

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kita hidup di era globalisasi. Era ini ditandai dengan kompetisi yang sangat ketat dalam segala bidang baik ekonomi, sosial, politik dan budaya tak terkecuali bidang pendidikan. Kondisi seperti ini menuntut masyarakat untuk menyadari segala kemampuan yang dimilikinya agar mampu menghadapi tantangan. Pendidikan yang berkualitas menjadi kunci peningkatan kualitas sumber daya manusia yang akan menghantarkan suatu bangsa pada kemajuan. Menilik kualitas pendidikan Indonesia saat ini, masih banyak hal yang perlu diperbaiki. Peningkatan kualitas pendidikan perlu segera diupayakan agar kita tidak semakin tertinggal.

Peningkatan kualitas pendidikan merupakan suatu proses yang terintegrasi dengan proses peningkatan sumber daya manusia itu sendiri. Menyadari pentingnya proses sumber daya manusia Indonesia maka pemerintah melalui pendidikan membangun semua aspek kemampuan yang memang harus dimiliki oleh setiap manusia meliputi aspek pengetahuan, keterampilan maupun sikap, baik fisik, mental maupun spiritual. Diharapkan ke depannya manusia Indonesia menjadi manusia Indonesia seutuhnya [1].

[1] Undang-Undang RI no.20 tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional* Bab.II pasal.3, (Jakarta: Laksana, 2012), cet.1, hal.15, menjadi manusia Indonesia seutuhnya ialah manusia yang dapat membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman, dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berahlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab.

yang mampu mengembangkan seluruh potensi yang dimilikinya.

Berdasarkan tujuan tersebut pendidikan di Indonesia akan mampu menciptakan manusia Indonesia yang mampu menghadapi tantangan dan perubahan secara global dan menjawabnya secara positif. Dengan demikian setiap masyarakat harus memiliki keunggulan yaitu memiliki pengetahuan yang baik dan benar, memiliki keterampilan dan memiliki sifat yang jujur dan bertanggungjawab, berkepribadian tangguh dan positif, sehat, cerdas, mau bekerja keras dan tidak mudah putus asa.

Pendidikan dalam Islam bertujuan untuk mengembangkan ilmu dan mengabdikan kepada Allah SWT, maka sistem moralnya pun harus dibangun dan bersumber dari norma-norma Islam yaitu wahyu. Belajar dalam Islam tak berbeda dengan belajar pada umumnya, yang tidak terpisahkan dengan pengembangan sains dan teknologi (menggali, memahami dan mengembangkan) intelektual ke arah pengenalan dan pendekatan diri pada Tuhan Yang Maha Agung (*divine-unity*). Ini berarti bahwa belajar dalam Islam bertujuan untuk memperoleh kesejahteraan umat manusia dan lingkungannya dengan motivasi ibadah, sesuai dengan yang tercantum dalam QS. Al-Mujadilah:11, berbunyi :



 وَاعْلَمُوا أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ
 وَإِنَّ أَوْلَى الْأُمَمِ حَقًّا لِلَّهِ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
 : (مُجَادِلَةُ : ١١)
 وَاعْلَمُوا أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ
 وَإِنَّ أَوْلَى الْأُمَمِ حَقًّا لِلَّهِ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman

diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan” [2].

Segala aktivitas yang berkaitan dengan ilmu dan pengembangannya pun harus dipertanggungjawabkan secara moral kepada Allah SWT. Manusia sebagai makhluk Allah SWT, ia dituntut agar dengan sadar bersedia memikul tanggung jawab moral bagi tegaknya suatu tatanan sosial politik yang adil dan beradab.

Tuntutan itu tercermin dalam QS. Al-Isra’: 36, berbunyi :

وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ سَبِيلًا وَمَا تَدْرِي لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكٰفِرِيْنَ
 وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ سَبِيلًا وَمَا تَدْرِي لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكٰفِرِيْنَ
) الس : ٦٣ (

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya” [3].

Kebijakan pendidikan di Indonesia saat ini diarahkan pada regulasi yang bermuara pada peningkatan mutu pendidikan nasional secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kebijakan pendidikan harus dijalankan dengan konsisten sesuai program yang di rencanakan dengan benar dan sistematis. Kebijakan strategis dalam bidang pendidikan melalui cara yang dapat memperkuat sistem pendidikan untuk menjamin ketersediaan pendidikan bagi seluruh masyarakat [4]. Program revitalisasi peningkatan mutu guru dijalankan dengan tepat sesuai sasaran dengan strategi yang berkualitas [5].

[2]. Departemen Agama RI, *MUFASSR. Al Quran, Terjemahan, Tafsir. Enam Ringkasan Tafsir.* (Hilal, Bandung, 2010) cet.1, hal. 219.

[3]. Departemen Agama RI, *op cit*, hal. 116

[4].Undang-Undang RI, *op cit*. hal. 55.

[5].Undang-Undang RI, *op cit*, hal. 33.

Sistem pendidikan yang berlaku di Kota Cirebon pun mengacu pada Kebijakan pendidikan secara nasional yaitu Undang-Undang No.32 tahun 2004 yaitu desentralisasi sistem pendidikan nasional. Desentralisasi sistem pendidikan nasional di Kota Cirebon bukan lagi hanya suatu konsep tetapi sudah diimplementasikan pada semua tingkatan manajemen termasuk satuan pendidikan. baik jalur pendidikan formal maupun non formal. Implementasi desentralisasi pada tatanan lembaga pendidikan ini sungguh sangat berarti karena memiliki fungsi dan peranan sangat strategik dalam pembangunan peradaban bangsa.

Model desentralisasi bidang pendidikan dikenal adalah MMTP singkatan dari Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan model ini diyakini akan mempermudah pencapaian tujuan pendidikan. Menurut Tjiptono & Anastasia Diana (1995), MMT adalah suatu pendekatan dalam memaksimalkan daya saing melalui perbaikan terus menerus atas jasa, produk dan lingkungan [6]. Diperkuat lagi dengan pendapat dari West-Burnhan (1997) MMTP adalah semua fungsi dari organisasi sekolah ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep mutu, kerja tim, produktivitas dan prestasi serta kepuasan pelanggan [7]. MMTP merupakan suatu sistem manajemen yang menyangkut mutu sebagai strategi usaha yang berorientasi pada kepuasan pelanggan sehingga kegiatan MMTP dapat melibatkan seluruh anggota organisasi. MMTP dapat menciptakan budaya mutu dimana tujuan setiap anggota organisasi ingin menyenangkan pelanggannya.

[6]. Prof.Dr.Husaini Usman, M.Pd, M.T, *Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan Edisi.4* (Jakarta, Bumi Aksara 2014) cet.1, hal. 601.

[7]. Prof.Dr.Husaini Usman, M.Pd, M.T , *op cit*

Konsep ini jika dilaksanakan dengan baik dan benar maka apa yang diamanatkan oleh UU RI No. 20 tahun 2003 dapat terwujud yaitu terselenggaranya pendidikan yang bermutu baik dari sisi input, proses, output maupun outcome [8].

Sekolah sebagai tempat pelaksanaan MMTP dan proses belajar mengajar perlu dikelola secara baik dan benar. Keberhasilan suatu sekolah mencapai tujuan yang diharapkan sangat tergantung kepada bagaimana model pengelolaan terhadap segala sumber daya yang dimiliki sekolah tersebut. Sumber daya sekolah yang memadai bukan jaminan akan mewujudkan harapan-harapan warga sekolah yang telah dirumuskan menjadi tujuan sekolah tersebut jika kepala sekolah sebagai pimpinan tidak mampu melaksanakan tugas pokok dan fungsinya dengan baik.

Setiap sekolah memiliki tujuan dan untuk mencapainya memerlukan strategi. Strategi merupakan satu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi. Strategi dapat menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Strategi organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Strategi dirancang untuk

[8]. Manajemen Pendidikan, Tim Dosen UPI Bandung, (Jakarta, Alfabeta 2013) tentang Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan mengatakan bahwa Input pendidikan yang bermutu adalah guru-guru, peserta didik, kurikulum, fasilitas dan berbagai aspek penyelenggaraan pendidikan yang bermutu. Proses pendidikan yang bermutu adalah proses pembelajaran yang bermutu. Output pendidikan yang bermutu adalah lulusan yang memiliki kompetensi yang dipersyaratkan dan Outcome pendidikan yang bermutu adalah lulusan yang mampu melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi atau terserap pada dunia usaha dan dunia industri.

Hal itu menunjukkan bahwa persiapan dan perencanaan untuk masa yang akan datang sangatlah kita butuhkan. Untuk itu persiapan atau perencanaan termasuk pendidikan baik itu perencanaan jangka pendek, sedang, atau panjang, harus benar-benar dilaksanakan agar dalam semua kegiatan atau aktifitas dapat terukur, teramati dan terevaluasi secara baik dan bertanggung jawab. Kunci utama kegiatan perencanaan adalah proses kegiatan perencanaan itu sendiri. Proses perencanaan adalah suatu cara pandang yang lebih mengenai apa yang dilakukan dan bagaimana cara mengetahui apa yang dilakukan, dapat membantu dalam pengambilan keputusan, dan bersifat rasional.

Persaingan dalam industri pendidikan menyebabkan timbulnya kesenjangan antara tuntutan lingkungan dan persaingan dengan kekuatan satuan pendidikan pada berbagai jenis dan jenjang pendidikan. Situasi ini telah memaksa sebagian satuan pendidikan mengurangi atau menghentikan operasinya. Tidak terkecuali beberapa sekolah-sekolah yang ada di Kota Cirebon terutama SMK. Sejumlah SMK terutama SMK-SMK swasta mengalami penurunan jumlah siswanya bahkan terpaksa ditutup dan tidak dapat melanjutkan operasinya. Fenomena sejumlah SMK yang mengalami penurunan jumlah siswa sangat meluas dan merupakan isu permasalahan yang penting untuk dikaji.

Setiap sekolah dituntut untuk senantiasa merevitalisasi strateginya untuk menjamin kesesuaian tuntutan lingkungan dan persaingan dengan kekuatan internal yang dimilikinya. Ini penting mengingat ketidakmampuan sekolah dalam merespon peluang dan ancaman eksternal akan mengakibatkan menurunnya daya

saing sehingga pencapaian kinerja sekolah jadi terhambat. Jika ini dibiarkan maka akan mengancam kelangsungan sekolah yang bersangkutan.

Jadi manajemen sekolah harus mengetahui apa saja yang ditawarkan, apa kebutuhan dan keinginan siswanya. Perhatikan pula apa keunggulan sekolah lainnya. Hal ini penting untuk di pahami agar sekolah dapat mengetahui strategi apa yang harus dilaksanakan agar tujuan sekolah dapat tercapai yaitu meningkatnya jumlah siswa yang masuk ke sekolah tersebut. Bidang administrasi pendidikan sudah diperluas dan sudah memasuki bidang manajemen pemasaran pendidikan. Seperti yang dikatakan manajemen pemasaran, dapat dilihat kutipan Kotler, 1978:7 sebagai berikut :

“Marketing management is the analys, planning, implemention and control of program designed to bring desired exchanges with target markets for the purpose of achieving organization’s offering in terms of the target markets needs and desires and using effective pricing, communication, and distribution to inform, motivate and service the market”. [12]

Kegiatan manajemen pemasaran pendidikan sangat membantu berhasilnya manajemen secara keseluruhan yaitu untuk mendapatkan jumlah siswa yang cukup dan bermutu.

Untuk meningkatkan dan mengembangkan SMK dengan sejumlah siswa cukup dan berkualitas baik dilihat dari prestasi akademik maupun non akademik sekolah harus memberikan pelayanan yang prima bagi para siswanya.

[12]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd , *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung, Alfabeta, 2005), cet.2, hal.63

Tanpa pelayanan yang baik bagaimanapun hebatnya kemampuan akademik siswa maka pendidikan pada sekolah tersebut tidak akan berhasil.

Untuk memenangkan persaingan, suatu organisasi dapat menciptakan dua dasar keunggulan bersaing yaitu kepemimpinan menyeluruh dan differensiasi. Menurut Porter (1991:16) mengatakan bahwa keunggulan suatu organisasi bisnis dapat bersumber dari biaya rendah yaitu organisasi dapat melaksanakan seluruh aktivitas usaha secara efektif dan efisien sehingga menghasilkan harga yang relatif lebih rendah dari pesaingnya., atau dari differensiasi dimana unit usaha berkonsentrasi untuk mencapai kinerja terbaik dalam memberikan manfaat bagi pelanggannya (siswa) [13]. Strategi differensiasi akan menempatkan organisasi secara unik sehingga dapat melayani kebutuhan khusus pelanggan.

Banyak usaha yang bisa ditempuh oleh sekolah untuk memenangkan persaingan dalam penerimaan peserta didik baru. Salah satunya adalah melaksanakan sosialisasi promosi. Sosialisasi promosi penting bagi sekolah yang ingin sekolahnya lebih dikenal oleh masyarakat. Promosi juga merupakan salah satu penentu keberhasilan program pemasaran pendidikan. Betapapun berkualitasnya suatu produk pendidikan bila konsumen belum pernah mendengardan tidak yakin pada produk yang ditawarkan maka mereka tidak akan membelinya. Menurut Buchari Alma mengatakan :

[13]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit*, hal.177.

“Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan tersebut“ [14].

Ketika calon siswa tertarik dan membeli produk pendidikan yang ditawarkan pihak sekolah maka langkah selanjutnya adalah berilah pelayanan yang baik dan benar, ini bagian dari realisasi promosi dan strategi akademik. Salah satu strategi akademik dengan melakukan pelayanan prima kepada para siswa di sekolah. Dimana pelayanan prima pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan pihak sekolah untuk melayani para siswa dengan sebaik-baiknya, sehingga para siswa merasa puas terhadap sekolah.

Pelayanan tidak dapat diraba tapi bisa dirasakan. Banyak bentuk pelayanan yang bisa diberikan pada siswa misalnya ramah, senyum, sopan, cepat, tepat, terbuka dan tanggung jawab terhadap kegiatan sekolah. Semua kegiatan pelayanan prima tidak terlepas dari attitude, skill dan knowledge dari semua warga sekolah baik kepala sekolah, guru, staf tata usaha maupun antara siswa itu sendiri [15]. Hal tersebut dimaksudkan agar ketika siswa berada di sekolah mereka akan merasa puas terhadap pelayanan yang ada. yang pada akhirnya prestasi siswa dapat di raih.

Berbagai hal yang disampaikan di atas akan mendorong sekolah untuk

[14]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit*, hal.162.

[15]. Drs. Daryanto, dkk, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta, Gava Media, 2014), cet.1, hal.107.

membuat perencanaan lebih baik dan lebih matang lagi, melaksanakan perencanaan tersebut dengan baik dan benar agar mampu berdaya saing dalam mendapat siswa. Lakukanlah terus monitoring dan evaluasi dari setiap kegiatan inidmaksudkan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan setiap program sekolah yang sedang berlangsung.

Tetapi pada kenyataannya dari 27 SMK yang ada di Kota Cirebon, SMK Negeri 2 sekolah dan SMK swasta 25 sekolah menunjukkan hampir setengahnya 11 SMK sangat kekurangan siswa, SMK tersebut keseluruhannya adalah SMK swasta. SMK tersebut mempunyai siswa di bawah 100 orang. Hal ini tentu saja sangat memprihatinkan. Dari tahun ke tahun terus menurun malah ada sekolah yang sudah ditutup karena memang tidak dapat siswa baru ketika ada kegiatan penerimaan peserta didik baru. Inilah yang mendorong penulis merasa sangat tertarik untuk meneliti hal tersebut. Sebenarnya apa yang salah apakah fungsi-fungsi perencanaannya tidak dilaksanakan ataukah promosi yang tidak tersosialisasikan, apakah pelayanan sekolah yang tidak baik ataukah sekolah tidak memiliki imej yang baik. Kenapa animo masyarakat sangat menurun pada SMK tertentu yang menyebabkan sekolah tersebut hampir mati dan gulung tikar. Padahal pihak pemerintah daerah Kota Cirebon sangat mendukung pengembangan sekolah baik dengan didirikannya SMK swasta baru atau pembukaan program keahlian baru yang diminati masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan di atas maka fokus penelitian ini didasari oleh beberapa permasalahan yang muncul akibat tidak terlaksananya fungsi-fungsi manajemen pendidikan yang terjadi saat ini. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh sosialisasi promosi terhadap daya saing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon ?
2. Seberapa besar pengaruh pelayanan prima terhadap daya saing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon ?
3. Seberapa besar pengaruh prestasi siswa terhadap daya saing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon ?
4. Seberapa besar pengaruh antara sosialisasi promosi, pelayanan prima dan prestasi siswa terhadap daya saing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di lingkungan SMK swasta di Kota Cirebon ?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan latar belakang masalah di atas, secara umum penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menjelaskan pengaruh sosialisasi promosi terhadap daya saing dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon
2. Menjelaskan pengaruh pelayanan prima terhadap daya saing dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon

3. Menjelaskan pengaruh prestasi siswa terhadap daya saing dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon
4. Menjelaskan pengaruh antara sosialisasi promosi, pelayanan prima dan prestasi siswa terhadap daya saing dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua segi yaitu manfaat dari segi teoritis dan dari segi praktis.

1. Segi Teoritis

Dari segi teoritis, penelitian ini untuk mengkaji beberapa konsep atau teori yang sudah ada, dan berupaya menemukan atau mengembangkan konsep-konsep baru dalam ruang lingkup teori manajemen pendidikan. Sumbangan pemikiran yang rasional, logis dan empirikal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing SMK di Kota Cirebon melalui kegiatan penerimaan peserta didik baru dengan berbagai cara baik melalui sosialisasi melalui promosi, pemberian pelayanan yang prima kepada peserta didik dalam kegiatan proses pembelajaran atau dengan meningkatkan prestasi siswa baik akademik maupun non akademik dalam rangka meningkatkan imej sekolah di mata masyarakat serta implikasinya akan berdampak pada kualitas layanan pendidikan sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan, sehingga SMK-SMK yang ada di Kota Cirebon terutama SMK swasta memperoleh peserta didik sesuai dengan harapan sekolah tersebut .

2. Segi Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan bermanfaat untuk :

- 1). Memberi masukan bagi para pengambil keputusan kebijakan pendidikan di lingkungan pemerintahan Kota Cirebon, para pengelola pendidikan dalam hal ini Dinas Pendidikan, para pengurus yayasan pendidikan, para pengawas pendidikan, para guru dan tenaga kependidikan tentang pentingnya melaksanakan fungsi manajemen pendidikan di sekolah dengan baik dan benar. Terutama dalam manajemen pemasaran pendidikan agar sekolah mampu berdaya saing dengan sekolah lain dalam penerimaan peserta didik baru SMK di Kota Cirebon.
- 2). Memberi masukan bagi para kepala sekolah, guru dan tenaga kependidikan lainnya tentang pentingnya membuat perencanaan sekolah untuk mendapatkan strategi yang jitu dalam memajemen sekolah terutama dalam manajemen pemasaran pendidikan agar sekolah mampu berdaya saing dengan sekolah lain dalam penerimaan peserta didik baru SMK di Kota Cirebon.
- 3). Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan arah kebijakan pendidikan yang ada di Kota Cirebon demi tercapainya tujuan pendidikan yang bermutu.

E. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan konsep tentang berbagai variable penelitian, dibentuklah sebuah kerangka pemikiran penelitian yang menggambarkan keterkaitan antar

variabel bebas maupun variabel terikat yang diteliti. Adapun kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut :

Dalam penelitian ini mempersoalkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing dalam penerimaan peserta didik baru di SMK Kota Cirebon. Awal dari pemikiran bahwa daya saing itu dilandasi beberapa input diantaranya 1. Perubahan lingkungan akibat tuntutan masyarakat. 2. Kebijakan pemerintah dalam menangani pendidikan. 3. Tantangan akibat globalisasi. Bertolak dari perubahan lingkungan akibat tuntutan masyarakat, kebijakan pemerintah dalam menangani pendidikan dan tantangan akibat globalisasi tersebut memberi masukan pada manajemen pendidikan terutama perlunya membuat perencanaan yang baik dan benar dengan strategi yang jitu. Yang disebut perencanaan strategi adalah perencanaan yang mengandung pendekatan *strategic issues* yang dihadapi dalam upaya membangun pendidikan. Pokok pembangunan pendidikan dewasa ini tentang *quality declining* dimana perencanaan berfokus pada pembangunan kualitas pendidikan [16]. Dimana strategi merupakan satu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi. Strategi dapat menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Strategi dirancang untuk mencapai tujuan organisasi melalui implementasi yang tepat. Substansi strategi pada dasarnya sebuah rencana. George R Terry (1960) mengatakan bahwa fungsi manajemen meliputi *planning, organizing, actuating* dan *controlling*. Oleh karena itu strategi selalu berkaitan dengan perencanaan,

[16].Udin Syaefudin Saud, M.Ed, dkk, *op cit*, hal. 19.

pengorganisasian, pelaksanaan kegiatan, evaluasi dan pemilihan alternatif yang tersedia bagi suatu masalah. Setiap sekolah harus menciptakan kekuatan daya saing agar mampu merebut pasar di arena persaingan dan pada gilirannya akan berdampak pada hasil kompetisi. Untuk memenangkan persaingan dibutuhkan seorang pemimpin yang berperan sebagai driving force. Keberhasilan meraih pasar sesuai dengan target yang telah ditetapkan akan sangat besar sumbangannya bagi keberlangsungan organisasi.

Mengukur kapasitas kepemimpinan dalam mendukung daya saing, maka seorang pemimpin harus memiliki jiwa kepemimpinan seperti yang diungkapkan oleh Gupta (1983:92) yaitu : 1. Memiliki dua tipe kepemimpinan yaitu sebagai status leader dan official leader. Sebagai status leader dia harus dapat diterima oleh semua anggota kelompok dan sebagai official leader dia harus bersifat fatherly. 2. Memiliki kemampuan dalam memberikan kewenangan dan delegasi kepada staff. 3. Memiliki perhatian yang tinggi kepada staff. 4. Dapat menciptakan atmosphere kepuasan kerja [17].

Menurut Ham dan Hayduk (2003) bahwa untuk mencapai daya saing sekolah maka ada 3 faktor yang menjadi global issues dan berpengaruh pada semua organisasi baik besar maupun kecil, organisasi profit dan non profit maupun perusahaan lokal atau global termasuk di dalamnya sekolah. Ke tiga faktor tersebut adalah service quality, customer satisfaction dan behavioral intentions [18]. Untuk memenangkan persaingan, suatu organisasi dapat

[17]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit*, hal.98.[18].
Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit*.

menciptakan dua dasar keunggulan bersaing yaitu kepemimpinan menyeluruh dan differensiasi. Menurut Porter (1991:16) mengatakan bahwa keunggulan suatu organisasi bisnis dapat bersumber dari biaya rendah yaitu organisasi dapat melaksanakan seluruh aktivitas usaha secara efektif dan efisien sehingga menghasilkan harga yang relatif lebih rendah dari pesaingnya atau dari differensiasi dimana unit usaha berkonsentrasi untuk mencapai kinerja terbaik dalam memberikan manfaat bagi pelanggannya (siswa). Strategi differensiasi akan menempatkan organisasi secara unik sehingga dapat melayani kebutuhan khusus pelanggan.

Banyak usaha yang bisa ditempuh oleh sekolah untuk memenangkan persaingan dalam penerimaan peserta didik baru. Salah satunya adalah melaksanakan sosialisasi promosi. Yang dimaksud sosialisasi promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan tersebut “ (Buchari Alma:2008). Secara umum bentuk promosi memiliki fungsi yang sama tetapi memiliki tugas khusus yang disebut bauran promotion. Bauran promotion mencakup 1. Personal selling yaitu komunikasi langsung antara penjual dan pembeli untuk memperkenalkan suatu produk dan membentuk pemahaman pelanggan sehingga mereka akan mencoba dan membelinya. 2. Mass selling adalah pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dalam satu waktu. Contoh periklanan. 3. Promosi

penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembeli produk dengan segera. 4. Hubungan masyarakat adalah upaya komunikasi menyeluruh untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap terhadap sekolah tersebut. 5. Direct selling adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan satu / beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. 6. Word of mouth adalah komunikasi dari mulut ke mulut [19]. Kegiatan promosi penting bagi sekolah yang ingin sekolahnya lebih dikenal oleh masyarakat. Promosi juga merupakan salah satu penentu keberhasilan program pemasaran pendidikan. Ketika calon siswa tertarik dan membeli produk pendidikan yang ditawarkan pihak sekolah maka langkah selanjutnya adalah berilah pelayanan yang baik dan benar, ini bagian dari realisasi promosi dan strategi akademik. Salah satu strategi akademik dengan melakukan pelayanan prima kepada para siswa di sekolah.

Pelayanan prima pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan pihak sekolah untuk melayani para siswa dengan sebaik-baiknya, sehingga para siswa merasa puas terhadap sekolah. Pelayanan tidak dapat diraba tapi bisa dirasakan. Pelayanan prima yang dimaksud adalah yang sesuai dengan pendapat Daviddow dan Uttal (Sutopo dan Suryanto 2003:9) yaitu usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan [20]. baik yang memberi pelayanan yaitu pihak sekolah

[19]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit*, hal.150.

[20] . Drs. Daryanto, dkk, *op cit*, hal.108

maupun yang menerima pelayanan yaitu siswa atau stakeholder. Dengan mengacu pada prinsip pelayanan yang dikemukakan oleh David Osborne dan Ted Gabley yaitu pengembangan organisasi sebenarnya bermuara terwujudnya a smaller, better, faster and cheaper government. Artinya bahwa pelayanan harus makin lama makin baik (better), makin lama makin cepat (faster), makin lama makin diperbaharui (never), makin lama makin murah (cheaper) dan makin lama sederhana (more simple) [21]. Semua kegiatan pelayanan prima tidak terlepas dari attitude, skill dan knowledge. Pihak sekolah sebagai pemberi pelayanan harus memiliki pribadi prima, dapat dilihat dari indikator-indikator ini :

1. tampil ramah.
2. tampil sopan.
3. tampil yakin.
4. tampil rapih.
5. tampil ceria.
6. tampil senang memaafkan.
7. senang bergaul.
8. senang belajar dari orang lain.
9. senang pada kewajaran.
10. senang menyenangkan orang lain [22].

Sedangkan indikator pelayanan prima penerapannya mengacu pada sendi-sendi pelayanan menurut MENPAN No. 81/1993 antara lain :

1. Kesederhanaan maksudnya pelayanan tidak rumit.
2. Kejelasan dan kepastian maksudnya prosedur dan tata cara jelas.
3. Keamanan artinya proses pelayanan memberi rasa aman.
4. Keterbukaan artinya proses pelayanan wajib terbuka agar mudah dipahami.
5. Efisiensi artinya pelayanan hanya dibatasi hanya pada hal yang berkaitan langsung dengan produk layanan.
6. Ekonomis artinya pengenaan biaya yang ditetapkan harus wajar.
7. Keadilan yang merata artinya pelayanan dilakukan seluas mungkin dan

[21]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*, hal.111.

[22]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*.

[20]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*, hal.53.

diperlakukan adil. 8. Ketepatan waktu artinya pelayanan diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan [23]. Sedangkan orang yang menerima pelayanan yang prima adalah semua siswa dan stakeholder di sekolah tersebut yang merasa puas atas layanan yang diberikan pihak sekolah. Menurut Irawan (2003), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapat oleh pelanggan karena mendapatkan value dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Value berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen dan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Ada 5 faktor utama kepuasan pelanggan yaitu 1. kualitas produk. 2. harga. 3. kualitas pelayanan. 4. faktor emosional. 5. biaya dan kemudahan [24]. Jika di dalam sekolah tersebut sekolah melaksanakan pelayanan dengan baik dan benar dan siswa merasa puas dengan pelayanan sekolah maka diharapkan prestasi sekolah dapat tercapai.

Prestasi merupakan kecakapan atau hasil kongkrit yang dapat dicapai pada saat atau periode tertentu. Prestasi yang dimaksud adalah sesuai pendapat Menurut Bloom dalam Suharsimi Arikunto (1990:110) bahwa hasil belajar dibedakan menjadi tiga aspek yaitu kognitif, afektif dan psikomotorik. Berdasarkan pendapat tersebut, prestasi dalam penelitian ini adalah hasil yang telah dicapai siswa dalam proses pembelajaran baik prestasi akademik maupun non akademik. Prestasi akademik adalah prestasi yang dicapai dari proses kegiatan kurikuler. Sedangkan prestasi non akademik adalah prestasi yang dicapai

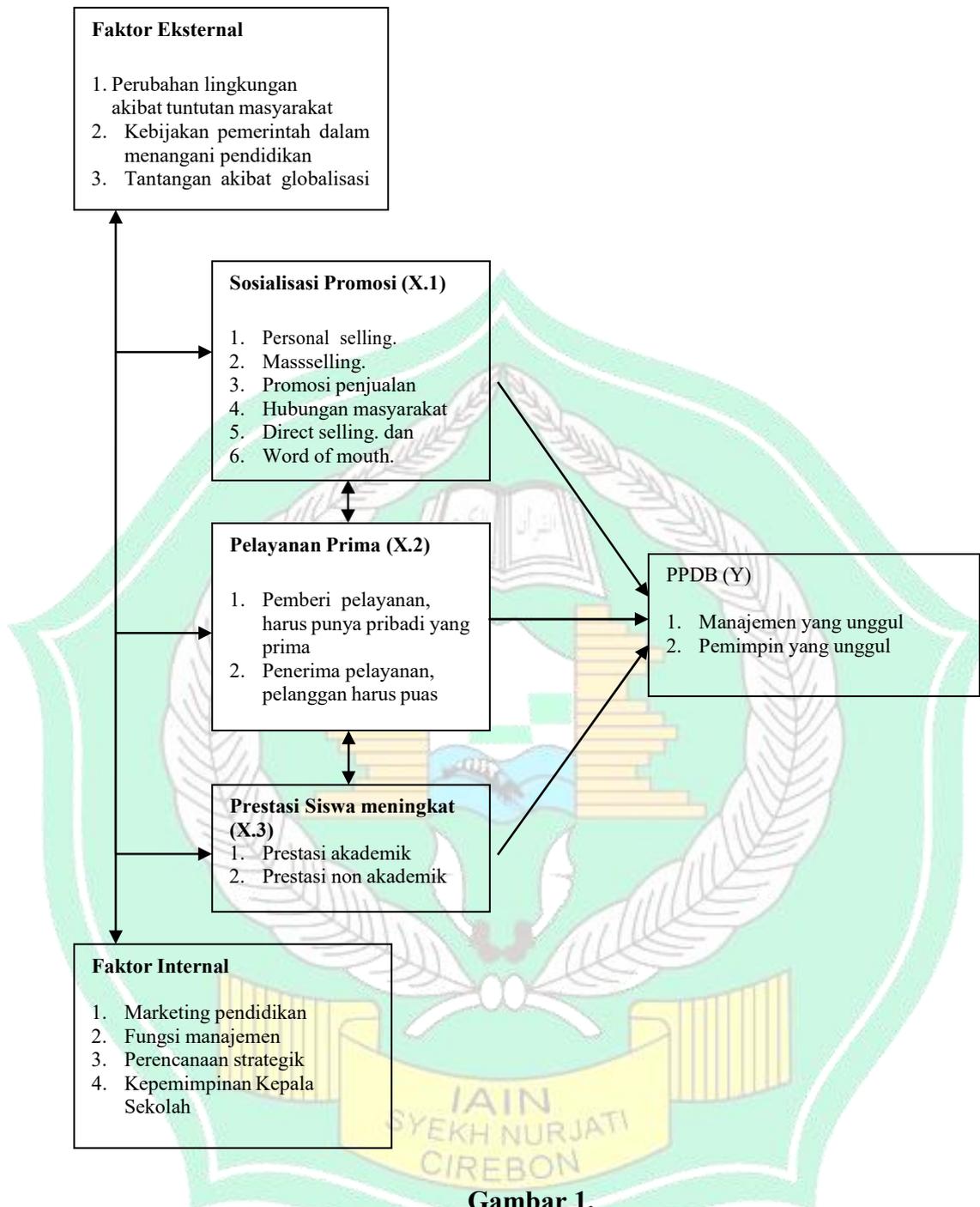
[23]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*, hal.53.

[24]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*.

dari proses kegiatan ekstrakurikuler. Prestasi dapat meningkatkan imej sekolah yang akhirnya dapat menambah nilai lebih dari sekolah tersebut sehingga dapat menjadi faktor daya saing dalam penerimaan peserta didik baru. Dari uraian tersebut maka diduga bahwa apabila sosialisasi promosi, pelayanan prima dan prestasi siswa dilaksanakan dengan baik dan benar maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya daya saing dalam penerimaan peserta didik baru. Dengan demikian semakin baik sosialisasi promosi, pelayanan prima dan prestasi siswa semakin tinggi pula daya saing dalam penerimaan peserta didik baru.

Untuk lebih jelasnya kerangka pemikiran tersebut seperti di bawah ini :

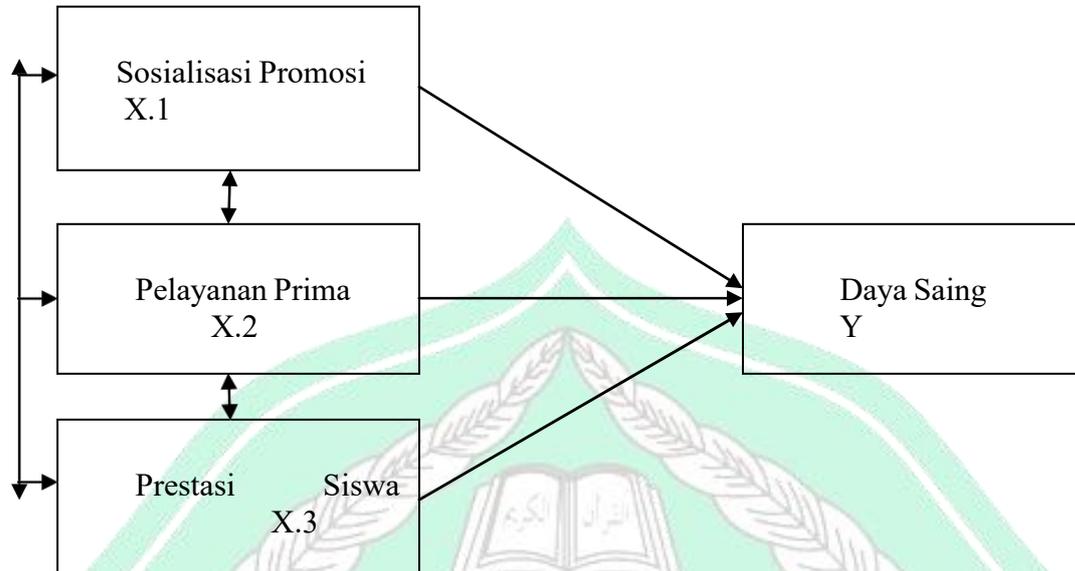




Gambar 1.
Bagan Kerangka Pemikiran

Dilandasi kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan lingkup kajian penelitian tentang pengaruh sosialisasi promosi, pelayanan prima dan prestasi siswa terhadap daya saing dalam penerimaan peserta didik baru.

Berikut ini adalah keterkaitan antar variabel penelitian :



Gambar. 2

Keterkaitan antar variabel X.1, X.2 dan X.3 terhadap Y

X.1 = Sosialisasi promosi (Variabel Independen)

X.2 = Pelayanan prima (Variabel Independen).

X.3 = Prestasi siswa (Variabel Independen).

Y = Daya saing dalam kegiatan PPDB (Variabel Dependen)

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian ilmiah. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tinjauan pustaka memiliki signifikansi yang menjadi alasan apakah suatu penelitian tersebut layak atau tidak

layak untuk dilakukan. Dengan alasan tersebut penulis berusaha mencari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki signifikansi dengan: Pengaruh Sosialisasi Promosi, Pelayanan Prima, Dan Prestasi Siswa Terhadap Daya Saing Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Se Kota Cirebon.

Berdasarkan hasil studi awal melalui media elektronik maupun perpustakaan dalam mencari penelitian terdahulu ada satu penelitian berupa jurnal pendidikan yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut : Khoirul Anwar, M.Pd.I. (2008). Menulis jurnal pendidikan berjudul : Manajemen Pemasaran Sekolah sebagai Salah Satu Kunci Keberhasilan Persaingan Sekolah.

Penelitian ini fokus mengkaji tentang : Bagaimana kesiapan sekolah dalam menghadapi iklim persaingan yang semakin sengit dengan tuntutan pasar yang semakin kritis dan rasional sehingga banyak sekolah yang mengalami kesulitan mendapatkan siswa baru hal ini disebabkan karena sekolah tidak menerapkan manajemen pemasaran pendidikan dengan baik dan benar yang pada akhirnya tidak mampu bersaing dengan sekolah lain untuk mendapatkan siswa.

1. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif.
2. Teori yang digunakan :
 - a) Diambil dari teori fungsi manajemen secara umum yaitu: Perencanaan (Planning), Pengorganisasian (Organizing), Pengarahan (Directing) dan Pengendalian (Controlling).

- b) Pentingnya pengelolaan sumber daya sekolah yaitu: SDM, siswa, metode, sarana prasarana dan pasar.
- c) Strategi pengelolaan manajemen sekolah berbasis kualitas (Quality Education) merupakan dasar efektifitas dari segala keberhasilan program-program sekolah. Pendidikan yang bermutu merupakan standar kesesuaian tampilan (performance) terhadap atribut-atribut yang dianggap penting oleh para pelanggan/pengguna jasa pendidikan.
- d) Diambil dari pendapat Tampubolon (2005) tentang sekolah dalam kaitannya dengan industri jasa kependidikan dapat menghasilkan produk-produk yang dikategorikan sebagai : (1) produk sepenuhnya yaitu jasa/ pelayanan kependidikan dan (2) produk parsial adalah lulusan. Produk-produk pendidikan sekolah terdiri dari jasa: kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan bermasyarakat, ekstrakurikuler dan administrasi. Kelima produk inilah yang merupakan wilayah kendali penuh sekolah dan merupakan tolok ukur pelayanan sekolah.
- e) Diambil pendapat Kotler mendefinisikan Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dengan demikian pemasaran produk dan jasa, termasuk sekolah akan terkait kepada konsep: permintaan, produk, nilai dan kepuasan pelanggan. Konsep produk dalam dunia pendidikan terbagi atas jasa kependidikan dan lulusan. Jasa kependidikan sendiri terbagi atas jasa: kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan

bermasyarakat, ekstrakurikuler dan administrasi. Bentuk produk-produk tersebut hendaknya sejalan dengan permintaan pasar atau keinginan pasar yang diikuti oleh kemampuan dan kesediaan dalam membeli jasa kependidikan.

- f) Diambil dari pendapat Parasuraman (1985) Setidaknya ada lima determinan kualitas jasa yaitu: keandalan, responsif, keyakinan, empati dan wujud.

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Penelitian ini focus mengkaji tentang : Ketidakmampuan SMK-SMK yang ada di Kota Cirebon terutama SMK swasta dalam menghadapi persaingan dengan SMK yang lainnya. Animo masyarakat yang semakin menurun terbukti dengan adanya beberapa SMK tidak dapat siswa pada saat PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru). Padahal sekarang ini Pemerintah Kota Cirebon sedang bersemangat dalam membangun dunia pendidikan dan didukung oleh masyarakat yang mampu serta peduli pada dunia pendidikan terbukti dengan banyak didirikan SMK swasta baru.
2. Metode penelitian digunakan adalah penelitian kuantitatif.
3. Teori yang digunakan :
 - a) Diambil dari pendapat George R. Terry (1960) tentang fungsi manajemen sekolah yaitu: Perencanaan (Planning), Pengorganisasian (Organizing), Pelaksanaan (Actuating), dan Pengendalian (Controlling) [25].

[25]. Prof.Dr.Husaini Usman, M.Pd, M.T, *op cit*, 58.

- b) Diambil dari pendapat Kotler (1995:177) tentang strategi untuk meraih keunggulan. Kotler mengatakan bahwa strategi untuk meraih keunggulan diperlukan perencanaan strategik yang mana perencanaan yang mengandung pendekatan strategic issues yang dihadapi dalam upaya membangun pendidikan. Pokok pembangunan pendidikan dewasa ini tentang quality declining dimana perencanaan berfokus pada pembangunan kualitas pendidikan [26].
- c) Diambil dari pendapat Gupta (1983:92) tentang kapasitas seorang pemimpin yang memiliki jiwa kepemimpinan yang mampu mendukung daya saing, yaitu : 1. Memiliki dua tipe kepemimpinan yaitu sebagai status leader dan official leader. Sebagai status leader dia harus dapat diterima oleh semua anggota kelompok dan sebagai official leader dia harus bersifat fatherly. 2. Memiliki kemampuan dalam memberikan kewenangan dan delegasi kepada staff. 3. Memiliki perhatian yang tinggi kepada staff. 4. Dapat menciptakan atmosphere kepuasan kerja [27].
- d) Diambil dari pendapat Ham dan Hayduk (2003) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing. Ham dan Hayduk mengatakan bahwa untuk mencapai daya saing sekolah maka ada 3 faktor yang menjadi global issues dan berpengaruh pada semua organisasi baik besar maupun kecil, organisasi

[26]. Udin Syaefudin Saud, M.Ed, dkk, *op cit*, hal. 19.

[27]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit*, hal. 98.

profit dan non profit maupun perusahaan lokal atau global termasuk di dalamnya sekolah. Ketiga faktor tersebut adalah service quality, customer satisfaction dan behavioral intentions [28].

- e) Diambil dari pendapat Porter (1991:16) tentang sumber-sumber keunggulan dalam bersaing. Porter mengatakan bahwa keunggulan suatu organisasi bisnis dapat bersumber dari biaya rendah yaitu organisasi dapat melaksanakan seluruh aktivitas usaha secara efektif dan efisien sehingga menghasilkan harga yang relatif lebih rendah dari pesaingnya atau dari differensiasi dimana unit usahaberkonsentrasi untuk mencapai kinerja terbaik dalam memberikan manfaat bagi pelanggannya (siswa). Strategi differensiasi akan menempatkan organisasi secara unik sehingga dapat melayani kebutuhan khusus pelanggan.

Diambil dari pendapat Buchari Alma (2008) tentang bentuk bauran promosi yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu sekolah. Secara umum bentuk promosi memiliki fungsi yang sama tetapi memiliki tugas khusus yang disebut bauran promotion. Bauran promotion mencakup 1. Personal selling. 2. Mass selling. 3. Promosi penjualan. 4. Hubungan masyarakat. 5. Direct selling. dan 6. Word of mouth. [29].

[28]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit.*, hal.98.

[29]. Prof. Dr. Buchari Alma, M.Pd, *op cit.*, hal.150.

- f) Diambil dari pendapat Daviddow dan Uttal (Sutopo dan Suryanto 2003:9) tentang pelayanan prima yaitu usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan [30].
- g) Diambil dari pendapat David Osborne dan Ted Gabler yaitu tentang perlunya prinsip pelayanan prima dalam pengembangan organisasi yang bermuara terwujudnya a smaller, better, faster and cheaper goverment [31].
- h) Diambil dari pendapat MENPAN No. 81/1993 tentang indikator pelayanan prima yang penerapannya mengacu pada sendi-sendi pelayanan antara lain :
1. Kesederhanaan.
 2. Kejelasan dan kepastian.
 3. Keamanan.
 4. Keterbukaan
 5. Efisiensi.
 6. Ekonomis.
 7. Keadilan.
 8. Ketepatan waktu [32].
- i) Diambil dari pendapat Bloom dalam Suharsimi Arikunto (1990:110) tentang prestasi siswa. Bloom mengatakan prestasi merupakan hasil belajar dibedakan menjadi tiga aspek yaitu kognitif, afektif dan psikomotorik. Kecakapan atau hasil kongkrit yang dapat dicapai pada saat atau periode tertentu.

G. Hipotesis

Hipotesis ini merupakan dugaan sementara terhadap masalah dan selanjutnya dibuktikan berdasarkan hasil pengolahan data.

[30]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*, hal.108.

[31]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*, hal.111.

[32]. Drs. Daryanto, dkk, *op cit*, hal.53.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, berikut ini adalah hipotesis yang secara rinci dari variabel bebas (variabel independen) yaitu sosialisasi promosi, pelayanan prima dan prestasi siswa. Sedangkan variabel terikat (variabel dependen) adalah Daya saing dalam penerimaan peserta didik baru di SMK di Kota Cirebon.

1. Sosialisasi promosi (X.1) berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing (Y) dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon. (X.1 terhadap Y).
2. Pelayanan prima (X.2) berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing (Y) dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK di Kota Cirebon. (X.2 terhadap Y).
3. Prestasi siswa (X.3) berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing (Y) dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK swasta di Kota Cirebon (X.3 terhadap Y).
4. Pelayanan prima (X.1), Sosialisasi promosi (X.2) dan Prestasi siswa (X.3) bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing (Y) dalam penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK Swasta di Kota Cirebon. (X.1, X.2 dan X.3 terhadap Y).

H. Sistematika Penulisan.

Sistematika penulisan penulisan Tesis ini akan dibagi menjadi 3 bagian utama, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir, adapun sistematikanya sebagai berikut:

Bagian awal adalah bagian muka tesis terdiri dari : halaman sampul (cover), halaman judul, halaman persetujuan tesis, halaman pernyataan keaslian, nota dinas, halaman pengesahan tesis, abstrak, kata pengantar, pedoman transliterasi, daftar istilah, daftar singkatan, daftar isi, daftar tabel dan daftar lampiran.

Bagian isi adalah bagian utama tesis terdiri dari 5 bab, terdiri dari :

BAB. I. merupakan bab PENDAHULUAN memuat : A. Latar Belakang Masalah, B. Rumusan Masalah, C. Tujuan Penelitian, D. Manfaat Penelitian, E. Kerangka Pemikiran, F. Tinjauan Pustaka, G. Hipotesis, H. Sistematika Penulisan.

BAB. II. membahas secara teori tentang SOSIALISASI PROMOSI, PELAYANAN PRIMA DAN PRESTASI SISWA TERHADAP DAYA SAING PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU. Rincian bab ini menjelaskan tentang : A. Sosialisasi Promosi, membahas tentang : pengertian promosi, tujuanpromosi sekolah, Bentuk-bentuk promosi sekolah, faktor-faktor yang mempengaruhi promosi sekolah dan strategi promosi sekolah. B. Pelayanan Prima, membahas tentang : pengertian pelayanan prima dan kepuasan pelanggan, tujuan dan manfaat pelayanan prima,prinsip-prinsip pelayanan prima, standar dan mutu pelayanan prima dan usaha sekolah dalam membangun mutu pelayanan melalui budaya pelayanan prima. C. Prestasi Siswa, membahas tentang : pengertian prestasi siswa,

kegiatan-kegiatan siswa yang dapat meningkatkan prestasi siswa dan upaya sekolah dalam menjaring siswa baru yang berprestasi. D. Daya Saing penerimaan peserta didik baru, membahas tentang : pengertian daya saing, model-model daya saing, strategi dalam meningkatkan daya saing, pemimpin yang berdaya saing dan peran pemerintah daerah dalam menciptakan penerimaan peserta didik baru yang bermutu.

BAB. III. METODOLOGI PENELITIAN menguraikan tentang : A. Obyek Penelitian, B. Alasan Pemilihan Lokasi, C. Pendekatan dan Metode Penelitian, D. Teknik Pengumpulan Data dan Jenis-Jenis Data Penelitian, E. Populasi dan Sampel, F. Instrumen penelitian, G. Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas Instrumen dan Uji Reliabilitas Instrumen), H. Teknik Analisis Data

BAB. IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN melaporkan tentang : A. Deskripsi Data Hasil Penelitian, B. Pengujian Hipotesis, C. Pembahasan Hasil penelitian.

BAB. V. PENUTUP berisi temuan-temuan dari hasil penelitian kemudian diberi : A. Kesimpulan dan B. Saran - saran

Bagian akhir dari tesis ini berisis tentang DAFTAR PUSTAKA dan LAMPIRAN – LAMPIRAN