

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini, pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk dan meningkatkan sumber daya manusia yang unggul dan kompeten. Pendidikan dipilih karena dianggap sebagai salah satu alat yang efektif untuk membantu menciptakan generasi bangsa yang dinamis, produktif, terampil, serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Kebutuhan akan akses pendidikan yang berkualitas semakin menjadi prioritas bagi masyarakat di era modern ini. Masyarakat kini semakin menyadari pentingnya pendidikan dalam menghadapi tantangan masa depan yang semakin kompleks. Untuk itu, masyarakat akan berusaha mencari lembaga pendidikan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut dan sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya.

Menurut data dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek) Republik Indonesia pada tahun 2021, terdapat lebih dari 300.000 lembaga pendidikan di Indonesia. Lembaga pendidikan tersebut meliputi jenjang pendidikan formal, nonformal, serta lembaga pendidikan keagamaan. Berikut adalah jumlah lembaga pendidikan di Indonesia berdasarkan jenjang pendidikan formal pada tahun 2021.

**Tabel 1.1. Lembaga Pendidikan Formal Di Indonesia Pada Tahun 2021**

NO	Jenjang Pendidikan	Jumlah
1	Pendidikan Anak Usia Dini	117.162
2	Pendidikan Dasar	149.476
3	Pendidikan Menengah Pertama	42.684
4	Pendidikan Menengah Atas	14.474
5	Pendidikan Menengah Kejuruan	14.530
6	Pendidikan Luar Biasa	2.317
7	Pendidikan Tinggi	3.975
	Jumlah	344.618

Sumber: Kemdikbudristek Tahun 2021

Pemerintah memfokuskan arah pendidikan saat ini pada penguatan keterampilan kerja kepada generasi muda, mengingat adanya bonus demografi dan persaingan global yang semakin ketat. Oleh karena itu, pengembangan pendidikan dan pelatihan

vokasi/kejuruan menjadi salah satu prioritas pemerintah sejalan dengan pergeseran strategi pembangunan dari pembangunan infrastruktur fisik ke pembangunan manusia. Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah Indonesia untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan menjadikan pendidikan sebagai faktor penting dalam meningkatkan daya saing negara di kancah global. Salah satu langkah kongkrit pemerintah didalam melakukan penguatan sekolah vokasi terlihat dari hadirnya Intruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2016 yang menjadi era baru pada pendidikan vokasi/ kejuruan.

SMK merupakan lembaga pendidikan yang mempersiapkan lulusannya untuk memiliki pengetahuan, keahlian, dan keterampilan yang akan menjadi bekal setelah menyelesaikan pendidikan. SMK diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang memadai dan keahlian yang relevan dengan tuntutan pasar kerja, sehingga lulusan dapat dengan mudah mencari pekerjaan atau memulai usaha sendiri. Tidak hanya itu, SMK juga diharapkan mampu mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan di era digital seperti sekarang ini, seperti keterampilan teknologi, keterampilan komunikasi, dan keterampilan berpikir kritis. Dalam laporan survei yang dilakukan oleh Indikator tahun 2022, terungkap bahwa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) lebih diminati dibandingkan Sekolah Menengah Atas (SMA). Survei tersebut menunjukkan bahwa 49,4% responden memilih untuk menyekolahkan anak-anak mereka ke SMK setelah menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Persentase ini lebih tinggi daripada responden yang memilih SMA, yang hanya mencapai 43%. Selain itu, 5,2% responden memilih sekolah lainnya dan 2,4% responden tidak dapat memberikan jawaban atau tidak tahu jawabannya.

Tingginya minat siswa untuk masuk pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Jawa Barat menjadi kabar baik bagi pemerintah dan stakeholder pendidikan. Namun, kabar tersebut juga diiringi dengan kendala dan tantangan dalam menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang memadai bagi program pendidikan SMK tersebut. Salah satu kendala utama adalah kurangnya jumlah SMK Negeri yang memadai di seluruh kota dan kabupaten di Jawa Barat. Menurut data yang ada, pada tahun 2021 hanya terdapat sekitar 288 SMK Negeri yang dikelola oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Hal ini menjadi tantangan serius bagi para siswa yang ingin melanjutkan pendidikan di tingkat SMK, terutama bagi mereka yang berada di daerah-daerah terpencil yang jauh dari SMK

Negeri. Sebagai contohnya, di Kota Bogor yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia, hanya Empat SMK Negeri yang beroperasi.

Kurangnya jumlah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri di Kota Bogor dapat menjadi kendala bagi siswa yang ingin melanjutkan pendidikan di tingkat SMK. Namun, sekolah swasta dapat menjadi alternatif bagi siswa untuk tetap melanjutkan pendidikan. Kini banyak sekolah swasta memiliki kurikulum dan fasilitas yang memadai untuk mendukung program pendidikan berbasis kejuruan tersebut. Di Kota Bogor sendiri tercatat ada 103 SMK yang mana terdiri dari empat SMK Negeri dan 99 SMK milik Swasta. Kehadiran sekolah swasta yang beragam jumlahnya menimbulkan persaingan antar sekolah dalam menarik minat siswa. Berbagai media pemasaran (*advertising*) mulai dari *banner*, pamflet, serta poster-poster promosi mulai bermunculan untuk menarik minat calon peserta didik baru. Hal tersebut memang wajar mengingat hal tersebut merupakan bagian dalam unsur – unsur bauran pemasaran jasa pendidikan.

Hadirnya teknologi komunikasi membawa dampak positif bagi masyarakat. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik, dari hasil Susenas 2021 menyebutkan bahwa 62,1% populasi masyarakat Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021. Salah satu dampak positif dari tingginya penggunaan internet adalah kemudahan akses informasi tentang lembaga pendidikan. Hal ini dapat membantu calon siswa untuk membandingkan berbagai lembaga pendidikan, sehingga dapat memilih lembaga yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Kemudahan akses informasi melalui internet juga dapat membantu lembaga pendidikan untuk mempromosikan diri mereka secara online dan meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya.

Penulis mengamati bahwa persaingan antar sekolah memang semakin sengit dan atraktif di era digital saat ini. Untuk mendapatkan perhatian dan minat calon siswa, banyak cara yang dilakukan oleh sekolah-sekolah, seperti meningkatkan kualitas akademik dan non-akademik, menawarkan program-program yang unik dan menarik, serta melakukan promosi melalui berbagai media digital, seperti situs web sekolah, media sosial, hingga berbagai platform pendidikan daring. Selain itu, sekolah juga menampilkan prestasi-prestasi yang telah diraih, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik, sebagai bukti kualitas sekolah dan memperkuat citra positif di masyarakat. Tidak kalah penting, sekolah-sekolah memilih lokasi yang strategis untuk membantu memudahkan akses siswa

dan orangtua ke sekolah, sehingga dapat meningkatkan minat calon siswa untuk mendaftar di sekolah tersebut. Lokasi yang strategis juga dapat meningkatkan citra dan reputasi sekolah, karena sekolah dianggap berada di lingkungan yang lebih berkualitas dan memiliki akses yang mudah ke berbagai fasilitas dan layanan yang dibutuhkan oleh siswa.

SMK NIBA Business School Bogor merupakan sekolah menengah kejuruan swasta yang terletak di Jalan Layungsari III, No. 15/17, Kelurahan Empang, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor. Memiliki konsentrasi pada bidang keahlian Bisnis dan Manajemen yang kemudian membuka kompetensi keahlian yaitu Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP) serta Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP). Adapun Tujuan program keahlian ini adalah menghasilkan siswa-siswi serta lulusan yang memiliki kompetensi keahlian yang kompeten di bidang pemasaran dan perkantoran untuk dapat bersaing di Industri Usaha dan Kerja (IDUKA). Visi SMK NIBA Business School Bogor adalah menghasilkan lulusan profesional pada bidang keahliannya, mandiri dan mampu berwirausaha serta berakhlak dan budi pekerti yang baik. Pendidikan holistik diterapkan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya berkemampuan secara akademis juga disisi lain memiliki semangat kemandirian, berdaya saing, dan ber-akhlakul karimah.

Sejak awal berdiri sebagai lembaga pendidikan pada tingkat menengah atas, SMK NIBA selalu berusaha untuk terus meningkatkan pelayanan melalui peningkatan sarana dan prasarana belajar yang lebih baik. Selain itu, tim pengembang sekolah selalu berupaya untuk mengevaluasi kinerja tenaga pendidik dan tenaga kependidikan melalui berbagai pelatihan dan *in house training* sebagai bagian dari peningkatan mutu sumber daya manusia yang dimiliki oleh sekolah. Selain itu, konsep pembelajaran dan muatan lokal juga dimaksimalkan dengan memberikan pembelajaran yang relevan dengan memperhatikan perkembangan teknologi dan mengikuti tren terbaru dalam bidang pendidikan untuk menunjang kemampuan dan bekal siswa saat menghadapi dunia kerja maupun berwirausaha.

Meskipun demikian, berbagai upaya yang telah dilakukan ternyata belum begitu berdampak pada perkembangan jumlah siswa di SMK NIBA. Perkembangan jumlah siswa masih belum optimal dari tahun ke tahun jika dibandingkan dengan target siswa siswa yang diharapkan. Hal ini bisa dilihat dari jumlah penerimaan siswa pada PPDB (Pendaftaran Peserta Didik Baru) SMK NIBA Business School Bogor pada setiap tahun

ajaran baru dari tahun ajaran 2016/2017 saat dimana sekolah tersebut dibuka sampai dengan tahun 2022/2023, jumlahnya masih sangat fluktuatif seperti terlihat pada tabel 1.2 di bawah. Tentu fenomena ini perlu mendapatkan perhatian khusus baik dari pihak manajemen SMK NIBA Business School Bogor maupun dari pihak Yayasan Putera Puteri Pertiwi selaku lembaga yang menaunginya. Jika tidak dicarikan solusi yang tepat, maka ke depannya sekolah ini dikhawatirkan justru akan mengalami tren penurunan jumlah siswa yang berkepanjangan. Tentu semua pihak tidak menginginkan hal tersebut terjadi, karena semua pihak tentu berharap kedepannya SMK NIBA Business School Bogor ini akan terus berkembang seiring dengan perkembangan dunia pendidikan khususnya di Kota Bogor yang semakin hari semakin berkembang.

**Tabel 1.2. Perkembangan Jumlah Siswa SMK NIBA Business School Bogor**

NO	TAHUN	JUMLAH SISWA		PENCAPAIAN (%)
		TARGET	AKTUAL	
1	2016/2017	70	76	108,5%
2	2017/2018	70	53	75,7%
3	2018/2019	70	31	44,2%
4	2019/2020	70	30	42,8%
5	2020/2021	70	75	107,1%
6	2021/2022	70	48	68,5%
7	2022/2023	70	68	97,1%
RATA-RATA		350	265	77,7%

Sumber: SMK NIBA Business School Bogor (2023)

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa perjalanan SMK NIBA *Business School* Bogor dimulai dengan jumlah siswa sebanyak 76 Siswa pada program Penerimaan Peserta Didik Baru tahun ajaran 2016/2017. Berselang satu tahun berikutnya, pada program PPDB tahun 2017/2018 jumlah pendaftar di SMK NIBA menurun sebesar 32,8% dari 76 siswa menjadi 53 siswa. Data menunjukkan bahwa tren jumlah pendaftar di SMK NIBA *Business School* Bogor menurun secara konsisten selama tiga tahun berturut-turut mulai dari tahun ajaran 2017/2018 hingga tahun ajaran 2019/2020. Namun, pada tahun ajaran 2020/2021 terjadi peningkatan signifikan sebesar 150% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dengan jumlah siswa mencapai 75 orang. Setelah itu, fluktuasi angka penerimaan siswa pada tahun berikutnya masih berlanjut. Jumlah pendaftar pada tahun 2021 turun sebesar 38,6% dibandingkan pada tahun 2020 dan kemudian mengalami kenaikan kembali pada tahun 2022 sebesar 28,6% dengan mendapatkan 20 siswa lebih

banyak dari tahun 2021. Perlu dicatat bahwa meskipun terjadi peningkatan, jumlah siswa masih belum mencapai target yang diharapkan, sehingga perlu adanya tindakan yang lebih efektif untuk meningkatkan pendaftar di masa yang akan datang.

Melihat penjelasan di atas, sebagai salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu bagaimana menaikkan kembali angka pendaftar pada masa Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dimasa yang akan datang, maka penulis merasa sangat perlu untuk melakukan penelitian di SMK NIBA *Business School* Bogor. Maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian di SMK NIBA *Business School* Bogor tersebut. Tujuan utamanya adalah untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan siswa untuk memilih SMK NIBA *Business School* Bogor sebagai tempat melanjutkan pendidikan. Penelitian yang akan penulis lakukan berjudul Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Lokasi Terhadap Terhadap Keputusan Siswa Memilih Lembaga Pendidikan SMK NIBA. Dalam penelitian ini nantinya penulis menggunakan Citra Merek, Promosi, dan Lokasi sebagai variabel bebas serta variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Jumlah Sekolah pada jenjang SMK di Kota Bogor cukup banyak sehingga menjadikan adanya persaingan antar sekolah untuk mendapatkan siswa.
2. Usai sekolah kurang dari 10 tahun membuat belum banyak calon siswa mengenal SMK NIBA.
3. Jumlah SMK Swasta di Kota Bogor yang cukup banyak dengan jarak yang berdekatan membuat persaingan semakin terasa.
4. Adanya fluktuasi angka penerimaan Peserta Didik Baru pada Tahun ajaran 2019, 2020, 2021 dan 2022.
5. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh SMK NIBA masih terbatas sehingga informasi terkait sekolah belum diketahui masyarakat luas.

6. Lokasi SMK NIBA yang strategis di pinggir jalan tetapi banyak orang yang tidak tahu keberadaan SMK NIBA karena gedung yang ditempati saat ini digunakan bersama dengan Lembaga Pendidikan Tinggi.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Hasil identifikasi SMK NIBA menunjukkan bahwa permasalahan yang ada. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini pada citra merek, promosi dan lokasi terhadap keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA. Batasan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah siswa-siswi SMK NIBA yang berstatus aktif pada tahun ajaran 2022/2023
2. Siswa-siswi berasal dari jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran serta Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran

### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan citra merek, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA?
2. Apakah secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA?
4. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan citra merek, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA.
2. Untuk mengetahui secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA.
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA.
4. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih lembaga pendidikan SMK NIBA.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan informasi bagi pihak sekolah tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan siswa dalam memilih sekolah, sehingga dapat memperbaiki strategi pemasaran serta meningkatkan jumlah pendaftar di masa yang akan datang.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya terhadap konsumen atau pelaku pembelian serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan Citra merek, Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian.
3. Memberikan kontribusi positif bagi pengembangan pendidikan di Indonesia, khususnya di bidang Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) NIBA.
4. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.