (2018) menjelaskan beberapa karakteristik produk antara lain *product quality, product features, product styles and design, product variety, brand name, packaging, sizes, services, returns*.
2. *Price* adalah harga yang memengaruhi image produk atau uang yang dibayarkan konsumen atas nilai dari sebuah produk untuk memperoleh manfaat dan nilai yang sebelumnya sudah diklasifikasikan sebagai produk. Indikator dari harga itu sendiri antara lain keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga, kesesuaian harga dibandingkan dengan produk lainnya.
3. *Place* atau saluran pemasaran/distribusi adalah langkah memilih serta mengatur saluran pemasaran produk maupun jasa. Di dalam

penetapan saluran distribusi, perusahaan harus memperhatikan unsur-unsur yang terkait seperti sistem saluran, daya jangkau, lokasi, persediaan dan transportasi.

4. *Promotion* adalah segala sesuatu yang digunakan untuk mengomunikasikan produk serta meyakinkan pasar seperti *advertising, sales promotion, event and experiences, public relations and publicity, online and social media marketing, mobile marketing, dan personal selling.*
5. *People* adalah keseluruhan individu yang menangani konsumen secara langsung. Pada konteks penelitian ini *people* dapat merujuk pada para staf, guru, dan lainnya yang terlibat dalam aktivitas di dalam sekolah.
6. *Process* merupakan proses operasional kegiatan termasuk prosedur aktual, mekanisme, dan juga aliran aktivitas sistem penyajian jasa pada konsumen.
7. *Physical evidence* meliputi seluruh bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan/lembaga sebagai nilai tambah yang ditujukan kepada konsumen seperti lingkungan, gedung, fasilitas, dan lain sebagainya.

Dari ketujuh poin konsep di atas, beberapa poin yang bisa diterapkan pada penelitian ini antara lain *product, promotion, people, dan juga physical evidence*, dimana keempat poin tersebut dapat disesuaikan dalam konteks pemasaran jasa dalam lingkup sekolah atau pendidikan.

Dari temuan-temuan yang didapatkan dari teori, model, konsep serta penelitian-penelitian terdahulu dan juga penyesuaian pada konteks penelitian ini, faktor-faktor yang terkumpul untuk selanjutnya diuji antara lain:

1. Keamanan fisik lingkungan sekolah
2. Keamanan mental lingkungan sekolah
3. Kenyamanan lingkungan sekolah
4. Kenyamanan gedung sekolah
5. Kelengkapan fasilitas sekolah
6. Akreditasi sekolah
7. Visi dan misi sekolah
8. Citra sekolah
9. Prestise sekolah
10. Kegiatan promosi
11. Tingkat pelayanan staf
12. Keanekaragaman program akademis
13. Keanekaragaman program non akademis
14. Kualitas guru/pengajar
15. Kelengkapan silabus keagamaan
16. Tingkat prestasi akademis
17. Tingkat prestasi non akademis
18. Tingkat kedisiplinan keagamaan

1.6. Definisi Konseptual

1.6.1. Faktor Pembentuk Keputusan Mendaftar

1.6.1.1. Keamanan fisik lingkungan sekolah

Keamanan fisik lingkungan sekolah adalah lingkungan sekolah yang bebas dari ancaman bahaya fisik serta orang-orang yang ada di lingkungan tersebut terbebas dari rasa takut.

1.6.1.2. Keamanan mental lingkungan sekolah

Keamanan mental di lingkungan sekolah adalah kondisi lingkungan sekolah yang menjamin kesejahteraan mental, psikologis, maupun emosional para murid serta guru/staf.

1.6.1.3. Kenyamanan lingkungan sekolah

Kenyamanan lingkungan sekolah digambarkan dengan lingkungan sekolah yang bersih, asri, kondusif, dan terbebas dari berbagai macam polusi.

1.6.1.4. Kenyamanan gedung sekolah

Gedung sekolah yang nyaman adalah gedung yang memiliki desain yang baik, tata letak ruang yang efisien, serta seluruh fasilitasnya mudah diakses sehingga kegiatan belajar di dalamnya dapat terlaksana dengan kondusif dan maksimal.

1.6.1.5. Kelengkapan fasilitas sekolah

Fasilitas sekolah yang lengkap berarti fasilitas-fasilitas yang ada di sekolah tersebut memiliki berbagai macam fasilitas yang

dapat menunjang produktifitas serta kegiatan belajar murid seperti fasilitas dasar (ruang kelas, toilet, kantin, ruang ibadah, laboratorium, perpustakaan, dst.) dan fasilitas tambahan (ruang multimedia, aula, teater, ruang seni dan musik, lapangan basket, lapangan sepak bola, ruang auditorium, dst.)

1.6.1.6. Akreditasi sekolah

Akreditasi sekolah adalah penilaian dan pengakuan yang didapatkan oleh sekolah dari Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah dengan syarat dan kriteria tertentu. Akreditasi yang sangat baik berarti sekolah tersebut sudah memenuhi syarat dan kriteria penilaian dan mendapatkan nilai A (sangat baik).

1.6.1.7. Visi dan misi sekolah

Visi dan misi adalah pernyataan yang menunjukkan tujuan atau cita-cita dari sekolah. Visi dan misi juga seharusnya tercermin dalam praktik belajar/mengajar di sekolah sehari-harinya. Sehingga, dari visi dan misi bisa tergambarkan bagaimana proses pembelajaran yang ada di dalam sekolah tersebut.

1.6.1.8. Citra sekolah

Citra adalah sebuah kesan yang dimiliki seseorang kepada sebuah objek. Citra sekolah berarti kesan atau pandangan individu terhadap keseluruhan yang ada di dalam sekolah tersebut.

1.6.1.9. Prestise sekolah

Prestise adalah pengakuan dari masyarakat/individu terhadap sekolah yang dianggap terkemuka atau bergengsi di kalangan sekolah swasta lainnya.

1.6.1.10. Kegiatan Promosi

Promosi adalah rangkaian startegi komunikasi yang dilakukan oleh sekolah dengan cara yang menarik untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan memasarkan produk. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai alat dan saluran komunikasi seperti iklan, publisitas, media sosial, dan lain sebagainya.

1.6.1.11. Tingkat pelayanan staf

Tingkat pelayanan adalah bagaimana para staf yang ada di sekolah melayani sesuai dengan perannya masing-masing dan memberikan siswa, orang tua, maupun pengunjung sekolah lainnya kepuasan atas kebutuhannya.

1.6.1.12. Keanekaragaman program akademis

Keanekaragaman program akademis adalah sekolah memiliki beragam program yang berkaitan dengan pengetahuan yang bersifat ilmiah di luar mata pelajaran di kelas.

1.6.1.13. Keanekaragaman program non akademis

Keanekaragaman program non akademis adalah sekolah memiliki beragam program/kegiatan yang tidak berkaitan dengan aspek-aspek akademis di luar mata pelajaran di kelas dan memiliki tujuan untuk mengembangkan keterampilan.

1.6.1.14. Kualitas guru/pengajar

Kualitas guru/pengajar digambarkan dengan kualifikasi dan juga kemampuan guru dalam kegiatan mengajar di sekolah.

1.6.1.15. Kelengkapan silabus keagamaan

Kelengkapan silabus keagamaan adalah sekolah memiliki berbagai macam mata pelajaran dan juga metode yang digunakan dalam memberikan pemahaman keagamaan terhadap murid.

1.6.1.16. Tingkat prestasi akademis

Tingkat prestasi akademis adalah banyaknya prestasi yang dihasilkan dari keterlibatan murid pada kompetisi yang berkaitan dengan bidang akademis.

1.6.1.17. Tingkat prestasi non akademis

Tingkat prestasi non akademis adalah banyaknya prestasi yang dihasilkan dari keterlibatan murid pada kompetisi yang berkaitan dengan bidang non akademis.

1.6.1.18. Tingkat kedisiplinan keagamaan

Tingkat kedisiplinan keagamaan digambarkan dengan seberapa tegas sekolah dalam mengupayakan kedisiplinan terhadap murid terkait ajaran agama.

1.7. Definisi Operasional

1.7.1. Faktor Pembentuk Keputusan Mendaftar

1.7.1.1. Keamanan fisik di lingkungan sekolah

Murid mempertimbangkan untuk memilih sekolah yang memiliki sistem keamanan lingkungan fisik yang baik seperti tersedianya pagar, kamera pengawas, satpam, ketersediaan jalur evakuasi, hingga peralatan pemadam kebakaran.

1.7.1.2. Keamanan mental di lingkungan sekolah

Murid mempertimbangkan untuk memilih sekolah yang mengupayakan pemberantasan perundungan dan pelecehan serta menyediakan layanan konseling bagi seluruh murid maupun staf.

1.7.1.3. Kenyamanan lingkungan sekolah

Murid mempertimbangkan kenyamanan lingkungan yang dimiliki SMA Islam Al Azhar 14 dilihat dari kebersihannya, posisi gedung sekolah yang jauh dari jalan raya sehingga tidak terganggu oleh polusi suara serta polusi udara dari lalu lintas kendaraan, dan lingkungan sekolah memiliki tanaman dan pepohonan yang cukup

1.7.1.4. Kenyamanan gedung sekolah

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena memiliki gedung yang nyaman dari segi kebersihan dan juga infrastruktur.

1.7.1.5. Kelengkapan fasilitas sekolah

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena memiliki fasilitas yang lengkap dan bisa mendukung keberlangsungan kegiatan belajar dengan baik.

1.7.1.6. Akreditasi sekolah

Murid mempertimbangkan untuk memilih sekolah yang telah terakreditasi dengan predikat sangat baik.

1.7.1.7. Visi dan misi sekolah

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena visi dan misi sekolah tersampaikan dengan baik dan juga sesuai sejalan dengan pandangan yang dimiliki oleh murid.

1.7.1.8. Citra sekolah

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena murid memiliki gambaran yang baik dan juga positif terhadap sekolah tersebut.

1.7.1.9. Prestise sekolah

Murid mempertimbangkan untuk memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena prestise yang dimiliki oleh sekolah.

1.7.1.10. Kegiatan Promosi

Murid tertarik memilih SMA Islam Al Azhar 14 setelah melihat promosi yang dilakukan oleh sekolah tersebut.

1.7.1.11. Tingkat pelayanan staf

Murid mendapatkan pelayanan yang baik dari para staf sekolah dari proses pencarian informasi hingga memutuskan mendaftar di SMA Islam Al Azhar 14.

1.7.1.12. Keanekaragaman program akademis

Murid tertarik dengan program kegiatan berbasis ilmiah yang ada di SMA Islam Al Azhar 14 yang beragam untuk mengasah potensi diri.

1.7.1.13. Keanekaragaman program non akademis

Murid tertarik dengan program non akademis/ekstrakurikuler di SMA Islam Al Azhar 14 yang beragam untuk mengasah potensi diri.

1.7.1.14. Kualitas guru/pengajar

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena memiliki kualifikasi yang tinggi terhadap guru/pengajar sehingga mereka memiliki kualitas dan kapabilitas yang tinggi pula untuk mengajar murid di sekolah tersebut.

1.7.1.15. Kelengkapan silabus keagamaan

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena sekolah memiliki berbagai macam pendidikan terkait keagamaan untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan murid terhadap agama Islam.

1.7.1.16. Tingkat prestasi akademis

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena rekam jejak prestasi yang diraih oleh sekolah serta dapat mendorong mereka untuk berprestasi di bidang akademis.

1.7.1.17. Tingkat prestasi non akademis

Murid memilih SMA Islam Al Azhar 14 karena rekam jejak prestasi yang diraih oleh sekolah serta dapat mendorong mereka untuk berprestasi di bidang non akademis.

1.7.1.18. Tingkat kedisiplinan keagamaan

Murid mempertimbangkan memilih sekolah yang memiliki tingkat kedisiplinan keagamaan yang terkontrol dan juga tegas.

1.8. Metodologi Penelitian

1.8.1. Tipe atau Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif eksploratif atau eksploratori. Tipe penelitian ini adalah penelitian yang ditujukan untuk menemukan faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya suatu hal (Suharsimi, 2006).

1.8.2. Populasi dan Sampel

1.8.2.1. Populasi

Penelitian ini akan melibatkan populasi yang merupakan murid kelas 10-12 yang ada di SMA Islam Al Azhar 14 Semarang.

1.8.2.2. Sampel

Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sejumlah 100 murid yang menjadi responden. Roscoe (dalam Sugiyono, 2013) menyarankan terkait ukuran pada sampel adalah antara 30 hingga 500.

1.8.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015), *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang dipilih pada penelitian ini adalah *sampling insidental* sebab pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015).

1.8.4. Jenis dan Sumber Data

1.8.4.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian atau sumber pertama disebut sebagai data primer, sementara data yang diperoleh dari sumber lain di luar subjek penelitian disebut sebagai data sekunder.

1.8.4.2. Sumber Data

Sumber data primer didapatkan langsung dari para murid SMA Islam Al Azhar 14 Semarang sebagai responden atau subjek penelitian dari pengisian kuesioner. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan dari selain subjek penelitian yang bisa didapatkan dari media sosial sekolah, web sekolah, maupun dokumen lainnya.

1.8.5. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini digunakan kuesioner yang akan diuji validitas serta reliabilitasnya terlebih dahulu. Instrumen yang valid serta reliabel adalah syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid serta reliabel (Sugiyono, 2013).

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara menggunakan panduan kuesioner kepada para responden yang memenuhi kriteria subjek

penelitian. Setelah dilakukan wawancara, hasil dari wawancara tersebut akan dikumpulkan oleh peneliti yang selanjutnya akan masuk ke tahap pengolahan data.

1.8.7. Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor atau yang biasa disebut juga dengan *factor analysis* (FA). Analisis faktor digunakan dengan tujuan mengetahui apa saja faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam melakukan keputusan mendaftar di SMA Islam Al Azhar 14 Semarang.

Proses utama analisis faktor menurut Santoso (2017), antara lain:

1. Menentukan variabel yang akan dianalisis.
2. Menguji variabel-variabel tersebut untuk menemukan variabel-variabel yang dianggap dapat masuk ke tahap analisis faktor menggunakan metode Barlett text of sphericity dan Measure of Sampling Adequacy (MSA).
3. Mengekstrak satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang sudah diuji sebelumnya (proses factoring).
4. Interpretasi atas faktor yang telah terbentuk.
5. Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui faktor yang terbentuk telah valid.