

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pemanasan global yang terjadi saat ini merupakan ancaman bagi seluruh penduduk dunia. Sebagai akibat dari konsentrasi zat rumah kaca di atmosfer karena aktifitas manusia seperti pembakaran bahan bakar minyak dan penebangan liar yang terus menerus terjadi hampir di seluruh dunia, meningkatnya polusi dan menipisnya daya pendukung sumberdaya alam juga akibat dari aktifitas manusia dalam bidang industri, komersial dan pribadi. Namun setidaknya, kita punya kewajiban untuk berikhtiar menyelamatkan lingkungan sebagai antisipasi untuk memperlambat laju peningkatan suhu bumi ini. Masalah lingkungan merupakan masalah yang timbul dari manusia sendiri, maka penanggulangannya ditentukan oleh perilaku hidup manusia yang ramah lingkungan. Upaya yang harus segera kita lakukan salah satunya melalui proses pendidikan.<sup>1</sup>

Untuk menciptakan manusia yang ramah lingkungan diperlukan peran pendidikan khususnya sekolah, sebab disekolah banyak sekali generasi muda yang akan menjadi pewaris bumi ini, yang dapat ditempa kesadarannya untuk mencintai lingkungan. Salah satu caranya adalah dengan menciptakan sekolah

---

<sup>1</sup> Kardong Eddy dan Sontang Manik, *Pengelolaan Lingkungan Hidup*, (Jakarta: Djambatan. 2003), hal. 31.

ramah lingkungan melalui gerakan *green school*, menuju *green at home* dan *green Indonesia*.

*Green school* merupakan program suatu lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menjaga, memelihara dan membangun kondisi sekolah yang dapat diartikan menggalakkan lingkungan hijau dan kebersihan lingkungan disekolah. Salah satu kegiatannya adalah penghijauan sekolah. Jika kondisi ini dapat diwujudkan maka akan tercipta lembaga yang penuh pepohonan yang rindang, bersih, asri dan menyenangkan. Sehingga semua siswa betah disekolah serta dapat membantu siswa dalam menelaah pelajaran.

Strategi pembelajaran yang menggunakan lingkungan adalah salah satu strategi yang mendorong siswa agar belajar tidak tergantung dari apa yang ada didalam buku atau kitab yang merupakan pegangan guru. Konsep pembelajaran ini berangkat dari belajar konseptual dengan lebih mengedepankan bahwa hal yang perlu dipelajari terlebih dahulu oleh siswa adalah apa yang ada dilingkungannya.<sup>2</sup>

Dikti mengemukakan bahwa anak anak usia muda sangat baik diajak untuk memahami faktor faktor yang mempengaruhi penurunan kualitas lingkungan hidup. Kita semua menyadari kualitas lingkungan dari hari ke hari, dari generasi ke generasi bukannya semakin membaik tapi malah sebaliknya. Lebih lanjut dikti menyadarkan masyarakat yang sudah terlanjur kurang

---

<sup>2</sup>Hamzah dan Nurdin Muhammad, *Belajar dengan Pendekatan PAILKEM (Pembelajaran Aktif, inovatif, lingkungan, Kreatif, Efektif dan Menyenangkan)*. ( Jakarta: Bumi Aksara. 2012), hal.11.

memahami arti kualitas lingkungan untuk kelestarian ummat manusia, sulit untuk dilakukan. penanaman pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya menjaga kelestarian kualitas lingkungan sangat baik apabila mulai diterapkan pada pendidikan anak usia dini.

Secara formal pendidikan lingkungan hidup menjadi salah satu alternatif yang rasional untuk memasukkan pendidikan lingkungan ke dalam kurikulum. Pendidikan lingkungan hidup merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan dalam pengelolaan lingkungan hidup dan juga menjadi sarana yang sangat penting dalam menghasilkan sumber daya manusia yang dapat melaksanakan prinsip pembangunan berkelanjutan.<sup>3</sup>

Selanjutnya mempelajari tentang seluk beluk serta pemamfaatan lingkungan ternyata siswa bukan hanya diajak untuk mempelajari konsep tentang lingkungan, tetapi lingkunganpun dapat menjadi salah satu sumber belajar. Hal ini senada dengan pernyataan dan penuturan dari depdiknas yang mengemukakan bahwa belajar dengan menggunakan lingkungan memungkinkan siswa menemukan hubungan yang sangat bermakna antara ide ide abstrak dan penerapan praktis didalam kontek dunia nyata, konsep dipahami melalui proses penemuan, pemberdayaan dan hubungan. Winaputra mengatakan bahwa pemamfaatan lingkungan didasari oleh pendapat pembelajaran yang lebih bernilai, sebab para siswa diharapkan dengan peristiwa dan keadaan yang

---

<sup>3</sup>Yustina, *Hubungan Pengetahuan Lingkungan Hidup dengan Persepsi, Sikap dan Minat dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup pada Guru Sekolah Dasar di Kota - Pekanbaru*. Jurnal Biogenesis Vol. 2. 2006, hal. 20.

seharusnya. Samatowa mengatakan bahwa pembelajaran yang dilakukan diluar kelas (*out of door education*) dengan memanfaatkan lingkungan sebagai laboratorium alam. Selain itu, pula Iskandar menyatakan bangkitnya motivasi belajar intrinsic siswa sangat dipengaruhi oleh motivasi ekstrinsik yaitu *behavior* (lingkungan).

Melalui proses belajar yang mengalami sendiri, menemukan sendiri tersebut akan menumbuhkan motivasi siswa untuk belajar mengatasi permasalahan lingkungan. Pemilihan strategi pembelajaran yang tepat dimaksud agar proses pembelajaran dapat berjalan dengan lancar, sehingga keterlibatan siswa dalam belajar tercapai serta hasil belajarnya meningkat dalam sisi kognitif, afektif, maupun psikomotoriknya. Proses sosialisasi dan aktualisasi diri siswa dalam mencintai kelestarian alam perlu aktivitas yang mengarah kepada aksi langsung di lapangan (melihat, mengkaji dan melakukan tindakan nyata dalam mewujudkan perihal kelestarian alam atau konservasi).<sup>4</sup>

Oleh sebab itu untuk menanamkan karakter cinta lingkungan, dan kesadaran akan pelestarian lingkungan hidup. Maka sekolah perlu menerapkan *green school* yang merupakan program sekolah yang ramah lingkungan, dalam pelaksanaannya melibatkan semua warga sekolah serta dilaksanakan secara berkelanjutan. *Green school* tidak sebatas lingkungan yang hijau namun hemat energi dan lingkungan yang bersih, dapat mengurangi kuantitas sampah, dan

---

<sup>4</sup> Hamzah dan Nurdin Muhammmad, *Belajar dengan Pendekatan PAILKEM (Pembelajaran aktif, inovatif, lingkungan, kreatif, efektif dan menyenangkan )*, hal.136-137.

memamfaatkannya seperti mendaur ulang sampah *non organic* serta memamfaatkan sampah organik sebagai pupuk kompos. *Green school* dalam konsep adiwiyata melalui modul terbaru 2012 adalah sekolah yang mampu mengoptimalkan potensi sumberdaya alam sebagai solusi pemecahan permasalahan yang di hadapi oleh warga seputar sekolah.<sup>5</sup>

Sekolah SMPN 26 Surabaya berupaya penuh untuk menanamkan karekter cinta lingkungan serta untuk menerapkan proses pembelajaran yang aktif, kreatif, efektif dan menyenangkan dengan menerapkan *green school*. *Green school* merupakan salah satu program sekolah SMPN 26 Surabaya yang ramah lingkungan dan hemat energy. Penerapan *green school* di SMPN 26 Surabaya tidak sebatas lingkungan yang hijau namun hemat energi dan lingkungan yang bersih, serta menerapkan pengelolaan sampah, berkebun, menerapkan makanan yang sehat dan higienis serta mengurangi sampah plastik.

Adapun penerapan *green school* di SMPN 26 Surabaya ini dilakukan dengan melakukan penghijauan atau penanaman pohon di lingkungan sekolah (hutan sekolah), menerapkan kegiatan pengurangan sampah plastik disekolah, menerapkan eksistensi kolam ikan, memamfaatkan lahan kosong disekitar hutan sekolah untuk rumah jamur, pengomposan sampah organik dengan memamfaatkan sisa makanan dan sisa sampah dedaunan serta mewujudkan kantin apung sebagai pusat makanan atau minuman higienis dan pusat pembentukan

---

<sup>5</sup> Kementrian Lingkungan Hidup dan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, *Panduan Adiwiyata (Sekolah Peduli dan Berbudaya Lingkungan)*, 2012, hal. 5.

karakter. Disebut kantin apung dan pusat pendidikan karakter karena kantinnya mengapung diatas air, membudidayakan kupon sebagai alat pembelian guna untuk menanamkan sikap kejujuran pada siswa dan semua warga sekolah serta membudidayakan antre. Dengan diterapkannya berbagai program tersebut dengan baik, SMPN 26 Surabaya telah berhasil meraih gelar sekolah adiwiyata nasional yang merupakan suatu penghargaan untuk lembaga atau sekolah yang menerapkan program *green school* dengan baik. Penerapan *green school* tersebut diharapkan agar suasana akan semakin membuat nyaman dalam proses pendidikan dan pengajaran. Suasana yang teduh nan nyaman akan menumbuhkan imajinasi dalam berpikir dan menunjang prestasi siswa. Tidak mungkin bisa berpikir kalau situasi panas semrawut.

Dalam sekolah efektif, perhatian khusus selain diberikan kepada penciptaan proses belajar yang aktif, inovatif , menyenangkan, juga diberikan kepada pemeliharaan iklim dan budaya yang kondusif ditandai dengan terciptanya lingkungan belajar yang aman, nyaman, asri dan tertib sehingga pembelajaran dapat berlangsung secara efektif. Iklim dan budaya lingkungan sekolah yang kondusif sangat penting agar peserta didik merasa senang dan bersikap positif terhadap sekolahnya. Hal ini dapat terjadi melalui penciptaan lingkungan yang bersih, asri, nyaman dan aman.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Mulyasa, *Manajemen dan Kepemimpinan kepala sekolah*, (Jakarta: Bumi Aksara,2012). hal. 89-90.

Pada umumnya semua orang tua menginginkan pendidikan yang terbaik untuk anaknya. Tentunya menginginkan hasil belajar yang memuaskan serta berguna dan bermamfaat bagi lingkungannya. Sehubungan dengan hal tersebut dalam strategi pemasaran jasa pendidikan, lingkungan merupakan salah satu faktor penunjang terhadap minat siswa dan masyarakat untuk membeli jasa pendidikan atau untuk menjadi konsumen pendidikan. Strategi pemasaran pendidikan merupakan kegiatan lembaga pendidikan untuk memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan.

Sehubungan dengan hal tersebut Zeithaml dan bitner mengemukakan konsep pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), dan *promotion* (promosi). Sementara itu untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan unsure non tradisional *marketing mix* yaitu, *people* (orang), *physical avidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses). Sehingga menjadi 7P. Masing masing unsure tersebut saling berhubungan dan tergantung satu sama lainnya dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya.<sup>7</sup>

Dalam strategi pemasaran pendidikan, penampilan tempat usaha turut membantu menentukan citra tempat usaha. Lamb, mengemukakan elemen utama dari penampilan tempat adalah suasana (*atmosphere*), yaitu kesan keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak fisik dan dekorasi. Suasana dapat menciptakan

---

<sup>7</sup> Zethaml, "Service Marketing". (New Jersey: MC Graw Hill, 2001), hal. 18

perasaan santai ataupun sibuk, kesan mewah atau efisiensi, sikap ramah ataupun dingin, terorganisasi ataupun kacau. Tata letak tempat adalah kunci keberhasilan, tata letak direncanakan sehingga semua ruang digunakan secara efektif, termasuk lorong-lorongnya, perlengkapan tetap, pemajangan barang dan wilayah bukan penjualan. Tata letak yang efektif tidak hanya menjamin kenyamanan dan kemudahan, melainkan juga mempunyai pengaruh besar pada pola lalu lintas konsumen, perilaku pembelian dan minat konsumen untuk menjadi pelanggan.<sup>8</sup>

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek. Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan. Perilaku minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merek atau jasa. Tahapan terakhir dari proses tersebut adalah pengambilan keputusan secara kompleks termasuk menggunakan merek atau jasa yang diinginkan.

Penentuan lokasi dan lingkungan sekolah akan mempengaruhi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya, termasuk tata letak dan pemamfaatan lingkungan sekolah sekolah menjadi bahan pertimbangan terhadap minat siswa untuk menjadi konsumen pendidikan.<sup>9</sup> Lokasi sekolah perlu mempertimbangkan lingkungan dimana lokasi itu berada, dekat dengan pusat kota

---

<sup>8</sup>Lamb, Charles W.Hair.Joseph F & Mc Daniel Carl. *Pemasaran*. Terjemahan David Octarevia, Edisi Pertama, Jilid II, (Jakarta: Salemba Empat. 2001), hal. 105.

<sup>9</sup>Swastha Basu, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty. 1990), hal. 63.



atau perumahan, Kondisi lahan parkir, lingkungan belajar yang kondusif (sekolah ramah lingkungan), dan sarana transportasi. Oleh karena itu lokasi dan lingkungan pendidikan perlu diatur sedemikian rupa agar dapat menjadi daya tarik bagi mereka.<sup>10</sup> Berdasarkan permasalahan diatas, dalam penulisan skripsi ini akan penulis tuangkan dalam bentuk judul “**PENGARUH PENERAPAN *GREEN SCHOOL* SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN TERHADAP MINAT SISWA KELAS VII DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI 26 SURABAYA**”.

Melalui penelitian ini penulis berharap mampu menggali dan memahami proses penerapan *green school* dan pengaruhnya terhadap strategi pemasaran pendidikan, sehingga dapat menerapkan manajemen sekolah secara efektif dan efisien.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana proses penerapan *green school* di SMPN 26 Surabaya?
2. Bagaimana strategi pemasaran di SMPN 26 Surabaya?
3. Bagaimana minat siswa kelas VII terhadap penerapan *green school* sebagai strategi pemasaran di SMPN 26 Surabaya?
4. Bagaimana pengaruh penerapan *green school* sebagai strategi pemasaran pendidikan pada minat siswa siswa kelas VII di SMPN 26 Surabaya?

---

<sup>10</sup>Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*,( Bandung: Alfabeta. 2004 ), hal. 383.

### C. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian.<sup>11</sup>

Sehubungan dengan permasalahan penelitian ini yaitu mengenai ada tidaknya pengaruh penerapan *green school* sebagai strategi pemasaran Pendidikan terhadap minat siswa, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara penerapan program *green school* sebagai strategi pemasaran pendidikan terhadap minat siswa kelas VII di SMPN 26 Surabaya.

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

### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana proses penerapan *green school* di SMPN 26 Surabaya.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pendidikan di SMPN 26 Surabaya
3. Untuk mendiskripsikan minat siswa kelas VII sebagai konsumen *green school* sebagai strategi pemasaran pendidikan di SMPN 26 Surabaya.

---

<sup>11</sup> Burhan, Bungin. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Krenada Media Group. 2011), hal.85.

4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh penerapan *green school* terhadap minat siswa VII sebagai konsumen pendidikan SMPN 26 Surabaya.

#### **E. Mamfaat Hasil Penelitian**

1. Secara Teoritis

Dengan mempelajari proses penerapan *green school* sebagai strategi pemasaran pendidikan di SMPN 26 Surabaya, yang telah berhasil meraih gelar adiwiyata nasional, 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 lingkungan 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 di SMPN 26 Surabaya ini diharapkan penulis bisa memberi kontribusi pada masyarakat dalam hal meningkatkan kesadaran akan pelestarian lingkungan hidup terhadap anak-anaknya dengan cara memotivasi agar dapat berperan aktif dalam kegiatan *green school* dan dapat dijadikan tambahan referensi sebagai data penunjang dalam memikat minat siswa sebagai konsumen pendidikan melalui penerapan *green school*.

3. Secara Empiris

Dalam penelitian di SMPN 26 Surabaya ini penulis banyak menemukan pengalaman yang bisa dijadikan sebagai pijakan faktual dan aktual dalam hal

penerapan *green school* sebagai salah satu strategi pemasaran pendidikan, tentunya yang ada relevansinya dengan minat siswa untuk menjadi konsumen pendidikan. Karena penulis terlibat langsung dalam lapangan pada saat meneliti.

## **F. Definisi Operasional**

### **1. *Green School***

*Green school* merupakan Sekolah yang memiliki komitmen dan secara sistematis mengembangkan program program untuk menginternalisasikan nilai nilai lingkungan kedalam seluruh aktifitas sekolah.<sup>12</sup>

Adapun indikator yang dijadikan sebagai alat ukur untuk mengetahui baik atau tidaknya penerapan *green school* di SMPN 26 Surabaya yaitu sebagai berikut:

#### **a. Kebijakan Berwawasan lingkungan**

Kebijakan sekolah berwawasan lingkungan meliputi: visi misi sekolah yang peduli lingkungan, kebijakan sekolah mengintegrasikan pendidikan lingkungan hidup pada semua mata pelajaran, kebijakan sekolah melaksanakan berbagai kegiatan berbasis lingkungan (pengurangan sampah plastik, pengomposan sampah organik, daur ulang sampah non organik, hemat energi, penerapan makanan sehat, penerapan karya ilmiah bertema lingkungan)

---

<sup>12</sup> Kementerian Lingkungan Hidup dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Panduan Adiwiyata, 2012, hal. 6.

b. Kegiatan Lingkungan Berbasis Partisipatif

Kegiatan lingkungan berbasis partisipatif meliputi: sekolah melibatkan semua warga sekolah dalam pelestarian lingkungan sekolah, dilaksanakan secara terus menerus dan bermamfaat.

c. Pengelolaan Sarana Pendukung Ramah Lingkungan

Pengelolaan sarana pendukung ramah lingkungan meliputi: pengadaan hutan sekolah, pemamfaatan hutan sekolah, pengadaan bank sampah, penyediaan tempat sampah organik dan non organik, penyaluran air bersih.<sup>13</sup>

## 2. Strategi Pemasaran Pendidikan

Stategi pemasaran pendidikan merupakan berbagai upaya yang dilakukan sekolah dalam memberikan layanan terhadap konsumen pendidikan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan.

Adapun indikator dari pemasaran pendidikan yaitu: prodak, proses, tempat/lingkungan, harga, promosi, orang, dan bangunan fisik.<sup>14</sup> Namun dalam penelitian ini lebih fokus pada tempat atau lingkungan sekolah.

---

<sup>13</sup> Ibid...., hal 6.

<sup>14</sup>Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*,( Bandung: Alfabeta. 2009), hal. 31.

### 3. Minat Siswa

Minat Siswa adalah perilaku siswa yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan tindakan pembelian atau kegiatan penggunaan jasa pendidikan.

Adapun indikator yang dijadikan sebagai alat ukur minat konsumen dalam keputusan pembelian seperti yang dijelaskan kotler sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Adapun indikator dari aspek budaya yaitu kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis, nilai, gagasan yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial.

c. Faktor Pribadi

Faktor ini dipengaruhi oleh: usia dan tahap siklus hidup, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

d. Faktor Psikologi

Faktor psikologis terdiri dari: motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Kotler Philip, *Marketing Management*, (New Jersey: Prentice Hall International, 2003), hal. 214-231.

## **G. Sistematika Pembahasan**

### **1. BAB I**

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

### **2. BAB II**

Mendeskripsikan kajian teori, segala sesuatu yang berkaitan dengan penerapan *green school*, pemasaran pendidikan, minat siswa sebagai konsumen pendidikan terhadap *green school* serta pengaruh *green school* sebagai strategi pemasaran pendidikan terhadap minat siswa.

### **3. BAB III**

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

### **4. BAB IV**

Memaparkan tentang, gambaran umum sekolah, penerapan *green school* di SMPN 26 Surabaya, strategi pemasaran pendidikan di SMPN 26 Surabaya, minat siswa kelas VII terhadap *green school* di SMPN 26 Surabaya serta pengaruh penerapan *green school* sebagai strategi pemasaran pendidikan terhadap minat siswa kelas VII SMPN 26 Surabaya.

### **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 mamfaat dan tujuan penelitian. Selain itu memuat saran yang diberikan penulis kepada SMPN 26 Surabaya yang berdasarkan dari temuan sehingga lebih baik.