

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan antar negara saat ini mencapai puncak persaingan yang ketat dari berbagai bidang, termasuk dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang melaju dengan pesat. Sehingga bagian terpenting dalam kehidupan suatu bangsa yang bercita-cita mampu bersaing dengan negara-negara lain sangat memprioritaskan perkembangan sumber daya manusia. Salah satu upaya membina dan membangun sumber daya manusia yang tangguh dan dapat diandalkan diantaranya melalui pendidikan.

Globalisasi mempunyai dampak yang luas, tidak hanya pada sektor ekonomi tetapi juga mempengaruhi sektor pendidikan. Memasuki abad 21 tingkat persaingan bisnis khususnya dalam dunia pendidikan antar sekolah-sekolah swasta semakin ketat baik di dalam skala regional maupun nasional. Pendidikan dianggap semakin penting, karena bukan hanya sekedar bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan tetapi juga dianggap sebagai investasi masa depan untuk bekal mendapatkan pekerjaan yang baik terutama di tengah persaingan yang ketat di era globalisasi ini. Setiap orang berlomba untuk mendapatkan pendidikan yang terbaik sebagai modal menata masa depan yang lebih baik. Mereka berusaha mencari institusi-institusi pendidikan yang dapat memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas baik sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Dari sisi pelaku dunia pendidikan, sekarang ini dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pendidikan dari segala sisi. Karena sekarang ini persaingan menjadi semakin ketat dengan tumbuh suburnya lembaga pendidikan di lingkungan sekitar. Pendidikan saat ini sudah mengarah pada proses industrialisasi. Dunia pendidikan tidak bisa lagi dianggap sebagai lembaga sosial, tetapi harus diperlakukan sebagai industri yang harus dikelola secara profesional. Karena dengan semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen jika dikelola seadanya. Hal tersebut menyebabkan persaingan di dalam bisnis pendidikan akan semakin ketat, dimana masing-masing instansi pendidikan baik swasta maupun negeri, instansi pendidikan formal maupun informal berlomba memberikan produk-produk terbaik mereka. Semakin tingginya tingkat persaingan dan semakin banyaknya instansi pendidikan yang ada, maka pelanggan memiliki semakin banyak pilihan untuk menentukan instansi pendidikan yang terbaik bagi mereka.

Lembaga pendidikan yang memikirkan kelangsungan hidup usahanya dalam jangka panjang akan memberikan jasa yang lebih baik dari pesaingnya secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi harapan atau melebihi harapan konsumen atas jasa pendidikan yang ditawarkan sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan.

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.¹ Dalam hal ini jasa berupa suatu kegiatan yang bermanfaat bagi pihak lain dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Kotler mengemukakan pengertian jasa adalah:

A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything is production may or may not be tied to a physical product.

Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, yang melibatkan hubungan antara penyaji jasa dengan konsumen pemakai dan tidak ada perpindahan kepemilikan (*transfer of ownership*) antara keduanya.²

Apabila jasa pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka mutu pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka mutu pelayanan dipersepsikan sebagai mutu yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka mutu pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan/kepentingan pelanggannya secara konsisten.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja

¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. (Bayu Media Publishing, Malang: 1996) hal :6

² Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan* (Bandung, ALFABETA : 2012), Hal 334

atau hasil yang diharapkan³. Juga bisa diartikan sebagai suatu perasaan yang menyertai seseorang setelah dia memuaskan satu motif tertentu.⁴ Kepuasan itu akan terlihat dari hasil yang telah diciptakan atau yang telah didapatkan dari kebutuhannya, jika kepuasan telah diperoleh maka secara otomatis keinginan untuk datang kembali akan lebih besar lagi. Gerakan atau kampanye kepuasan pelanggan dilandasi pula pada sebuah gagasan bahwa pelanggan yang puas akan lebih loyal, tidak akan berpindah-pindah tempat dan akan berpotensi menyebarluaskan pengalaman positifnya kepada orang lain.⁵ Kebutuhan pada diri seseorang timbul atau diciptakan apabila dirasakan adanya ketidakseimbangan antara apa yang dia miliki dengan apa yang menurut pandangannya harus dimiliki.

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakkan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya dikarenakan masih belum bisa memenuhi kabutuhan dan kepuasan pelangganya. Sedangkan salah satu faktor kepuasan pelanggan adalah jasa layanan yang ditawarkan. Jasa layanan pendidikan adalah tindakan layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan kepada pembeli jasa yang berupa edukasi, pengetahuan, kemampuan dan nilai-nilai yang tertanam dalam diri siswa. Jasa layanan pendidikan yang efektif mempunyai pengaruh besar pada konsumen dan perilaku pembelian.

³ Philip kotler and Kevin lane keller, Benyamin Molan, *Marketing management* (PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009), hal. 177

⁴ D. J. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikolog* (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2008), hal. 444.

⁵ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, hal. 344

Pada umumnya semua orang tua menginginkan pendidikan yang terbaik untuk anaknya. Tentunya menginginkan hasil belajar yang memuaskan serta berguna dan bermanfaat untuk lingkungannya. Sehubungan dengan hal tersebut dalam pemasaran dunia pendidikan, jasa layanan merupakan salah satu factor penunjang terhadap minat masyarakat untuk menjadi konsumen pendidikan. Semakin baik jasa layanan yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula terpenuhinya kebutuhan pelanggan dan tingkat kepuasan dari pelanggan tersebut.

Salah satu instansi pendidikan dan merupakan salah satu lembaga swasta di kota Sumenep adalah pondok pesantren mathlabul ulum. Pondok pesantren mathlabul ulum merupakan pondok pesantren modern yang merupakan pengembangan tipe pesantren karena orientasi belajarnya cenderung mengadopsi seluruh sistem belajar secara klasik dan meninggalkan sistem belajar tradisional.

Dalam dunia pendidikan, masalah jasa layanan pendidikan dianggap sangat penting karena kunci keberhasilan setiap instansi pendidikan adalah mampu memberikan jasa layanan yang diharapkan oleh para pelanggannya. Jasa layanan tersebut dapat berupa *Knowledge*, *Skill*, dan *Attitude*. Produk lembaga pendidikan yang efektif mempunyai pengaruh besar pada konsumen dan perilaku pembelian.⁶

Pondok pesantren mathlabul ulum ini mempunyai beberapa jasa layanan unggulan, yaitu jasa layanan ekstrakurikuler. Jasa layanan pendidikan yang

⁶Lamb, Charles W.Hair.Joseph F & Mc Daniel Carl. *Pemasaran*.Terjemahan David Octarevia, Edisi Pertama, Jilid II, (Jakarta: Salemba Empat. 2001).Hal. 105

diberikan lembaga pondok pesantren mathlabul ulum diantaranya adalah penerapan *bilingual language*. Penerapan *bilingual language* adalah kegiatan yang telah dirancang dalam menerapkan dua bahasa (bahasa inggris dan bahasa arab) sehingga mampu memakai dua bahasa sebagai alat komunikasi setiap hari dengan baik. Jasa layanan yang kedua adalah KKN konvensional yang dilaksanakan pada santri dan santriwati kelas akhir yaitu kelas VI MMI dan MMAI (setara dengan kelas XII). Jasa layanan yang ketiga adalah penulisan jurnal kegiatan niha'i (kegiatan-kegiatan kelas akhir), autobiografi, tokoh idola dan resensi. Tujuan dari program tersebut adalah melatih santri dan santriwati dalam dunia jurnalistik dan komputer sehingga mempunyai wawasan yang luas dan jauh dari kata *gaptek*. Jasa layanan yang keempat adalah '*amaliyah tadris* (praktek mengajar). '*amaliyah tadris* ini dilaksanakan pada saat santri dan santriwati menduduki kelas akhir yang mana mereka mengajar adik-adik kelasnya dengan menggunakan bahasa inggris dan bahasa arab.

Dari semua layanan tersebut terdapat jasa layanan yang paling unggul, yaitu layanan *bilingual language*, layanan tersebut merupakan layanan yang paling menarik dan selalu bergesekan dengan dunia santri. Melihat realitas yang terjadi layanan tersebut sering mengalami perkembangan dan peningkatan jumlah peminat.

Penerapan jasa pelayanan yang sudah dianggap baik yang dilakukan oleh pondok pesantren mathlabul ulum bukannya berjalan mulus tanpa kendala dan

masalah, karena pada kenyataannya masih ditemukan beberapa keluhan pelanggan sehingga pembenahan-pembenahan masih harus dilakukan.

Oleh karena hal-hal tersebut maka pihak lembaga merasa perlu melakukan strategi-strategi agar mendapatkan kepercayaan yang lebih lagi dari pelanggan serta dapat memberikan layanan pendidikan yang baik bagi seluruh siswa siswinya.

Seperti diketahui bahwa lembaga pendidikan adalah sebuah kegiatan yang melayani konsumen berupa murid, siswa, mahasiswa dan juga masyarakat umum yang dikenal sebagai "*stakeholder*". Lembaga pendidikan pada hakikatnya bertujuan memberi layanan. Pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut karena mereka sudah membayar mahal kepada lembaga pendidikan tersebut.⁷

Keberhasilan suatu jasa pelayanan dalam mencapai tujuannya sangat tergantung pada konsumennya, dalam arti lembaga memberikan layanan yang baik kepada para pelanggannya akan sukses dalam mencapai tujuannya. Puas tidaknya para konsumen terhadap jasa yang di tawarkan, pastinya akan memberikan imbas tertentu bagi perkembangan dalam suatu lembaga pendidikan. Apabila konsumen mendapatkan kepuasan dari produk yang di pasarkan, bisa dipastikan bila mereka akan melakukan pembelian ulang di masa-masa yang akan datang. Dan begitu juga sebaliknya, bila mereka kecewa dengan pelayanan yang

⁷ Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2003) Hal: 45

di berikan, maka tidak menutup kemungkinan bila mereka akan kapok melakukan pembelian di lembaga tersebut dan berpaling ke lembaga lain.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil judul "HUBUNGAN JASA LAYANAN PENDIDIKAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PONDOK PESANTREN PUTRI MATHLABUL ULUM LENTENG SUMENEP".

Dengan harapan melalui penelitian ini penulis mampu menggali dan memahami program bilingual language dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan pendidikan, sehingga dapat menerapkan manajemen secara efektif dan efisien.

B. Batasan Masalah

Dari permasalahan yang telah dijelaskan diatas peneliti menentukan fokus masalah pada satu layanan di Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep, yaitu layanan ekstrakurikuler. Dalam penelitian ini peneliti mengambil fokus pada satu jasa layanan yaitu penerapan *bilingual language* karena keterbatasan tenaga, biaya dan waktu yang peneliti miliki.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan jasa layanan *bilingual language* di Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pendidikan di Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep?

3. Bagaimana hubungan jasa layanan *bilingual language* dengan kepuasan pelanggan pendidikan Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan jasa layanan *bilingual language* di Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pendidikan di Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep.
3. Untuk mengetahui bagaimana hubungan jasa layanan *bilingual language* dengan kepuasan pelanggan pendidikan Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian.⁸

Sehubungan dengan permasalahan penelitian ini yaitu mengenai ada tidaknya hubungan jasa layanan pendidikan pondok pesantren mathlabul ulum dengan kepuasan pelanggan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

⁸ Burhan, Bungin. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta;Kencana prenada Media Group. 2011).Hal.75.

- Ha : Ada hubungan jasa layanan *bilingual language* dengan kepuasan pelanggan Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep.

Hipotesis yang diajukan selanjutnya akan diuji kebenarannya dengan bantuan statistik dengan data-data yang terkumpul.

F. Manfaat Hasil Penelitian

1. Secara teoritis

Dengan jasa layanan *bilingual language*, tentunya penulis akan banyak memiliki pengalaman dan pemahaman teori, yang mana teori tersebut bisa penulis jadikan pedoman atau panutan untuk diterapkan dilapangan sebagai salah satu strategi dalam proses pendidikan menuju pendidikan berwawasan yang berkualitas. Sehingga penulis tidak hanya memahami sebatas teori saja, akan tetapi penulis juga memiliki pemahaman dan pengalaman di lapangan.

2. Secara praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan penulis bisa memberi kontribusi pada santriwati dalam hal meningkatkan kesadaran akan pentingnya menguasai bahasa asing dengan cara memotivasi agar dapat berperan aktif dalam kegiatan program *bilingual language* di pondok pesantren mathlabul ulum dan dapat dijadikan tambahan referensi sebagai data penunjang dalam memperoleh kepuasan sebagai konsumen pendidikan melalui jasa layanan *bilingual language* di pondok pesantren mathlabul ulum.

3. Secara empiris

Dalam penelitian ini penulis banyak menemukan pengalaman yang bisa dijadikan sebagai pijakan faktual dan aktual dalam hal jasa pendidikan, tentunya yang ada relevansinya dengan kepuasan menjadi konsumen pendidikan. Karena penulis terlibat langsung dalam lapangan pada saat meneliti.

G. Definisi Operasional

1. Jasa Layanan Pendidikan

Jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak yang lainnya yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.⁹ Jasa pendidikan adalah seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pendidikan yang mengutamakan pelayanan dalam prosesnya. Jadi, jasa layanan pendidikan adalah tindakan layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan kepada pembeli jasa.

2. *Bilingual Language*

Bilingual language adalah alat komunikasi yang digunakan setiap hari dengan menggunakan dua bahasa (arab-Inggris) baik secara aktif (lisan) ataupun pasif (tulisan).

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan

⁹ Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, Hal 334

mengonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.¹⁰ Sedangkan pelanggan adalah pemakai barang atau penikmat jasa.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang, puas individu karena terpenuhinya harapan atau keinginan dalam menerima jasa pelayanan.

H. Penelitian Terdahulu

Dari penelitian terdahulu didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, dimana masing-masing peneliti mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam penelitian mereka.

1. Nurul agustin, tahun 2008 Jurusan Mnajemen Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Perkreditan Rakyat Syari’ah Bakti Makmur Indah Krian-Sidoarjo”. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa :
 - a. Dengan menggunakan program statistic ditemukan bahwa hasil dari analisis korelasi biserial, maka didapat korelasi antara kualitas pelayanan

¹⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia Jilid 1*, (Jakarta : PT Prenhallindo, 1997) hal : 36

dengan kepuasan nasabah adalah 0,601. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

- b. Uji signifikan yang menggunakan uji-t, ditemukan bahwa, dari table distribusi t didapat nilai t table untuk untuk 95 = 1.980. dikarenakan nilai t hitung > t table ($7,329 > 1,980$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya bahwa ada hubungan secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Aminatuz Zuhriyah, tahun 2010 Jurusan Manajemen Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Saqina Distro Mojokerto”. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Dengan menggunakan program statistic ditemukan bahwa hasil dari Regresi Ganda Dua Prediktor $Y = 0,005 + 0,095 X_1 + 0,129 X_2$
 - ✓ Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan besar pengaruh sebesar 0,095
 - ✓ Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan besar pengaruh sebesar 0,129

Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Uji Koefisien Regresi yang menggunakan uji-f, ditemukan bahwa, dari tabel ANNOVA didapat nilai F hitung adalah 13,194 dan nilai tersebut

lebih besar dari F tabel yang sebesar 3,195056. Dikarenakan nilai F hitung $> F$ table (13,194 $>$ 3,195056) dan nilai P value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

I. Sistematika Pembahasan

1. BAB I

Merupakan pendahuluan yang didalamnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, hipotesis, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

2. BAB II

Mendeskripsikan kajian teori : segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa layanan pendidikan, penerapan *bilingual language* dan kepuasan pelanggan pendidikan serta hubungan jasa layanan *bilingual language* dengan kepuasan pelanggan.

3. BAB III

Metodelogi penelitian yang didalamnya memuat jenis dan pendekatan penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji instrumen dan analisis data.

4. BAB IV

Memaparkan tentang: profil Pondok Pesantren Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep, gambaran umum kondisi penerapan *bilingual language*, serta hubungan program bilingual language dengan kepuasan pelanggan pendidikan.

5. BAB V

Bab ini merupakan bab penutup, yang memuat Kesimpulan dari rumusan masalah yang dibahas dan juga rekomendasi yang perlu diperhatikan sebagai masukan berdasarkan manfaat dan tujuan penelitian. Selain itu memuat saran yang diberikan penulis kepada Pondok Pesantren Putri Mathlabul Ulum Lenteng Sumenep yang berdasarkan dari temuan sehingga lebih baik.