

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan Pendidikan

1. Pengertian Kualitas Layanan Pendidikan

Mutu atau kualitas pendidikan merupakan hal pokok bagi penyelenggara sekolah untuk terus ditingkatkan dari waktu ke waktu. Sehingga dengan adanya peningkatan kualitas pendidikan, sekolah tersebut akan tetap bertahan dan mampu untuk terus bersaing dengan sekolah lain.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian mutu atau kualitas adalah ukuran baik buruk suatu benda, taraf atau derajat (kepandaian, kecerdasan, dsb). Sedangkan layanan atau pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain.¹ Selanjutnya pengertian layanan menurut Tjiptono adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada anggota yang telah membeli produknya.² Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.³

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler sebagaimana dikutip oleh Fahrurrozi, pelayanan yaitu “*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, it’s production may or may not be tied to physical product*”. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kelompok atau organisasi, dan memberikan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.⁴ Menurut pendapat Kotler di atas, pelayanan dapat berbentuk apa saja, yaitu setiap kegiatan atau

¹ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Gramedia, 2008), 925.

² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 94.

³ Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 135.

⁴ Fahrurrozi, *Analisis Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Di IAIN Walisongo*, (Semarang : Pusat Penelitian IAIN Walisongo, 2011), 11.

manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain yang mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik. Pelayanan yang diberikan dengan sebaik-baiknya diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam menggunakan layanan yang ditawarkan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah anggota layanan tersebut serta mampu mempertahankan anggota yang sudah ada.

Menurut pendapat dari Tjiptono kualitas pelayanan adalah usaha memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian guna mengimbangi harapan konsumen. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.⁵ Sedangkan Minarti yang dikutip dalam jurnal Ilmiah Feasible, mengatakan bahwa kualitas layanan Pendidikan dapat diartikan sebagai level atau derajat keunggulan dalam hal pengelolaan pendidikan secara efektif dan efisien untuk menciptakan keunggulan akademik maupun ekstrakurikuler pada peserta didik.⁶

Menurut Lewis dan Booms, kualitas pelayanan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu mencapai harapan pelanggan. Adanya faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan.⁷ Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas layanan tersebut akan dipersepsikan baik. Jika layanan yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Demikian juga sebaliknya apabila layanan yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan layanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Maka baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

⁵ Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 243.

⁶ Gatot Kusjono dan Eni Sudjiani, *Pengaruh kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Peserta Didik Di SMA Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai*, (Pamulang: Pusat Inkubasi Bisnis dan Kewirausahaan UNPAM, 2019), 100.

⁷ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta: PT. Indeks, 2011), 152.

Terdapat banyak sumber mutu atau kualitas dalam pendidikan, diantaranya bangunan yang bagus, tenaga pendidik yang profesional, hasil ujian yang memuaskan, nilai moral yang tinggi, sumber daya yang melimpah, aplikasi teknologi yang mutakhir, kepemimpinan yang baik dan efektif, kurikulum yang memadai, perhatian terhadap peserta didik, atau kombinasi dari faktor-faktor tersebut. Lembaga pendidikan yang menganggap serius pencapaian mutu, memahami bahwa rahasia mutu berakar dari mendengar dan merespon secara simpatik terhadap keinginan dan kebutuhan para pelanggan. Dalam meraih mutu atau kualitas yang baik yaitu dengan memulai segala hal dengan baik, serta sebuah lembaga harus memposisikan pelanggan secara tepat dan proposional agar mutu tersebut dapat dicapai.⁸

Agama Islam mengajarkan bahwa dalam rangka memberikan hasil yang baik kepada orang lain, maka hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas bagi orang lain. Hal tersebut dijelaskan dalam al-Qur'an surat al-Baqoroh ayat 267 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
 وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ
 حَمِيدٌ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.⁹

⁸ Edward Sallis, *Total Quality Management in Education, Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2008), 30-32.

⁹ Alquran, al-Baqarah ayat 267, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2005), 45.

Ayat di atas bermakna bahwa setiap muslim berkewajiban untuk memberikan yang terbaik kepada orang lain. Memberikan kualitas terbaik dari apa yang dimiliki merupakan salah satu poin dari iman. Dengan demikian konsep memberikan pelayanan yang terbaik merupakan konsep Islam yang akan membawa kebaikan bagi umat Islam tersendiri.

Kualitas layanan menjadi suatu keharusan bagi penyedia jasa agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan atas pelayanan yang diberikan oleh para penyedia jasa kepada para pelanggan. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dengan melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.¹⁰

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pendidikan merupakan ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan dalam memenuhi harapan orang tua. Jika layanan yang diberikan melebihi dari apa yang diharapkan konsumen, maka layanan tersebut dapat dikatakan berkualitas, sebaliknya jika layanan yang diberikan kurang dari yang diharapkan maka layanan dikatakan tidak berkualitas, selanjutnya jika layanan yang diterima sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan.

2. Dimensi Layanan Pendidikan

Sebagai sebuah lembaga pendidikan yang menyediakan produk dalam bentuk jasa, maka suatu lembaga harus mampu memberikan pendidikan yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Suatu pelayanan terbentuk ketika terjadi proses pemberian suatu jasa dari penyedia jasa kepada seseorang atau kelompok yang menjadi pihak yang dilayani.

¹⁰ Lupyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 65.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sebagaimana dikutip oleh Farida Jasfar terdapat lima dimensi pokok kualitas pelayanan yang dapat dipenuhi untuk menciptakan kepuasan pelanggan, antara lain:

- a. *Tangible* atau bukti fisik, yaitu kemampuan penyedia jasa dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Bukti fisik meliputi ketersediaan fasilitas fisik, peralatan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses pelayanan. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam hal hubungan dengan konsumen lain sebagai pengguna jasa.¹¹ Bukti fisik dapat berupa gedung, ruangan, fasilitas dan sarana parkir serta peralatan penunjang lainnya guna memberikan pelayanan jasa yang memadai, aman, dan nyaman.
- b. *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sifat yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.¹² Keandalan merupakan dimensi yang sangat penting bagi penyedia jasa dalam memberikan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan. Sehingga dengan adanya keandalan ini seorang konsumen akan memberikan kepercayaan kepada pihak pemberi jasa. Perintah tentang pemenuhan sesuatu yang dijanjikan dijelaskan dalam al-Qur'an surat an-Naml ayat 91:

إِنَّمَا أُمِرْتُ أَنْ أَعْبُدَ رَبَّ هَذِهِ الْبَلَدَةِ الَّذِي حَرَّمَهَا وَلَهُ
 كُلُّ شَيْءٍ ۖ وَأُمِرْتُ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu).

¹¹Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 51.

¹²Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 182.

Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.¹³

- c. *Responsiveness* atau daya tanggap, yaitu kemampuan dalam membantu dan memberikan pelayanan secara cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.¹⁴
- d. *Assurance* atau Jaminan, yaitu berupa kemampuan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.¹⁵
- e. *Empathy* atau empati, yaitu perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan serta upaya untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta kemampuan dalam menangani keluhan pelanggan secara akurat dan tepat.¹⁶ Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun masalah konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.¹⁷

Dimensi empati ini terdapat unsur-unsur lainnya yang terkait, yaitu sebagai berikut:

- a. *Acces* (akses), dapat memanfaatkan dan memperoleh layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b. *Communication* (komunikasi), kemampuan dalam komunikasi untuk menyampaikan pesan, dan informasi kepada pelanggan melalui berbagai media komunikasi, yaitu kontak pribadi, brosur, telepon, surat-menyurat dan internet.
- c. *Understanding the customer* (pemahaman terhadap pelanggan), kemampuan untuk mengetahui dan

¹³ Alquran, an-Naml ayat 91, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2005), 387.

¹⁴ Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 57.

¹⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 285.

¹⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), 285.

¹⁷ Farida Jafar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, 51.

memahami kebutuhan dan keinginan serta mampu menangani keluhan para pelanggan.¹⁸

Kelima dimensi ini harus ada dalam layanan pendidikan guna memberikan kepuasan pada pelanggan pendidikan, yakni *Tangible* atau bukti fisik, *Reliability* atau keandalan, *Responsiveness* atau daya tanggap, *Assurance* atau jaminan, serta *emphaty* atau empati.

3. Standar Layanan Pendidikan

Untuk mencapai kualitas layanan pendidikan yang diinginkan, suatu lembaga pendidikan harus mampu memenuhi standar pendidikan nasional yang telah ditetapkan pemerintah. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2021, standar nasional pendidikan adalah kriteria minimal tentang sistem pendidikan di seluruh wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia. Cakupan standar nasional pendidikan menurut PP RI No 57 Tahun 2021 antara lain:¹⁹

a. Standar Kompetensi Lulusan

Standar kompetensi lulusan adalah kriteria minimal tentang kesatuan sikap, keterampilan, dan pengetahuan yang menunjukkan capaian kemampuan peserta didik dari hasil pembelajarannya pada akhir jenjang pendidikan.

Standar kompetensi lulusan pada jenjang pendidikan dasar difokuskan pada penanaman karakter yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila serta kompetensi literasi dan numerasi peserta didik.

b. Standar Isi

Standar isi merupakan kriteria minimal yang mencakup ruang lingkup untuk mencapai kompetensi lulusan pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.

c. Standar Proses

Standar proses merupakan kriteria minimal proses pembelajaran berdasarkan jalur, jenjang, dan jenis pendidikan untuk mencapai standar kompetensi lulusan. Standar proses yang dimaksud meliputi perencanaan pembelajaran, pelaksanaan pembelajaran, penilaian proses pembelajaran.

¹⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, 285.

¹⁹ Permendikbud RI, “57 tahun 2021, Standar Nasional Pendidikan,” (30 Maret 2021).

d. Standar Penilaian Pendidikan

Standar penilaian pendidikan merupakan kriteria minimal mengenai mekanisme penilaian hasil belajar peserta didik.

e. Standar Tenaga Pendidik dan Kependidikan

Standar pendidik merupakan kriteria minimal kompetensi dan kualifikasi yang dimiliki pendidik untuk melaksanakan tugas dan fungsi sebagai teladan, perancang pembelajaran, fasilitator, dan motivasi peserta didik. Sedangkan standar kependidikan selain pendidik merupakan kriteria minimal kompetensi minimal kompetensi yang dimiliki tenaga kependidikan selain pendidik sesuai dengan tugas dan fungsi dalam melaksanakan administrasi, pengelolaan, pengembangan, pengawasan dan pelayanan teknis untuk menunjang proses pendidikan pada satuan pendidikan.

f. Standar Sarana dan Prasarana

Standar sarana dan prasarana merupakan kriteria minimal sarana dan prasarana yang harus tersedia pada satuan pendidikan dalam penyelenggaraan pendidikan.

g. Standar Pengelolaan

Standar pengelolaan merupakan standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan, kabupaten/kota, provinsi, atau nasional agar tercapai efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pendidikan.

h. Standar Pembiayaan

Standar pembiayaan merupakan kriteria minimal mengenai komponen pembiayaan pendidikan pada satuan pendidikan.

B. Biaya Pendidikan

1. Pengertian Biaya Pendidikan

Biaya Pendidikan merupakan salah satu dari komponen masukan instrumental yang sangat menentukan dan penting bagi penyelenggaraan Pendidikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa proses Pendidikan tidak mampu berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan biaya.

Konsep biaya dalam bahasa Inggris biasa digunakan istilah *cost*, *financial*, *expenditure*. Biaya menurut para akuntan

dalam Usry dan Hammer adalah *cost as an exchange, a forgoing, a sacrifice made to secure benefit*.²⁰ Biaya merupakan alat tukar, pengeluaran, atau pengorbanan untuk memperoleh suatu manfaat. Sedangkan menurut Henry Simamora biaya merupakan uang atau setara uang yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat, baik sekarang maupun masa yang akan datang.²¹

Menurut Martin biaya merupakan keseluruhan pengeluaran baik yang bersifat uang maupun selain uang, sebagai dorongan atau upaya dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Secara lebih rinci biaya pendidikan adalah seluruh pengeluaran baik yang berupa uang maupun bukan uang sebagai dorongan atau upaya dalam pencapaian tujuan pendidikan yang telah ditetapkan dan yang diharapkan tercapai secara efisien dan efektif, yang harus terus tersedia dari berbagai sumber, yang kemudian dilakukan manajemen atau ditata secara administratif sehingga dapat digunakan secara efisien dan efektif.²²

Tilaar berpendapat bahwa biaya pendidikan adalah keseluruhan dana dan upaya yang diserahkan oleh masyarakat untuk mendapat pendidikan dan dalam kenyataan bahwa kegiatan pendidikan merupakan bentuk dari pelayanan masyarakat.²³

Biaya pendidikan merupakan salah satu komponen masukan instrument yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan (sekolah). Tanpa dukungan biaya pendidikan yang memadai, maka proses pendidikan tidak akan berjalan dengan baik. Chon mengatakan biaya pendidikan adalah biaya (*cost*) yang harus dikeluarkan yaitu perhitungan atau biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan-kegiatan terkait dalam pendidikan.²⁴

²⁰ Nanang Fatah, *Standar Pembiayaan Pendidikan*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012), 3.

²¹ Henry Simamora, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 36.

²² Martin, *Manajemen Pembiayaan Pendidikan: konsep dan aplikasinya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 13.

²³ Maisah, *Manajemen Pendidikan*, (Ciputat: Referencis, 2013), 99.

²⁴ Sagala, *Manajemen Stratejik dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 209.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa biaya pendidikan adalah keseluruhan pengorbanan finansial yang dikeluarkan oleh konsumen (orang tua siswa atau siswa) untuk keperluan selama menempuh pendidikan dari awal sampai berakhirnya pendidikan. Biaya Pendidikan harus dikelola dengan baik. Pengelolaan biaya yang baik dalam Lembaga pendidikan akan meningkatkan efisiensi penyelenggaraan pendidikan. Dengan adanya biaya, pencapaian tujuan pendidikan yang telah ditetapkan akan lebih produktif, efektif, efisien, relevan, dan kebutuhan akan lebih mudah terwujud.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Biaya Pendidikan

Sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan dalam menentukan biaya perlu memperhatikan beberapa faktor yaitu:

a. Orientasi biaya

Orientasi biaya sangat diperlukan untuk penyediaan layanan jasa dan bagaimana biaya-biaya bergerak seiring berjalannya waktu dan tingkat permintaan.

b. Orientasi permintaan pelanggan

Setiap perusahaan jasa baik profit maupun non profit perlu mengetahui antara biaya dan permintaan pelanggan begitu juga sebaliknya. Dengan mengetahui orientasi permintaan pelanggan dapat membantu dalam memahami apakah suatu bentuk permintaan itu elastis atau inelastis.

c. Orientasi situasi persaingan lembaga pendidikan

Pengetahuan akan biaya yang dimiliki pesaing dapat membantu para manajer untuk membuat penilaian mengenai harga, sehingga dapat diketahui seberapa kompetitifkah jasa yang telah ditawarkan.²⁵

3. Komponen-komponen Biaya Pendidikan

Komponen biaya dalam lembaga pendidikan antara lain mencakup:

a. Uang registrasi/registrasi ulang tiap awal semester (SPP).

b. Uang sekolah yang secara garis besar meliputi uang biaya penyelenggaraan pendidikan, juga hal yang berhubungan dengan pengembangan dan pembinaan kegiatan kurikuler

²⁵ Rambat Lupiyadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 100-101.

dan ekstrakurikuler, seperti uang buku, peralatan, dan sebagainya dalam satu semester.

- c. Uang sumbangan gedung, yang hanya sekali dibayar pada saat diterima dilembaga bersangkutan.²⁶

Oleh karena itu, kepala sekolah dan pengelola lembaga pendidikan dalam penetapan biaya pendidikan perlu mempertimbangkan berbagai fasilitas yang diberikan, fleksibilitas pembayaran biaya pendidikan dan adanya jangka waktu pembayaran yang jelas dalam tiap komponen biaya yang harus dibayar. Sehingga orang tua merasa puas dan dapat memberi kesan positif pada pihak sekolah.

4. Jenis-jenis Biaya Pendidikan

Anwar, dkk dalam Supriadi mengemukakan bahwa biaya pendidikan terbagi dalam beberapa jenis dan golongan yaitu:

- a. Biaya Langsung (*Direct Cost*) dan Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya langsung diartikan sebagai pengeluaran uang yang secara langsung membiayai penyelenggaraan pendidikan, pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat. Contohnya biaya untuk gaji guru, pengadaan fasilitas belajar mengajar, pembelian alat-alat pelajaran, sarana belajar.

Biaya tidak langsung diartikan sebagai pengeluaran yang dikeluarkan tidak secara langsung menunjang proses pendidikan tetapi memungkinkan proses pendidikan tersebut terjadi disekolah. Contohnya biaya hidup, biaya biaya jajan, biaya kesehatan, dan harga kesempatan (*opportunity*).

- b. Biaya Pribadi (*Private Cost*) dan Biaya Sosial (*Social Cost*)

Biaya pribadi adalah pengeluaran keluarga untuk pendidikan atau dikenal juga pengeluaran rumah tangga. Biaya sosial adalah biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat untuk pendidikan, baik melalui sekolah maupun melalui pajak yang dihimpun oleh pemerintah kemudian digunakan untuk membiayai pendidikan.

- c. Biaya dalam Bentuk Uang (*Monetary Cost*) dan Bukan Uang (*Non Monetary Cost*).²⁷

²⁶ Eddy Soeryanto Soegoto, *Membangun Sinergitas Kinerja Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta*, (Yogyakarta: Gava Media, 2008), 72.

²⁷ Supriadi, *Satuan Biaya Pendidikan Dasar dan Menengah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 175.

Menurut Ferdi biaya pendidikan terbagi dalam beberapa jenis dan golongan, yaitu:

a. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Dapat diartikan sebagai pengeluaran uang secara langsung untuk membiayai pelaksanaan Pendidikan yang meliputi penelitian, pengajaran, dan termasuk pengabdian pada masyarakat. *Direct cost* juga dapat diartikan sebagai biaya yang secara langsung menyentuh aspek dan proses pendidikan. Contohnya: biaya untuk gaji guru, pengadaan sarana prasarana belajar mengajar, pembelian alat-alat pelajaran, dan biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pemerintah, orang tua, maupun peserta didik sendiri.

b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya tidak langsung dapat diartikan sebagai biaya umum yang meliputi hilangnya pendapatan peserta didik karena sedang mengikuti pendidikan, biasanya sewa perangkat sekolah yang tidak dipakai secara langsung dalam proses Pendidikan, serta penyusutan sebagai cermin pemakaian perangkats ekolah yang sudah lama dipergunakan.

c. Biaya dalam Bentuk Uang (*Monetary cost*)

Monetary cost dapat diartikan sebagai semua bentuk pengeluaran berbentuk uang, baik langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk kegiatan pendidikan.

d. Bukan Uang (*Non Monetary Cost*)

Non monetary cost merupakan semua bentuk pengeluaran yang tidak berbentuk uang, meskipun nilainya dapat dinilai kedalam bentuk uang, baik langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk kegiatan pendidikan, misalnya waktu, materi, tenaga, dan lain-lain.²⁸

Dalam jurnal Pendidikan dan kebudayaan juga menyebutkan jenis-jenis biaya ada tiga, yaitu *direct cost*, *indirect cost*, *monetary cost*, dan *non monetary cost*.

a. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Direct cost atau biaya langsung adalah pengeluaran biaya atau uang yang dilakukan secara langsung untuk membiayai penyelenggaraan pendidikan, pengajaran, penelitian, dan juga pengabdian kepada masyarakat. Biaya

²⁸ Ferdi, W. P. (2013). *Pembiayaan Pendidikan* □: *Suatu Kajian Teoritis Financing Of Education* □: *A Theoretical Study*. (Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan, 19(4): 2013), 565–578.

langsung juga dapat dimaknai sebagai biaya yang secara langsung menyentuh proses dan aspek pendidikan. Sebagai contoh biaya untuk gaji guru dan pengadaan fasilitas belajar-mengajar.

b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Dapat diartikan sebagai biaya yang umumnya meliputi hilangnya pendapatan peserta didik karena sedang mengikuti pendidikan, bebasnya beban pajak karena sifat sekolah yang tidak mencari laba, bebasnya sewa perangkat sekolah yang tidak dipakai secara langsung dalam proses pendidikan serta penyusutan sebagai cermin pemakaian perangkat sekolah yang sudah lama dipergunakan.

c. Biaya dalam Bentuk Uang (*Monetary Cost*)

Monetary cost adalah semua bentuk pengeluaran dalam bentuk uang, baik langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk kegiatan pendidikan.

d. Biaya Bukan Uang (*Non Monetary Cost*)

Sedangkan *non monetary cost* adalah semua bentuk pengeluaran yang tidak dalam bentuk uang, meskipun dapat dinilai ke dalam bentuk uang, baik langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk kegiatan pendidikan, misalnya materi, waktu, tenaga, dan lain-lain.²⁹

Namun dalam kenyataannya kategori biaya pendidikan tersebut saling bertumpang tindih misalnya ada biaya pribadi dan biaya sosial yang bersifat langsung dan tidak langsung, serta berupa uang dan bukan uang dan ada juga biaya langsung dan tidak langsung serta biaya pribadi dan biaya sosial yang dalam bentuk uang maupun bukan uang.

Menurut Suharsaputra biaya pendidikan meliputi :

- a. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang secara langsung dapat dirasakan dalam pelaksanaan pendidikan dan dapat secara langsung dapat meningkatkan mutu pendidikan.
- b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*), meliputi biaya hidup, transportasi dan biaya-biaya lainnya. *Social cost* dan *private cost*. *Social cost* merupakan biaya publik yaitu biaya sekolah yang harus dibayar oleh masyarakat sedangkan *private cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh keluarga yang

²⁹ Ferdi W.P, Pembiayaan Pendidikan : Suatu Kajian Teoritis, “*Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, no.4 (2013), 570.

membayai sekolah anaknya, dan termasuk *forgone opportunities* (biaya kesempatan yang hilang).³⁰

Dalam penelitian ini indikator biaya pendidikan yang digunakan adalah pendapat dari Suharsaputra, karena pendapat ini sudah mencakup beberapa aspek didalamnya. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk menggunakan pendapat tersebut sebagai acuan dalam penelitian.

C. Kepuasan Orang Tua

1. Pengertian Kepuasan Orang Tua

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk kelangsungan suatu organisasi atau lembaga. Kata kepuasan (*Satisfacion*) berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*fatio*” artinya melakukan atau membuat. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.³¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kepuasan berasal dari kata puas yaitu merasa senang, lega, gembira, karena sudah terpenuhi hasrat hatinya.³² Tjiptono berpendapat bahwa kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon pelanggan sebagai hasil dan evaluasi ketidaksesuaian kinerja atau tindakan yang dirasakan sebagai akibat dari tidak terpenuhinya harapan.³³ Lebih lanjut kepuasan juga dapat diartikan sebagai tingkat perasaan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang ia peroleh dibandingkan dengan harapan mereka.³⁴

Zeitmal dan Bitner berpendapat bahwa “*Satisfaction is the customer fulfilment response. It is a judgment that a product or service feature, or the product or service it self, provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment*”.³⁵ Kepuasan adalah respon pemenuhan pelanggan. Kepuasan

³⁰ Suharsaputra, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Refika Aditama, 2010), 261.

³¹ Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, and Satisfaction* (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2016), 204.

³² Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, 902.

³³ Tjiptono, *Prinsip Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi, 2006), 349.

³⁴ Philip Kotler, A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 52.

³⁵ Vellore K. Sunder, *Outsourcing And Customer Satisfaction*, (United States Of America: Xlibris Corporation, 2011), 43.

merupakan penilaian bahwa fitur produk atau pelayanan, atau produk atau layanan itu sendiri memberikan tingkat kepuasan terkait konsumsi yang menyenangkan.

J. Paul Peter dan Jerry C. Olson yang dikutip oleh Usmara dalam Strategi Manajemen Pemasaran mendefinisikan kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbandingan antara harapan kinerja yang diterima konsumen sebelum membeli dan persepsi kinerja setelah membeli.³⁶ Apabila harapan kinerja sebelum membeli lebih besar dari kinerja yang diterima setelah membeli, maka dikatakan pelanggan mengalami ketidakpuasan. Sebaliknya jika harapan kinerja sebelum membeli lebih kecil dari persepsi sebelum membeli, maka pelanggan mengalami kepuasan.

Sementara pengertian pelanggan menurut beberapa sumber yaitu:

Menurut Webster's 1928 Dictionary dalam Manajemen Pemasaran Jasa, pelanggan adalah "*one who frequents any place of sale for the sake or purchasing goods or ware*". Pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali pergi ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. Atau "*customer is one who frequents or visit any palce for procuring want he wants...*" (pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan...³⁷ Dengan kata lain pelanggan adalah seseorang yang secara berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi keinginannya dengan memiliki produk atau mendapatkan jasa serta membayar produk atau jasa tersebut.

Dalam pendidikan pelanggan dibagi menjadi dua yaitu:

- a. pelanggan internal, yakni pelanggan yang langsung merasakan pengaruh dari adanya pendidikan (siswa, pendidik, tenaga kependidikan, karyawan),
- b. pelanggan eksternal, yakni pembeli atau pemakai akhir barang atau jasa (orang tua, pemerintah).

Windasuri dan Hyacintha menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi

³⁶ Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Jogjakarta: Amara Books, 2003), 123.

³⁷ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 103.

terhadap pengalaman konsumsi suatu produk.³⁸ Sedangkan menurut Churchill dan Surprenant dalam Tjiptono menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan sebagai hasil dari pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang telah diantisipasi sebelumnya.³⁹

Engel, dalam Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.⁴⁰ Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa akan sulit diperoleh apabila perusahaan jasa tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan konsumen. Produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan jasa harus memerhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan yang ditunjukkan oleh pelanggan terhadap hasil kinerja atau layanan yang diberikan oleh organisasi atau lembaga tertentu.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rangkuti, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yaitu:⁴¹

a. Faktor budaya

Faktor budaya memberi pengaruh yang paling mendalam bagi kepuasan pelanggan. Faktor budaya terdiri dari beberapa komponen yaitu budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.

³⁸ Windasuri, H dan S. Hyacintha, *Excellent Service*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2017), 64.

³⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), 349.

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 349.

⁴¹ Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction (cetakan ketiga)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), 32.

- 1) Budaya
Budaya adalah kemampuan nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang mendasar dalam mempengaruhi keinginan atau kepuasan seseorang. Pemasar selalu berusaha menemukan perubahan budaya untuk menemukan produk baru yang diinginkan orang.
 - 2) Subbudaya
Masing-masing budaya mengandung subbudaya (subculture) yang lebih kecil, atau kelompok orang dengan berbagai sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup, dan situasi umum. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak subbudaya membentuk segmen pasar yang penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasar yang dibuat untuk kebutuhan mereka.
 - 3) Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang mempunyai susunan hirarki dan anggotanya memiliki minat, dan tingkah laku. Kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh satu faktor melainkan diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan dan variabel lainnya.
- b. Faktor sosial
- Faktor sosial terbagi atas kelompok kecil, keluarga, peran dan status. Orang yang berpengaruh bagi kelompoknya biasanya orang yang mempunyai karakteristik, ketrampilan, pengetahuan, kepribadian. Orang tersebut biasanya menjadi panutan karena memiliki pengaruh yang amat kuat.
- 1) Kelompok
Perilaku seseorang ditentukan oleh banyak kelompok (grup) kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tempat dimana seorang menjadi anggotanya.
 - 2) Keluarga
Anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting di dalam masyarakat.

3) Peran dan status

Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Peran tersendiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang sesuai dengan orang-orang disekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang dibawa oleh masyarakat.

c. Faktor pribadi

Faktor pribadi merupakan keputusan seseorang dalam menerima pelayanan dan menanggapi pengalaman sesuai dengan tahap-tahap kedewasaannya. Faktor pribadi seseorang dipengaruhi oleh usia dan tahap siklus hidup, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, status ekonomi, gaya hidup dan kepribadian.

Usia mempunyai dimensi kronologis dan intelektual. Berdimensi kronologis karena bersifat progress berjalan terus dan tidak akan kembali sedangkan berdimensi intelektual artinya berkembang melalui pendidikan dan pelatihan. Usia merupakan tanda perkembangan kematangan seseorang dalam memutuskan sendiri atas suatu tindakan yang diambilnya.

Pendidikan merupakan proses pengajaran baik formal maupun informal yang diambil seseorang. Hasilnya akan mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Selain itu pendidikan juga dengan harapan. Seseorang yang berpendidikan tinggi akan mengharapkan kualitas pelayanan yang baik. Selanjutnya pekerjaan juga berkaitan dengan harapan. Seseorang yang memiliki pekerjaan dengan penghasilan tinggi menginginkan pelayanan dengan kualitas yang tinggi pula.

d. Faktor psikologi

Faktor psikologi yang berkaitan dengan kepuasan yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

1) Motivasi mempunyai hubungan erat dengan kebutuhan. Ada kebutuhan biologis seperti lapar dan haus, ada kebutuhan psikologis yaitu adanya pengakuan dan penghargaan. Kebutuhan akan menjadi motif untuk mengarahkan seseorang dalam mencari kepuasan.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk

membentuk gambaran dunia yang berarti. Orang dapat membentuk persepsi yang berada dari rangsangan yang sama karena proses perseptual (berhubungan dengan rangsangan sensorik) yaitu, atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif.

3) Pembelajaran

Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Pembelajaran terdiri melalui interaksi dengan dorongan, rangsangan, pertanda, respons, dan penguatan.

4) Keyakinan dan sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan bisa didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat, atau iman dan bisa membawa muatan emosi atau tidak. Sedangkan sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, yang relative konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide.

Selain faktor di atas, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh sebuah lembaga/perusahaan, antara lain:

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau layanan yang mereka peroleh berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka apabila menggunakan produk atau layanan dengan merek tertentu, sehingga membuatnya merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk atau jasa, namun nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas.

d. Harga

Produk atau jasa yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan nilai yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk memperoleh suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.⁴²

Keberhasilan penerapan manajemen mutu di sekolah diukur dari tingkat kepuasan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Sekolah dikatakan berhasil jika dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya. Dengan kata lain, keberhasilan sekolah mencakup unsur-unsur berikut:

- a. Siswa puas dengan layanan sekolah, yaitu dengan pelajaran yang diterima, perlakuan guru, pimpinan, puas terhadap fasilitas yang disediakan sekolah sekolah, atau siswa menikmati situasi sekolah yang baik.
- b. Orang tua siswa merasa puas dengan layanan terhadap anaknya, layanan yang diterimanya dengan laporan kemajuan belajar anaknya, dan program-program yang dijalankan sekolah.
- c. Pihak pemakai atau penerima lulusan (PT, industri, masyarakat), puas kriteria karena menerima lulusan dengan berkualitas tinggi dan sesuai harapan.
- d. Guru dan karyawan merasa puas dengan layanan sekolah, dalam bentuk pembagian kerja, hubungan dan komunikasi antar guru/pimpinan, karyawan, dan gaji atau honor yang diterima dan pelayanan lainnya.⁴³

3. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler terdapat empat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:⁴⁴

- a. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran)
 Penyedia jasa memberikan kesempatan penuh untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan yang dialami oleh pelanggannya. Kritik, saran dapat disampaikan melalui kartu komentar, *customer hot line*, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada penyedia jasa yang memungkinkan penyedia jasa

⁴² Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 117-118.

⁴³ Nur Zazin, *Gerakan Menata Mutu Pendidikan: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 64-65.

⁴⁴ Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 41.

mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

b. *Customer satisfaction survey* (survei kepuasan pelanggan)

Dalam hal ini perusahaan melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa yang telah diberikan, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

c. *Ghost shopping* (pembeli bayangan)

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pelanggan di perusahaan lain, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan lain sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

d. *Lost Customer Analysis* (analisa pelanggan yang lari)

Metode ini dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah pindah ke perusahaan lain. Selain itu perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan lain.

Beberapa metode pengukuran di atas juga dapat diterapkan pada sebuah lembaga pendidikan. Selain itu, terdapat alat atau instrumen yang dapat membantu untuk memahami kepuasan pelanggan secara lebih baik. Alat yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan yaitu daftar pertanyaan (*questioner*).

Sedangkan indikator kepuasan konsumen menurut pemikiran yang dikembangkan oleh Tjiptono ialah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harapan, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dengan yang dirasakan oleh konsumen
- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait

- c. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.⁴⁵

D. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang berkaitan dengan “Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan dan Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Orang tua di MI NU Raudlatu Shibyan 02” adalah :

Pertama, penelitian Sofiah “*Analisis Biaya Pendidikan sebagai Upaya Peningkatan Efisiensi Mutu Pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Singosari di Kabupaten Malang*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis biaya pendidikan, efisiensi mutu pendidikan dan pengaruh biaya pendidikan terhadap efisiensi mutu pendidikan SMK Muhammadiyah 3 Singosari di Kabupaten Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Berdasarkan perhitungan Uji t (parsial) dan F test (simultan) menunjukkan bahwa antara X (unit cost) dengan Y (mutu proses belajar mengajar) menunjukkan t hitung = 6,626. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 34) adalah sebesar 2,032. Dari hasil keseluruhan dapat dikatakan bahwa variabel bebas (unit cost) berpengaruh yang signifikan terhadap efisiensi mutu pendidikan.⁴⁶

Kedua, penelitian Sri Hartanti “*Analisis Pengaruh Biaya Pendidikan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua serta Dampaknya Pada Loyalitas Orang Tua TK Swasta Sriwijaya Medan*”. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari biaya pendidikan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan orangtua dan berdampak pada loyalitas orang tua pada TK Swasta Sriwijaya Medan Sumatera Utara. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian menggunakan tingkat eksplanasi asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan variabel biaya pendidikan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas orang tua melalui kepuasan orang tua.⁴⁷

⁴⁵ Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2002), 76.

⁴⁶ Sofiah, “*Analisis Biaya Pendidikan sebagai Upaya Peningkatan Efisiensi Mutu Pendidikan di SMK Muhammadiyah 3 Singosari di Kabupaten Malang*”. Tesis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2011.

⁴⁷ Sri Hartanti, *Analisis Pengaruh Biaya Pendidikan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua serta Dampaknya Pada Loyalitas*

Ketiga, Siti Habibah. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah terhadap Kepuasan Siswa Pada SMK Swasta Kabupaten Subang. Tujuan Penelitian ini untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, citra sekolah terhadap kepuasan orang tua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Hasil menunjukkan kualitas pelayanan dan citra sekolah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan siswa.⁴⁸

Keempat, Gilbert E. Chodzaza et al. Service quality, customer satisfaction and loyalty among industrial customers of public electricity utility in Malawi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan diantara pelanggan industri listrik utilitas publik dan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagian dimediasi oleh kepuasan.⁴⁹

Berdasarkan keempat penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan diantara penelitian-penelitian tersebut. Persamaannya dengan penelitian terdahulu adalah adanya kesamaan pada salah satu variabel bebasnya (independent), yang mengkaji tentang kualitas layanan dan biaya pendidikan. Adapun variabel terikatnya (dependent) diantara penelitian terdahulu terdapat kesamaan pada salah satunya. Perbedaannya terletak pada subyek dan obyek penelitian. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas layanan pendidikan dan biaya pendidikan terhadap kepuasan orang tua di MI NU Raudlatu Shibya 02 Bae Kudus.

Orang Tua TK Swasta Sriwijaya Medan, Tesis. Universitas Sumatera Utara Medan, 2017.

⁴⁸ Siti Habibah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Sekolah terhadap Kepuasan Siswa Pada SMK Swasta Kabupaten Subang*, Tesis, Universitas Komputer Indonesia, 2014.

⁴⁹ Gilbert E. Chodzaza et al, *Service quality, customer satisfaction and loyalty among industrial customers of a public electricity utility in Malawi*", *International Journal of Energy Sector Management*, 2013, 7(2): 269 – 282.

E. Kerangka Berpikir

Pencapaian target dan kinerja usaha dari sebuah lembaga harus terus-menerus ditingkatkan dengan memperhatikan seluruh aspek baik itu kualitas layanan pendidikan maupun biaya pendidikan dalam mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting bagi sebuah lembaga pendidikan. Oleh karena itu, hal utama yang harus dilakukan adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dan menetapkan biaya pendidikan yang kompetitif.

Menurut Tjiptono layanan merupakan layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.⁵⁰ Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan penting bagi sebuah lembaga.

Tilaar berpendapat bahwa biaya pendidikan merupakan keseluruhan dana dan upaya yang diserahkan oleh masyarakat untuk mendapat pendidikan dan dalam kenyataan bahwa kegiatan pendidikan merupakan bentuk dari pelayanan masyarakat.⁵¹ Biaya pendidikan memiliki keterkaitan dengan kemampuan pelanggan, bagi pelanggan yang sensitif biaya pendidikan yang murah adalah kepuasan yang paling penting, karena mereka akan memperoleh *value of money* yang tinggi. Sebaliknya bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap biaya pendidikan, akan lebih menyukai biaya pendidikan mahal namun kualitasnya baik.

Kotler dan Keller mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima sebuah produk dan jasa.⁵² Dalam lingkup literatur pemasaran jasa, terdapat dua faktor utama yang terbukti sebagai kepuasan konsumen, yaitu persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap harga. Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen, dan semakin murah harga suatu produk dengan kualitas yang baik, maka semakin puas pula konsumen.

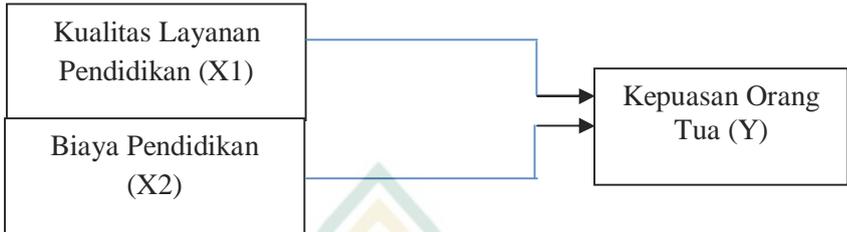
⁵⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 94.

⁵¹ Maisah, *Manajemen Pendidikan*, 99.

⁵² Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2007),

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian disimpulkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan argumentasi pada kerangka berpikir sebagaimana telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan Pendidikan
 - Ha : Variabel kualitas layanan pendidikan berpengaruh (*positive*) dan signifikan terhadap kepuasan orang tua.
 - H₀ : Variabel kualitas layanan pendidikan tidak berpengaruh (*negative*) dan signifikan terhadap kepuasan orang tua.
2. Biaya Pendidikan
 - Ha : Variabel biaya pendidikan berpengaruh (*positive*) dan signifikan terhadap kepuasan orang tua.
 - H₀ : Variabel biaya pendidikan tidak berpengaruh (*negative*) dan signifikan terhadap kepuasan orang tua.
3. Kepuasan Orang Tua
 - Ha : Variabel kualitas layanan pendidikan dan biaya pendidikan berpengaruh (*positive*) dan signifikan terhadap kepuasan orang tua.
 - H₀ : Variabel kualitas layanan pendidikan dan biaya pendidikan tidak berpengaruh (*negative*) dan signifikan terhadap kepuasan orang tua.