

PENGARUH PRODUK, BIAYA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH (Studi kasus di SMK Mahaputra Cerdas Utama di Kab.Bandung)

Deni Hamdani, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekuitas
deni.hamdani@ekuitas.ac.id

Abstrak

Latar belakang penelitian: penerimaan siswa baru yang turun naik, terdapat data survey awal produk, harga dan keputusan memilih sekolah termasuk kategori baik di SMK Mahaputra Cerdas Utama. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap keputusan siswa memilih SMK Mahaputra Cerdas Utama .

Materi dan metode : Fungsi pemasaran dalam pendidikan adalah membentuk citra baik terhadap lembaga, dalam rangka menarik minat sejumlah calon siswa, bauran pemasaran jasa pada lembaga pendidikan adalah elemen-elemen organisasi pendidikan yang dapat dikontrol oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan peserta didik dan akan dipakai untuk memuaskan peserta didik. Penelitian ini berpendekatan kuantitatif, menggunakan 142 responden sebagai sampel dengan teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisisioner yang memuat pernyataan yang harus dipilih oleh responden dokumentasi berupa data siswa selama 3 tahun terakhir dan pengamatan terhadap kondisi sekolah, setelah data terkumpul dilakukan teknik analisis regresi linier berganda dan untuk menguji hipotesis digunakan uji F dan uji t.

Hasil penelitian: menunjukkan secara simultan produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan siswa sebesar 57% dimana pengaruh tersebut positif dan signifikan. Secara parsial produk, harga dan lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menambah variabel independen dalam model penelitian sehingga dapat diperoleh hasil penelitian terkait dengan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih yaitu variabel citra sekolah, lingkungan keluarga.

Kata kunci: produk, harga, lokasi dan keputusan memilih sekolah

PENDAHULUAN

Kota Bandung dikenal sebagai kota seni dimana masyarakatnya memiliki kreatifitas Berdasarkan Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) Nomor 12 Tahun 2012, pendidikan nasional adalah pendidikan yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia, dan tanggap terhadap tuntutan perubahan jaman. Dalam rangka penyempurnaan Kurikulum 2013, pemerintah dalam hal ini Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah menerbitkan peraturan perundangan salah satunya Permendikbud Nomor 34 Tahun 2018. Standar Nasional Pendidikan SNP SMK/MAK.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menerbitkan Permendikbud Nomor 51 Tahun 2018 yang mengatur tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

SMK Mahaputra Cerdas Utama merupakan salah satu lembaga pendidikan yang tujuan utamanya untuk membekali siswa pada kemampuan ilmu dan penguasaan teknologi sehingga nantinya diharapkan saat terjun ke masyarakat mampu menjadi generasi dan pekerja yang terampil, kreatif, inovatif .yang berpengatahuan dan berakhlakul karimah.

Jumlah siswa yang mendaftar ke SMK Mahaputra Cerdas Utama dari tahun ke

tahunnya. selalu meningkat terutama di tiga tahun terakhir dengan jumlah siswa yang mendaftar sebagai berikut.

Tabel 1 Jumlah Siswa yang diterima dari tahun Pelajaran 2016 s/d 2019

No	Tahun	Paket Keahlian		Jumlah	Target	Persentase
		Multimedia	RPL			
1	2016 - 2017	18	18	36	64	56%
2	2017 - 2018	59	32	91	96	95%
3	2018 - 2019	45	49	94	96	98%
JUMLAH				221	256	86%

Sumber : Data dokumen sekolah (2018)

Untuk mempertegas fenomena mengenai variabel produk, maka dilakukan pra survei atau penelitian pendahuluan dengan membagikan kuisioner ke 30 siswa SMK Mahaputra Cerdas Utama.

Berdasarkan fenomena empirik hasil survei pendahuluan sebagaimana yang telah diuraikan, maka pernyataan yang muncul pada penelitian ini adalah program studi yang ada di SMK Mahaputra, secara umum responden menjawab baik dengan rata rata diatas 80%, namun secara ideal seharusnya responden ada di interval 100%, karena kurikulum untuk SMK harus sesuai dengan kebutuhan industry (link and match) dengan demikian hal itu menjadi identifikasi masalah dari variabel program studi/kurikulum.

Permasalahan selanjutnya yang dapat diidentifikasi dari hasil survei pendahuluan adalah tentang bagaimana para siswa menyikapi mengenai biaya pendidikan. Biaya pendidikan di SMK Mahaputra masih menjadi tulang punggung dalam melaksanakan kegiatan pendidikan. Pada umumnya penentuan biaya pendidikan di lingkungan SMK yang berada di sekitar SMK Mahaputra berada dibawah rata-rata aturan dinas pendidikan sebesar Rp. 185.000 per bulan. Berdasarkan hasil survei awal dapat diidentifikasi bahwa sebagian besar (84%) para siswa SMK Mahaputra menganggap bahwa besaran SPP/DPM masih kurang sesuai dalam arti masih tinggi sehingga terjadi banyak tunggakan dalam pembayaran SPP/DPM.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka disinyalir terdapat beberapa kesenjangan (gap) penelitian serta pentingnya dilakukan penelitian sebagai berikut : Pertama, konsep bauran pemasaran cukup penting diterapkan dilembaga pendidikan. Kedua, adanya variable marketing mix digunakan sebagai variable akan tetapi dalam penelitian ini unsur bauran pemasaran di pecah menjadi variabel tersendiri yaitu produk, biaya, dan lokasi. Ketiga, model dalam penelitian ini merupakan reduksi dari beberapa penelitian sebelumnya karena dilakukan pada masa pandemic covid 19. Keempat , terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian dari jurnal sebelumnya.

Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah, Terdapat produk yang sebenarnya mempunyai kelengkapan dan kualitas yang baik akan tetapi adanya persaingan dengan pasar lain, sehingga perlu adanya kajian untuk meningkatkan produk yang berkualitas. Adanya keterjangkauan biaya yang diberikan, akan tetapi dalam kenyataannya masih ada beberapa orang tua siswa mengatakan bahwa biaya masih belum sebanding dengan produk tersebut, perlu adanya pengkajian lebih lanjut. Letak tempat yang strategis, namun masih belum

banyak yang mengenal akan lokasi tersebut. Informasi dari keluarga dan masyarakat terhadap keputusan peserta didik memilih SMK Mahaputra Cerdas Utama masih beragam dan tidak akurat. Keputusan peserta didik memilih SMK Mahaputra Cerdas Utama belum seluruhnya muncul dari keinginan peserta didik. Hasil penelitian pendahuluan terhadap keputusan memilih sekolah, menunjukkan bahwa keputusan memilih belum baik dalam pandangan siswa.

Rumusan Masalah, Bagaimana gambaran tentang produk, biaya, lokasi dan keputusan siswa memilih sekolah serta pengaruhnya terhadap keputusan memilih sekolah di SMK Mahaputra Cerdas Utama

TINJAUAN PUSTAKA

George F.Terry dalam Afifudin (2013:5), mendefinisikan manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumberdaya lainnya.

Sedangkan manajemen pemasaran menurut Philip Kotler and K.L.Keller (2016:27) adalah sebagai berikut “ Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customer through creating, delivering and communicating superior customer value” Artinya manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul”.

Marketing Mix menurut Kotler dan Armstrong (2017:77-78) yaitu “is the set of tactical marketing tools that the firm blend to produce the response it wants in the target market.” Yang artinya seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dipasar sasaran.

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2017: 77) produk adalah “ the goods and service combination the company offers to the target market” yang artinya kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan pada target pasar. Dengan demikian produk adalah segala sesuatu yang diperjualbelikan, baik berupa barang fisik, jasa, pengalaman, tempat, properti maupun gagasan.

Menurut Kotler dan Keller (2012: 43) jasa adalah “ segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan dan dikonsumsi oleh konsumen sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen”.

Di lembaga pendidikan produk jasa yang ditawarkan kepada para konsumen terutama siswa adalah reputasi, prospek dan variasi pilihan yaitu pilihan konsentrasi bervariasi sehingga calon siswa bisa memilih bidang konsentrasi sesuai bakat dan minatnya. Produk pendidikan merupakan elemen pertama yang perlu diketahui dan direncanakan dengan melihat potensi-potensi yang ada di siswa, karakteristik dan cirikhas daerah dan agama.

Pengertian harga menurut Michael J. Etzel adalah “ nilai yang disebutkan dalam mata uang (dolar = \$) atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar”. Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli,hal ini berlaku dalam negara miskin , namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (price) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa.

Lokasi merupakan bagian dari lembaga pendidikan yang juga harus diperhatikan oleh manajemen lembaga pendidikan. Interaksi yang terjadi dalam lembaga pendidikan yaitu termasuk dalam konsumen mendatangi penyedia jasa sehingga keberadaan lokasi sangat penting untuk kenyamanan para stakeholder terutama siswa. Keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2014:158), “ Customer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers-individuals and households that buy goods and services for personal consumption”, pengertian tersebut diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Berkaitan dengan penelitian terdahulu mengenai produk dan lokasi sekolah, beberapa hasil penelitian terdahulu yaitu Hartiwi prabowo (2019) menyatakan bahwa produk pendidikan berpengaruh terhadap lokasi dengan alasan kurikulum pendidikan disesuaikan dengan kearifan local dimana sekolah itu berada.

Penelitian Elizabeth Koes Sudiyati (2011) menyatakan bahwa unsur biaya dan lokasi menjadi penentu dalam memutuskan calon mahasiswa untuk memilih tempat kuliahnya. Hasil penelitian Mamta Chawla (2013) bahwa persepsi siswa terhadap harga dan lokasi sangat baik dan berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian tentang lokasi dan keputusan memilih sekolah yaitu Mohammad A Meraj (2016) bahwa lokasi sekolah berpengaruh terhadap keputusan memilih sekolah apalagi ditambah dengan perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan, akan lebih menambah kesan yang baik terhadap sekolah. Penelitian Juliana dkk (2020) menunjukkan hasil bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kampus Universitas Pelita Harapan.

Hipotesis Penelitian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Terdapat pengaruh Produk, Biaya dan Lokasi terhadap keputusan memilih Sekolah Menengah Kejuruan Mahaputra Cerdas Utama baik secara simultan maupun secara parsial.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan asosiatif, artinya penelitian yang menanyakan hubungan dua variabel atau lebih dan penghitungannya dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, menafsirkan data hingga menampilkan hasilnya. Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Menengah Kejuruan Mahaputra Cerdas Utama berlokasi di Jalan Katapang – Andir, KM 04, Desa Sukamukti, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Jurusan Multimedia dan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) yang berjumlah 221 orang. Sampling menggunakan proportional random sampling, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 2
Sampel Strata Proporsional

Strata	Anggota Populasi	Proporsi	Jumlah Sampel	% dalam Sampel
Multimedia	122	0,64	78	55,20
RPL	99	0,64	64	44,80
Jumlah	221		142	100

Kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup peneliti berikan untuk memberi kemudahan para responden dalam menjawab karena sudah disediakan jawabannya. Kuesioner tersebut terdiri dari 21 pernyataan, dimana terdapat 5 pernyataan untuk variabel (X_1) dan 5 pernyataan untuk variabel (X_2) kemudian 5 pernyataan untuk variabel (X_3) serta 6 pernyataan untuk variabel (Y) kemudian jawaban responden

ditabulasikan Kuesioner yang digunakan berbentuk *Skala likert* yang bersifat langsung dan tertutup. Variabel bebas (*independent*) dalam angket ini meliputi :

- a. Produk pendidikan dengan sub variabelnya meliputi : *Features, equality*
- b. Biaya pendidikan dengan sub variabelnya biaya langsung
- c. Lokasi sub variabelnya yaitu akses sekolah, letak strategis dan lingkungan sekolah.

Sedangkan untuk variabel terikatnya keputusan memilih sekolah dengan sub variabelnya kepercayaan pada lembaga, kepala sekolah, keyakinan terhadap staff dan para pendidiknya, memiliki ikatan emosional dengan SMK Mahaputra Cerdas Utama dan tentunya memiliki nama baik atau *brand loyalty*.

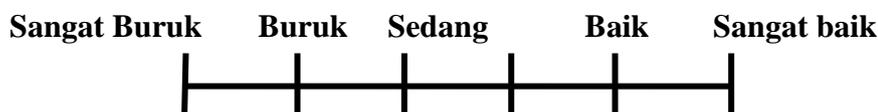
Teknik Analisis Data Uji Validitas Validitas angket yang digunakan pada penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*) Sebuah angket dikatakan memiliki validitas isi apabila penyusunan angket disesuaikan dengan indikator-indikator.

Pengujian validitas instrument pada penelitian menggunakan analisis butir dengan rumus korelasi product moment dari pearson.

Hasil analisis perhitungan validitas butir soal (*hitung r*) dikonsultasikan dengan harga kritik *r produk momen*, pada taraf signifikan 5%, jika *r hitung* > *r tabel*, butir soal tersebut dikatakan valid. Dan sebaliknya, jika *r hitung* < *r tabel* maka butir soal tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas, Untuk mengetahui realibilitas angket dengan rumus *alpha chonbach* sebagai berikut: Harga r_{11} yang diperoleh dikonsultasikan dengan harga r_{tabel} *product movment* dengan taraf signifikan 5%. Jika r_{alpha} negatif atau < dari r_{tabel} , maka pertanyaan tidak *reliable*.

Analisis Deskriptif, Dari perhitungan di atas akan diperoleh nilai minimum dan nilai maksimum dan jarak interval. Setelah itu diperoleh nilai-nilai tersebut, maka digunakan alat bantu garis kontinum untuk mengetahui pada kategori sebagai berikut :



Gambar 1
Garis Kontinum Data Secara
Sumber : Sugiyono (2014:133)

Rancangan Analisis Data Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen. Dapattta yang digunakan biasanya berskala ordinal. Model analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dalam variabel X_1 (Produk) semua item pernyataan kuesioner dinyatakan valid, karena nilai *r hitung* untuk setiap pernyataan kuesioner variabel X_1 (Produk) mulai dari P1 hingga P5 lebih besar dibandingkan dengan *r tabel* yang ditentukan, yaitu sebesar 0.1914. Hal ini sesuai dengan syarat validitas, yaitu *r hitung* > *r tabel*. Selanjutnya hasil uji validitas untuk variabel X_2 (Harga) item pernyataan kuesioner dinyatakan valid, Hasil uji validitas, diketahui bahwa untuk variabel X_3 (Lokasi) item pernyataan kuesioner dinyatakan valid, demikian juga hasil uji validitas, untuk variabel Y (Keputusan memilih sekolah) item pernyataan kuesioner dinyatakan valid, **Hasil Uji**

Reliabilitas, Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS. Versi 24 diatas, bahwa dari 142 responden untuk item pertanyaan yang ada dalam variabel Produk (X_1) memiliki tingkat reliabilitas sebesar 0,885 maka dapat disimpulkan bahwa dari 5 pertanyaan dalam variabel kepercayaan tersebut adalah *reliable*. Karena koefisien korelasi lebih besar dari pada kritisnya yaitu 0,6. selanjutnya variabel Harga (X_2) memiliki tingkat reliabilitas sebesar 0,885 maka dapat disimpulkan bahwa dari 5 pertanyaan dalam variabel harga tersebut adalah *reliable*. Variabel Lokasi (X_3) memiliki tingkat reliabilitas sebesar 0,885 maka dapat disimpulkan bahwa dari 5 pertanyaan dalam variabel Lokasi tersebut adalah *reliable*. Untuk variabel keputusan memilih sekolah (Y) memiliki tingkat reliabilitas sebesar 0,822 maka dapat disimpulkan bahwa dari 6 pertanyaan dalam variabel keputusan memilih sekolah *reliable*.

Untuk variable produk (X_1) secara deskriptif berada pada garis kontinum dengan total skor 2.688 berada pada kategori baik. Demikian juga untuk deskripsi variable harga (X_2) dan variable lokasi (X_3) berada pada kelas interval baik dan sangat baik. Sedangkan untuk variable keputusan memilih sekolah berada pada kategori baik.

Analisis model regresi berganda (*multiple regression analysis*) digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas terhadap variable terikat Berikut ini disajikan tabel model regresi yang terbentuk sebagai berikut:

Table 3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.561	1.486

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1
ANOVAa

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	404.152	3	134.717	60.969	.000 ^b
	Residual	304.926	138	2.210		
	Total	709.077	141			

Berdasarkan table diatas, H_0 ditolah artinya terdapat pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y dengan total pengaruh sebesar 57% dan signifikan. Untuk pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat terlihat pada table dibawah ini :

Tabel 4
Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.017	.769		.022	.982
X1	.256	.056	.367	4.538	.000
X2	.406	.074	.338	5.504	.000
X3	.190	.063	.233	3.023	.003

Sumber : Hasil Output SPSS

Model analisis jalur yang terbentuk berdasarkan hasil penelitian adalah :
 $Y = 0.017 + 0.256 X_1 + 0.406 X_2 + 0.19 X_3$

Bahwa pengaruh produk pendidikan terhadap Keputusan Memilih Sekolah sebesar $0.367^2 \times 100\% = 0.134689$ (13.46%). Serta pengaruhnya signifikan karena tingkat signifikannya berada di bawah 5%. Pengaruh variabel harga terhadap Keputusan memilih sekolah sebesar $0.338^2 \times 100\% = 0.1311$ (13.11%). Serta pengaruhnya signifikan karena tingkat signifikannya berada di bawah 5%. Pengaruh variabel harga terhadap Keputusan memilih sekolah sebesar $0.233^2 \times 100\% = 0.0542$ (5.42%). Serta pengaruhnya signifikan karena tingkat signifikannya berada di bawah 5%.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini, menunjukkan secara simultan produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan siswa sebesar 57% dimana pengaruh tersebut positif dan signifikan. Secara parsial produk, harga dan lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menambah variabel independen dalam model penelitian sehingga dapat diperoleh hasil penelitian terkait dengan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih yaitu variabel citra sekolah, lingkungan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

Affifudin, A.P. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung: Remaja Rosdakarya.
 Elizabeth Koes Sudiyati (2011) THE IMPACTS OF MARKETING MIX ON STUDENTS CHOICE OF UNIVERSITY STUDY CASE OF PRIVATE UNIVERSITY IN BANDUNG, INDONESIA.
 Mamta Chawla (2013) CUSTOMERS' (STUDENTS') PERCEPTIONS ABOUT 7Ps OF HIGHER EDUCATION MARKETING MIX. MAMTA CHAWLA. (2013)
 Hartiwi prabowo (2019) The Effect of Marketing Mix toward Brand Equity at Higher Education Institutions: A Case Study in BINUS Online Learning Jakarta,
 Juliana dkk (2020) Influence of Service Marketing Mix (8P) Towards Decision of Students Choosing Faculty of Tourism Pelita Harapan University

Kotler, P and Keller,K,L.(2016).Marketing Managemen,15th Edition, Pearson Education,Inc
Kotler, P dan Keller,K, L. (2016). Manajemen Pemasaran, Jilid 1 & 2, Edisi 12, Jakarta: PT. Indeks.
Kotler, P dan Amstrong, G. (2017). Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Undang-Undang

Undang- Undang Sistem pendidikan nasional no 12 tahun 2012 tentang system pendidikan nasional

Permendikbud Nomor 34 Tahun 2018. Standar Nasional Pendidikan SNP SMK/MAK

Permendikbud Nomor 51 Tahun 2018 yang mengatur tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)