

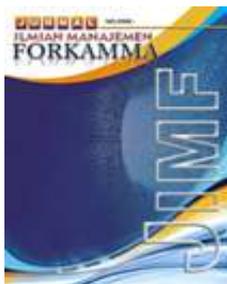
Pengaruh Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa Terhadap Minat Daftar Siswa di SD Swasta Keenkids

Melani Quintania¹, Irma Citarayani², Hermin Sirait³, Endang Tri Pujiastuti⁴

^{1,4)} Universitas Darma Persada Jakarta, email : melani_quintania@fe.unsada.ac.id

ARTICLES INFORMATION

ABSTRACT



JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA

Vol.3, No.3, Juli 2020

Halaman : 227 – 239

© LPPM & FORKAMMA

Prodi Magister Manajemen
UNIVERSITAS PAMULANG

ISSN (online) : 2599-171X

ISSN (print) : 2598-9545

Keyword :

Educator Services, Service Promotion, Student Interest Enrolling.

JEL. classification :

A11, L22, M31

Contact Author :

PRODI

**MAGISTER MANAJEMEN &
FORKAMMA UNPAM**

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang

Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email :

jurnalforkamma.unpam@gmail.com

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan membuktikan lebih lanjut atas pengaruh Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa terhadap Minat Daftar Siswa di SD Swasta Keenkids. Jenis penelitian ini bersifat kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampel menggunakan teknik total sampling sebanyak 60 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS for Windows Ver 23 melalui tahapan statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas data, uji asumsi klasik serta uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh signifikan atas Pelayanan Tenaga Pendidik dan Jasa Promosi terhadap Minat Daftar Siswa di SD Swasta Keenkids.

This research was conducted to analyze and further prove above the effect of Educator Services and Services Promotion on Student Interest Enrolling in Keenkids Private Elementary School. This type of research is causality with a quantitative approach. The sampling technique uses a total sampling technique of 60 respondents. The method of data analysis uses multiple linear regression with the help of SPSS for Windows Ver23 program through stages of descriptive statistics, validity and reliability test, classic assumption test and hypothesis test. The results of this study indicate that in simultaneously and partially there is a significant influence on Educator Services and Services Promotion on Student Interest Enrolling in Keenkids Private Elementary School.

A. PENDAHULUAN

Persaingan di industri pendidikan saat ini telah terjadi dengan sangat ketat. Lembaga pendidikan tumbuh dengan subur di Indonesia dan masing-masing berlomba-lomba untuk dapat menjadikan institusinya sebagai lembaga pendidikan yang unggul dengan kriteria dan wilayahnya masing-masing. Dengan menjadi lembaga pendidikan yang dinilai unggul, maka lembaga pendidikan tersebut akan dengan mudah menjangkit dan mendapatkan siswa yang akan bersekolah di institusinya sehingga dengan adanya siswa yang belajar di institusi pendidikan tersebut maka sekolah akan dapat terus beroperasi dengan baik (Efferi, 2014). Menjamurnya lembaga pendidikan terjadi di seluruh jenjang mulai dari pendidikan TK hingga SMA serta Perguruan Tinggi. Dengan banyaknya lembaga pendidikan ini maka persaingan terjadi dan lembaga pendidikan harus menjadikan fokus pendidikan kepada keunggulan dari berbagai faktor. Faktor yang patut dijadikan fokus dalam proses pembelajaran yaitu salah satunya mengenai kualitas tenaga pendidik yang dimiliki oleh suatu lembaga pendidikan, termasuk lembaga pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar (Kamayuda, 2016).

Tenaga pendidik merupakan salah satu penunjang dan penentu keberhasilan dalam proses pembelajaran. Apabila tenaga pendidik memiliki mutu yang baik dalam proses pembelajaran maka hal tersebut akan dapat menjadi sebab untuk tercapainya target proses pembelajaran. Tenaga pendidik memiliki salah satu tugas untuk memberikan pelayanan bagi peserta didik. Pelayanan yang baik dari tenaga pendidik apabila diketahui oleh khalayak masyarakat maka hal ini kemungkinan dapat memberikan pengaruh positif bagi suatu lembaga pendidikan (Abdullah, 2018). Kegiatan pelayanan dalam ilmu manajemen merupakan salah satu fokus utama dalam mempertahankan pelanggan. Di dalam lembaga pendidikan, yang dapat dikatakan sebagai pelanggan adalah para peserta didik atau siswa. Dengan pelayanan yang mumpuni maka pelanggan akan tetap setia pada suatu produk atau jasa (Rohmitriasih & Soetopo, 2015).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa penelitian terdahulu yaitu: (1) Peningkatan loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran pada jasa pendidikan yaitu studi kasus pada SD Laboratorium UM dengan pendekatan kualitatif, dengan hasil penelitian merekomendasikan tahapan: (a) perencanaan; (b) implementasi; (c) evaluasi; (d) masalah; dan (e) pemecahan masalah (Rohmitriasih & Soetopo, 2015). (2)

Peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran pada properti Green River City, Bekasi dengan menggunakan pendekatan *mixed-methods*, analisis SWOT, analisis BCG dan matriks IE, dengan hasil penelitian yaitu faktor kedekatan lokasi keunggulan untuk memasarkan produk properti melalui strategi penetrasi dan pengembangan pasar serta pengembangan produk (Lesmana R. , 2016). (3) Efektivitas *promotion-mix* dalam proses pemilihan sekolah berdasarkan keputusan wali murid dengan subjek penelitian SMAIT Pesantren Nururrahman. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui riset survei kepada 69 responden calon wali murid dengan teknik sampel menggunakan rumus slovin'. Temuan penelitian menghasilkan tahapan kegiatan *promotion mix* bermula dari *advertising*, kegiatan *public relations* dan publisitas, *direct marketing* serta *word-of mouth marketing* yang berakhir di kegiatan *personal selling* (Husain, 2017). (4) Efektivitas Proses Mengajar di Madrasah Aliyah DDI, Bontang melalui fasilitas sekolah dan motivasi guru yaitu menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 34 responden yaitu pengajar yang merupakan populasi. Temuan penelitian menghasilkan pengaruh yang signifikan antara fasilitas sekolah dan motivasi guru atas capaian proses belajar yang efektif (Abdullah, 2018). Keputusan Pembelian Kosmetik produk Wardah atas citra merek dan kualitas produk yang menggunakan subjek PT Paragon Technology and Innovation

dengan pendekatan kuantitatif dan riset kausalitas dengan hasil penelitian yang membuktikan atas pengaruh dari citra merek dan kualitas produk secara parsial dan simultan pada keputusan pembelian (Lesmana & Ayu, 2019). Oleh karena beberapa hasil temuan yang beragam dan perbedaan penelitian ini secara spesifik akan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat daftar siswa. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan membuktikan lebih lanjut atas pengaruh Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa terhadap Minat Daftar Siswa yang menggunakan subjek penelitian pada SD Swasta Keenkids, Kebayoran Lama - Jakarta Selatan.

B. KAJIAN LITERATUR

Pelayanan adalah interaksi seseorang dengan orang lain pada suatu kegiatan yang melalui tahapan atau urutan kejadian dalam rangka memberikan kepuasan pelanggan (Sinambela, 2011, hal. 5). Fungsi pelayanan dalam bidang pendidikan yaitu *the administrator's production function* yang menggambarkan pengembangan sistem pendidikan, lembaga pendidikan harus dapat merumuskan jenis pelayanan yang dibutuhkan oleh guru yang dikelola oleh seorang administrator dalam fungsi input yang meliputi kualifikasi dan jumlah guru, ukuran kelas, konstruksi bangunan, perlengkapan laboratorium serta fungsi perpustakaan dan banyaknya koleksi buku dan lainnya (Alma & Hurriyati, 2008; Efferi, 2014). Seorang pendidik tidak hanya menjalankan fungsi yang diibaratkan sebagai motor penggerak atau sebagai agen perubahan (*agent of change*) melainkan menjalankan fungsi sebagai pendidik, pembimbing, yang mengarahkan dan mengevaluasi dalam mencapai tujuan keberhasilan peserta didik dalam sebuah institusi pendidikan (Murni, 2017).

Pentingnya pengaturan peran ilmu manajemen atas pelayanan yang dilakukan dalam subjek bidang manajemen pendidikan, dimana sekolah merupakan serangkaian proses yang juga menjalankan fungsi manajemen (*to manage*) (Hasibuan, 2017). Konsep pelayanan juga tidak terlepas dari adanya inovasi yang melekat pada strategi organisasi industri dalam melayani pelanggan, perusahaan dan menangani hubungan mereka atas produk dan layanan yang dikenal dengan istilah *knowledge management* (Fahrurrozi, Soekiman, Gheta, Sudaryana, & Husain, 2020).

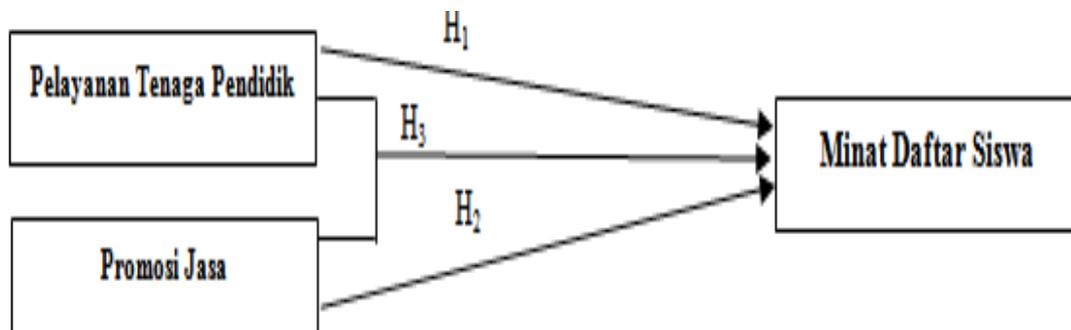
Kualitas pelayanan dalam dunia pendidikan diklasifikasikan berdasarkan pelanggan internal dan eksternal dalam institusi pendidikan. Pelanggan internal yaitu kepala sekolah, guru, staf dan penyelenggara institusi sedangkan pelanggan eksternal

adalah yang menerima jasa pendidikan bermutu yaitu kepuasan atas jasa pendidikan yang diperoleh. Pelayanan pendidikan adalah kebutuhan pelanggan yang diperoleh dari kegiatan dalam memenuhi suatu keinginan. Kualitas pelayanan atas pelanggan produk pendidikan akan merasakan kepuasan ketika telah memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Indikator pengukuran kualitas pelayanan, yaitu: berwujud, keandalan, daya tanggap; jaminan, kemampuan penyedia layanan, rasa peduli dan empati (Kotler, Philip T., Keller, Kevin Lane, 2014, hal. 231).

Peran pendidik sebagai *agent of change* juga tidak terlepas dari strategi promosi organisasi dalam menciptakan minat daftar siswa dalam rangka pengambilan keputusan pembelian yaitu produk pendidikan yang menjadi bagian dari bauran pemasaran (*marketing-mix*). Promosi merupakan variabel *marketing mix* yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pangsa pasarnya oleh organisasi. Promosi juga diistilahkan “proses berlanjut” yang menjadi serangkaian kegiatan oleh organisasi. Konsep *promotion mix* merupakan turunan dari baauran pemasaran terdiri dari tujuh komponen bauran komunikasi pemasaran yang bertujuan dalam mencapai target pasar antara lain periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), *events and experiences*, *public relations* dan *publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), pemasaran langsung (*direct marketing and interactive marketing*), *word-of mouth marketing* (WoMM) serta penjualan tatap-muka (*personal selling*) (Kotler, Philip T., Keller, Kevin Lane, 2014). Dimensi dan indikator pengukuran promosi jasa pendidikan yaitu: hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan komunikasi dari mulut ke mulut (Alma & Hurriyati, 2008).

Minat dapat didefinisikan sebagai suatu perasaan suka atau keterikatan pada suatu aktivitas, tanpa didorong oleh pihak yang menyuruh. Minat adalah sikap penerimaan suatu hubungan diri sendiri apabila memiliki kedekatan atas hubungan tersebut maka semakin akan kuat adanya suatu minat (Slameto, 2010, hal. 180; Syahputra, 2020). Lebih lanjut, minat merupakan perasaan atau hal sebagai bentuk kecenderungan yang berdampak pada perbuatan atau kegiatan-kegiatan tertentu (Hidayat & Asroi, 2013, hal. 87). Minat berfungsi sebagai sumber motivasi yang kuat yang membentuk sikap atas kebutuhan seseorang untuk belajar yang keduanya memiliki keterkaitan, adanya intensitas apresiasi anak serta bertujuan untuk meningkatkan kegairahan atas ketekunan seseorang dari suatu aktivitas (Hidayat & Asroi, 2013, hal. 88). Dimensi dan indikator pengukuran minat, yaitu keinginan, perhatian, perasaan senang dan tertarik, mengerjakan tugas, giat belajar serta menanti peraturan (Hidayat & Asroi, 2013, hal. 89).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan tinjauan pustaka, maka diajukan rerangka penelitian ke dalam suatu model penelitian.



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini
Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan rancangan model penelitian di atas, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H₁: Adanya pengaruh signifikan atas Pelayanan Tenaga Pendidik terhadap Minat Daftar Siswa di SD Swasta Keenkids.
- H₂: Adanya pengaruh signifikan atas Promosi Jasa terhadap Minat Daftar Siswa di SD Swasta Keenkids.
- H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan atas Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa terhadap Minat Daftar Siswa di SD Swasta Keenkids.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan riset kausalitas, yaitu tipe penelitian yang bertujuan mencari penjelasan atas hubungan *casual effect* antar beberapa variabel sebagai dasar dalam menganalisis beberapa variabel tersebut (Ali & Limakrisna, 2013, hal. 13). Penelitian ini menggunakan data primer berupa survei kepada responden. Subjek penelitian yaitu SD Swasta Keenkids yang berlokasi di Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Populasi yang menjadi objek penelitian ini yaitu seluruh siswa SD Swasta Keenkids dengan teknik penentuan sampel dengan *total sampling* dikarenakan melibatkan keseluruhan populasi, dimana perbedaan yang didasarkan atas objek pada penelitian ini yaitu penelitian populasi karena kurang dari 100 (seratus) (Arikunto, 2013). Teknik analisis data menggunakan program *SPSS for Windows Ver.23* melalui tahapan berikut ini: (1) Analisis deskriptif berdasarkan kriteria jawaban responden; (2) Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan membandingkan skor r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk melihat sah atau tidaknya butir pernyataan kuesioner dan uji reliabilitas menggunakan rumus *coefficient alpha cronbach's* dengan ketentuan minimal 0,6 maka instrumen reliabel (Sugiyono, 2018); (3) Uji asumsi klasik yang meliputi normalitas data, multikolinearitas, heteroskedastisitas serta pengujian linieritas untuk melihat spesifikasi model; dan (4) Uji hipotesis melalui koefisien determinasi menggunakan nilai *R-Square*, uji simultan serta uji parsial dengan ketentuan H₀ ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ (uji simultan) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (uji parsial).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Instrumen untuk mengukur variabel Pelayanan Tenaga Pendidik (X₁) menggunakan angket yang dirumuskan melalui 14 (empat belas) item pernyataan. Skor total persepsi minimum yaitu adalah 14 sementara skor total persepsi tertinggi adalah 70. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terkumpul dari 60 siswa secara kuantitatif menghasilkan skor minimum yaitu 49 dan skor maksimumnya yaitu 70. Selisih antara skor maksimum dengan minimum (70 - 49) yaitu 21 dengan interval kelas sebanyak 5, maka lebar intervalnya yaitu 21 dibagi dengan 5 yaitu 4,2 dibulatkan menjadi 4. Instrumen untuk mengukur variabel Promosi Jasa (X₂) yang diperoleh dari rekapitulasi jawaban responden terkumpul dari 60 siswa secara kuantitatif menghasilkan skor minimum yaitu 39 dan skor maksimumnya yaitu 53. Selisih antara skor maksimum dengan minimum (53 - 39) yaitu 14 dengan interval kelas sebanyak 5, maka lebar intervalnya yaitu 14 dibagi dengan 5 yaitu 2,8 dibulatkan menjadi 3. Instrumen untuk mengukur variabel Minat Daftar Siswa (Y) yang diperoleh dari rekapitulasi jawaban responden terkumpul dari 60 siswa secara kuantitatif menghasilkan skor minimum yaitu 28 dan skor maksimumnya yaitu 47. Selisih antara skor maksimum dengan minimum (47 - 28) yaitu 19 dengan interval kelas sebanyak 5, maka lebar intervalnya yaitu 19 dibagi dengan 5 yaitu 3,8 dibulatkan menjadi 4.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Berdasarkan hasil uji validitas data yang dihasilkan oleh Output SPSS Ver23 terhadap 60 (enam puluh) responden di SD Swasta Keenkids diketahui bahwa angket Pelayanan Tenaga Pendidik terdapat 1 (satu) butir pernyataan yang tidak valid dan 14 (empat belas) indikator dinyatakan valid. Angket Promosi Jasa (X2) diketahui terdapat 3 (tiga) butir pernyataan yang tidak valid dan 12 (dua belas) indikator dinyatakan valid. Angket Minat Daftar Siswa (Y) diketahui 5 (lima) butir pernyataan yang tidak valid dan 10 (sepuluh) indikator dinyatakan valid.

Tabel 1 Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator	r-hitung	Hasil Uji Validitas	Skor Cronbach's Alpha / Kesimpulan Uji Reliabilitas
Variabel Pelayanan Tenaga Pendidik (X1)			
P1	0,694**	valid	0,825 > 0,6, Reliabel
P2	0,601**	valid	
P3	0,496**	valid	
P4	0,207**	tidak valid	
P5	0,259**	valid	
P6	0,575**	valid	
P7	0,601**	valid	
P8	0,601**	valid	
P9	0,680**	valid	
P10	0,573**	valid	
P11	0,509**	valid	
P12	0,517**	valid	
P13	0,507**	valid	
P14	0,515**	valid	
P15	0,711**	valid	
Variabel Promosi Jasa (X2)			
P16	0,751**	valid	0,825 > 0,6, Reliabel
P17	0,327**	valid	
P18	0,649**	valid	
P19	0,267**	valid	

Indikator	r-hitung	Hasil Uji Validitas	Skor Cronbach's Alpha / Kesimpulan Uji Reliabilitas	
P20	0,307**	valid		
P21	0,061**	tidak valid		
P22	0,280**	valid		
P23	0,531**	valid		
P24	0,588**	valid		
P25	0,371**	valid		
P26	0,441**	valid		
P27	0,080**	tidak valid		
P28	0,526**	valid		
P29	0,115**	tidak valid		
P30	0,259**	valid		
Variabel Minat Daftar Siswa (Y)				
P31	0,686**	valid		0,825 > 0,6, Reliabel
P32	0,231**	tidak valid		
P33	0,185**	tidak valid		
P34	0,561**	valid		
P35	0,523**	valid		
P36	0,019**	tidak valid		
P37	0,364**	valid		
P38	0,547**	valid		
P39	0,228**	tidak valid		
P40	0,256**	valid		
P41	0,111**	tidak valid		
P42	0,620**	valid		
P43	0,256**	valid		
P44	0,355**	valid		
P45	0,458**	valid		

Sumber: Data diolah SPSS Ver23

Keseluruhan butir pernyataan setelah dilakukan uji validitas data kembali menghasilkan skor r-hitung lebih besar (>) dari 0,254. Di samping itu, semua item dalam

variabel yang diteliti memiliki skor *cronbach's alpha* lebih dari 0,6 sehingga keseluruhan butir / item pernyataan yang terdapat dalam angket adalah valid dan variabel memiliki reliabilitas yang layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik dan Linieritas

Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K/S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.02002878
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.048
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS Ver23

Hasil output (K/S) *test* yang digunakan untuk menguji normalitas data menghasilkan probabilitas signifikansi yaitu 0,200 (lebih dari 0,05, H_0 diterima) yang berarti data residual terdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.737	6.257		.278	.782		
	X1	.345	.082	.458	4.191	.000	.903	1.108
	X2	.351	.128	.300	2.742	.008	.903	1.108

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS Ver23

Uji multikolinearitas menggunakan pendekatan dengan teknik melihat skor *tolerance* dan skor *variance inflated factors* (VIF) yang dihasilkan dari output SPSS Ver23 memperlihatkan masing-masing skor dari variabel independen sebesar 0,903 (*tolerance* di atas skor 0,1) dan sebesar 1,108 (VIF di bawah skor 10) yang berarti model regresi tidak memiliki gejala multikol antar variabel independen.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,598	4,245		1,319	,195		
	Pelayanan	,000	,063	-,001	-,005	,996	,895	1,118
	Promosi	-,107	,135	-,136	-,792	,433	,895	1,118

Sumber: Output SPSS Ver23

Uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan dengan teknik *glejser* yang dihasilkan dari output SPSS Ver23 atas nilai absolute residual (AbsUI) memperlihatkan probabilitas signifikansi atas masing-masing variabel independen sebesar 0,996 dan 0,433, dimana lebih besar dari 0,05 yang artinya model regresi tidak terindikasi adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Pelayanan	Between Groups:	(Combined)	318,427	17	18,731	1,681	,125
		Linearity	164,650	1	164,650	14,774	,001
		Deviation from Linearity	153,777	16	9,611	,862	,613
Within Groups			245,173	22	11,144		
Total			563,600	39			

Sumber: Output SPSS Ver23

Uji linieritas yang dihasilkan dari output SPSS Ver23 pada tabel ANOVA diketahui bahwa nilai signifikansi 0,613 lebih besar dari 0,05 yang artinya spesifikasi model regresi memiliki hubungan yang linier.

4. Uji Hipotesis

Tabel 6 Rangkuman Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Model	R	R ²	Adjusted R ²	SE of the Estimate
1	0,625	0,391	0,369	3,063

Sumber: Output SPSS Ver23

Koefisien korelasi (R) yaitu 0,625 dinyatakan bahwa hubungan antara variabel X (Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa) terhadap variabel Y (Minat Daftar Siswa) berada pada interval 0,600 – 0,799, hal ini berarti korelasi berganda antara kedua variabel di atas menunjukkan hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi (R²) diperoleh sebesar 0,391 yang berarti 39,1 persen perubahan dari variabel Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa (X1;X2) dijelaskan oleh variasi variabel Minat Daftar Siswa (Y), sedangkan 60,9 persen dapat dijelaskan oleh variabel lainnya.

Tabel 7 Rangkuman Hasil Uji Simultan (ANOVA / Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	342.974	2	171.487	18.279	.000 ^b
	Residual	534.759	57	9.382		
	Total	877.733	59			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS Ver23

Nilai F-hitung yang dihasilkan dari output SPSS Ver23 yaitu 18,279 dengan probabilitas signifikansi yaitu 0,000, sehingga menolak H₀. Variabel Pelayanan Tenaga Pendidik (X1) dan Promosi Jasa (X2) secara simultan memiliki signifikansi atas variabel Minat Daftar Siswa (Y).

Tabel 8 Rangkuman Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.101	6.237		.177	.860
	X1	.333	.082	.441	4.054	.000
	X2	.383	.128	.326	2.999	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS Ver23

Hasil dari uji parsial dituangkan dengan hasil persamaan regresi berikut ini:

$$Y = 1,101 + 0,333X1 + 0,383 X2 + e$$

Constant : 1,101. Artinya rata-rata kontribusi variabel independen selain X1 dan X2 juga memberikan dampak positif terhadap nilai Y.

X1 : 0,333. Artinya X1 memiliki pengaruh positif terhadap Y, jika terjadi kenaikan X1 sebesar 1 (satu) kali dan variabel independen lainnya bernilai tetap, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 1.

X2 : 0,383. Artinya X2 memiliki pengaruh positif terhadap Y, jika terjadi kenaikan X2 sebesar 1 (satu) kali dan variabel independen lainnya bernilai tetap, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 1.

Nilai t-hitung yang dihasilkan dari output SPSS Ver23 diketahui masing-masing yaitu 4,054 dan 2,999 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000 dan 0,004 (kurang dari

alpha 0,05) sehingga menolak H_0 . Variabel Pelayanan Tenaga Pendidik (X1) dan Promosi Jasa (X2) secara parsial memiliki signifikansi atas variabel Minat Daftar Siswa (Y).

5. Pembahasan

Pengaruh Pelayanan Tenaga Pendidik (X1) terhadap Minat Daftar Siswa (Y) memiliki koefisien regresi yaitu 0,333 dengan tingkat probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Pelayanan Tenaga Pendidik pada SD Swasta Keenkids, Kebayoran Lama - Jakarta Selatan berpengaruh signifikan terhadap Minat Daftar Siswa. Hasil pengujian hipotesis ini sejalan dengan temuan dalam rangka peningkatan loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh faktor pelayanan yang dirumuskan melalui perencanaan, implementasi, evaluasi masalah dan pemecahan masalah serta kualitas produk yang dipersepsikan konsumen terhadap keputusan pembelian (Rohmitriasih & Soetopo, 2015; Lesmana & Ayu, 2019). Pentingnya Pelayanan Tenaga Pendidik merupakan salah satu komponen 7P yang tertuang dalam *marketing mix* yaitu *people* yang menjadi *change agent* untuk mempromosikan sekolah yang terintegrasi dalam fungsi marketing dalam rangka menciptakan minat daftar siswa (Alma & Hurriyati, 2008). Kebutuhan konsumen terhadap karyawan yang pada penelitian ini adalah tenaga pendidik yang memiliki produktivitas tinggi akan berdampak pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Pengetahuan (*knowledge*), kompetensi dasar yang menjadi bagian dari internal organisasi serta pencitraan yang baik pada lingkungan eksternal yang menjadi fokus strategi SD Swasta Keenkids kepada calon orangtua atau wali murid, terutama ibu-ibu yang memiliki anak pada usia sekolah TK karena pengambilan keputusan dalam memilih sekolah anak memiliki kecenderungan yang berasal dari orangtua.

Pengaruh Promosi Jasa (X2) terhadap Minat Daftar Siswa (Y) memiliki koefisien regresi yaitu 0,383 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ yang artinya Pelayanan Tenaga Pendidik pada SD Swasta Keenkids, Kebayoran Lama - Jakarta Selatan berpengaruh signifikan terhadap Minat Daftar Siswa. Hasil pengujian hipotesis sejalan dengan temuan pentingnya strategi pemasaran jasa pendidikan serta strategi penetrasi pasar yang dituangkan dalam strategi bauran pemasaran (Lesmana R. , 2016). Di samping itu, pentingnya serangkaian kegiatan *promotion-mix* dalam proses penentuan keputusan yang diambil oleh wali murid dalam memilih sekolah anak dilakukan melalui serangkaian kegiatan yang diawali dari *advertising* yang bertujuan *brand awareness*, kegiatan *public relations* dan publisitas serta *direct marketing* untuk menciptakan perilaku, *word-of mouth marketing* untuk mengetahui pembentukan sikap dan minat siswa dan pada akhirnya pengambilan keputusan pembelian (Husain, 2017). Temuan penelitian ini juga mengkonfirmasi temuan pentingnya fasilitas sekolah terhadap output dari efektivitas proses belajar yang berdampak pada pembentukan sikap dan peminatan siswa atas pendaftaran sekolah sebagaimana minat kebutuhan seseorang sebagai motivasi yang belajar siswa, bentuk intensitas apresiasi dalam meningkatkan setiap kegiatan seseorang yang ditekuni yang bertujuan untuk menambah kegairahan belajar siswa (Hidayat & Asroi, 2013, hal. 88).

Pengaruh Pelayanan Tenaga Pendidik (X1), Promosi Jasa (X2) atas Minat Daftar Siswa (Y) sebagai pembuktian hipotesis ketiga, menghasilkan nilai atau skor ANOVA (F-hitung) yaitu 18,279 dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ yang artinya Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa pada SD Swasta Keenkids, Kebayoran Lama - Jakarta Selatan berpengaruh simultan dan signifikan terhadap Minat Daftar Siswa. Variabel Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa juga memiliki skor *R-square* yang cukup tinggi yaitu 0,391 atau 39,1 persen perubahan dari variabel Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa dijelaskan oleh variasi variabel Minat Daftar Siswa (Y) sehingga kedua variabel di atas mampu memprediksi pengaruhnya terhadap Minat Daftar Siswa pada SD Swasta Keenkids.

E. KESIMPULAN

Simpulan dari studi ini adalah terdapat pengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial Pelayanan Tenaga Pendidik dan Promosi Jasa terhadap Minat Daftar Siswa di SD Swasta Keenkids, Kebayoran Lama – Jakarta Selatan, hal ini berarti semakin baik pelayanan tenaga pendidik dan semakin sering promosi jasa yang dilakukan maka berdampak pada semakin tinggi atau meningkatnya minat daftar siswa. Implikasi penelitian dari temuan di atas, direkomendasikan beberapa saran diantaranya: (1) Penyelenggara pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar (SD) khususnya institusi swasta dapat memanfaatkan penelitian ini untuk mengevaluasi persepsi minat daftar siswa sehingga wali murid semakin berminat untuk menyekolahkan anaknya di sekolah yang dituju; (2) Tenaga pendidik untuk dapat lebih berpartisipasi dalam promosi jasa pendidikan supaya dapat lebih menarik perhatian masyarakat, khususnya wali murid untuk menyekolahkan anaknya di sekolah yang dituju; serta (3) Peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi minat daftar siswa seperti fasilitas sekolah, keefektifan mengajar guru dan latarbelakang motivasi orangtua dalam menyekolahkan anak, kemudian lingkup kajian penelitian dapat diperluas dengan teknik membandingkan minat konsumen pendidikan pada sekolah-sekolah di wilayah baik perdesaan maupun perkotaan, atau sekolah negeri dan swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2018). Pengaruh Fasilitas Sekolah dan Motivasi Guru terhadap Efektivitas Proses Mengajar di Madrasah Aliyah DDI Bontang. *Jurnal PROMOSI: Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 6(2), 165-175.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)* (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Alma, B., & Hurriyati, R. (2008). *Manajemen Corporate Strategi & Pemasaran Jasa Pendidikan (Fokus pada Mutu dan Layanan Prima)*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Arikunto, Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Efferi, A. (2014). Dinamika Persaingan Antar Lembaga Pendidikan. *Quality: Journal of Empirical Research in Islamic Education*, 2(1), 96-116.
- Fahrurrozi, M., Soekiman, J. S., Ghetta, A. P., Sudaryana, Y., & Husain, T. (2020). Business to Business ecommerce and role of Knowledge Management. *TEST Engineering & Management*, 82, 16347-16357.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program: IBM SPSS 23* (VIII ed.). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Cetakan ke-18, Jakarta: PT Bumi Aksara. (Vol. Cetakan ke-18)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hidayat, S., & Asroi. (2013). *Manajemen Pendidikan Substansi dan Implementasi dalam Praktik Pendidikan di Indonesia*. Tangerang: Pustaka Mandiri.

- Husain, T. (2017). Efektivitas Promotion Mix Terhadap Keputusan Wali Murid Memilih SMA IT Pesantren Nururrahman. *MBiA*, 16(2), 69-78.
- Hakim, L., Sunardi, N. (2017). Determinant of leverage and it's implication on company value of real estate and property sector listing in IDX period of 2011-2015. *Man in India*, 97(24), pp. 131-148
- Kamayuda, D. M. (2016). Perencanaan Strategi Bersaing Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru di Salah Satu Sekolah Swasta Salatiga. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 15-29.
- Kotler, Philip T., Keller, Kevin Lane. (2014). *Marketing Management* (15 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lesmana, R. (2016). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan di Green River City Bekasi (Studi Kasus di PT. Artha Bangun Pratama). *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 3(2), 40-59.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Pemasaran KOMPETITIF*, 2(3), 59-72.
- Murni. (2017). Manajemen Tenaga Pendidik dan Kependidikan. *Jurnal Intelektualita*, 5(02), 27-45.
- Rohmitriasih, & Soetopo, H. (2015). Starategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 24(5), 402-407.
- Sinambela, L. P. (2011). *Reformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sunardi, N., Hamid, A. A., Lativa, A. K., & Tulus, N. (2018). Determinant Of Cost Efficiency And It's Implications For Companies Performance Incorporated In The Lq. 45 Index Listing In Idx For The Period of 2011-2016. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 16(1).
- Nardi Sunardi, E. A., Kadim, A., Tumanggor, M., & Oktrima, B. (2018). Effects Of The Bank Soundness With The Rbbr Approach (Risk Base Bank Rating) Of Cost Efficiency And Its Implications On Sharia Bank Performance In Indonesia For The Period Of 2012–2016. *International Journal of Economic Research*, 15(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syahputra, E. (2020). *SNOWBALL Throwing: Tingkatkan Minat dan Hasil Belajar*. Nagrak - Sukabumi: Haura Publishing.