

BRAND LOYALTY SMP NEGERI 1 LUMAJANG PASCA PENGHAPUSAN RINTISAN SEKOLAH BERTARAF INTERNASIONAL

Oleh :

Yusuf Wijanarko¹⁾, Andi Sularso²⁾

Program Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Jember

Email: yusufwijanarko2014@gmail.com

ABSTRACT

Developing school that has fulfilled all Educational National Standard (SNP) and enriched with specific high quality adopted from developed countries (SNP + X) is an application model of Pilot Internatioanl Standard School (RSBI). It is actually an alternative strategy for a better educational improvement. However, some problems and critics then appeared and came to accusation. Finally, this program was dissoluted.

Primary, product of a school is an educational service. School must be customers satisfaction oriented. Before the dissolution of RSBI, SMPN 1 Lumajang commits to realize the branding of RSBI.

As the effect of RSBI dissolution, SMPN 1 Lumajang still committed to maintain its brand loyalty by maintaining the service in ccordance with National Standard of Education (SNP), just by eliminating the international dimensions. After the dissolution, parents and students of grade 8 evaluate the decrease of the service quality, the decrease of customer satisfaction, but it doesn't make the decrease of brand loyalty. Parents and students understand the decrease, the condition of fund, and their position of free for school-fee. Parents still hope that the quality of sercice will be better increased although they will pay for it.

Some operational principles and steps can be taken by SMPN 1 Lumajang in maintaining brand loyalty after the dissolution of RSBI, as follow: (1) school has vivid vision and mission, (2) school holds on commitment to serve best, (3) schools keeps strong leadership, (4) school keeps effective teamwork, (5) school keeps effective teachers and staffs, (6) school put the School Committee as partner and mediator to parents, society and stakeholder, (7) school keeps the participation of whole school community, parents, society and stakeholder, (8) school keeps quality culture, (9) school has authority and independency, (10) school always has willingness to change, (11) school keeps effective communication, (12) school must be responsive and anticipative to the needs, (13) school has transparency and accountability, (14) school keeps the continuation teaching learning process effectively and conducive environment, (15) school uses and informs service excellences, (16) school creates differential on educational services, (17) school always keeps trust of students and parents, (18) school gives respond on complains seriously and takes responsible actions, (19) school guarantees the quality of education in accordance with hope, (20) school manages supervision, monitoring, evaluation and follow them up sustainably, and (21) school confirms brand loyalty. The government should also facilitate the law that eks-RSBI school is allowed to get some contribution from parents to support education fund.

Keyword : brand loyalty, after dissolution of RSBI

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, produk yang dihasilkan oleh sekolah adalah jasa pendidikan, yang disajikan kepada pelanggannya, yaitu orang tua dan siswa. Bentuk jasa pendidikan tersebut hendaknya sejalan dengan permintaan pasar atau keinginan pasar yang diikuti oleh kemampuan dan kesediaan dalam membeli jasa pendidikan. Sekolah hendaknya dapat berorientasi kepada kepuasan pelanggannya.

Salah satu hal penting yang perlu dilakukan oleh setiap perusahaan agar jangan sampai ditinggalkan pelanggan adalah mempertahankan loyalitas merek (*brand loyalty*). Loyalitas terhadap merek merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi tingkat persaingan yang sangat ketat dengan pertumbuhan yang rendah. Loyalitas merek merupakan suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya seorang pelanggan beralih ke merek produk yang lain, terutama jika pada merek tersebut didapati adanya perubahan, baik menyangkut harga ataupun atribut lain.

Masyarakat, sebagai pelanggan pendidikan, akan memberikan loyalitas yang tinggi untuk tidak berpaling pada lembaga lain. Loyalitas masyarakat, siswa dan orang tua/wali murid, terhadap *brand* lembaga pendidikan merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi tingkat kompetisi antar lembaga pendidikan yang sangat ketat dengan pertumbuhan yang rendah atau berimbang satu sama lain. Pada kondisi demikian, loyalitas merek terhadap lembaga pendidikan sangat dibutuhkan. Bagi lembaga pendidikan, merek adalah salah satu aset penting dalam pemasaran jasa pendidikannya. Sehingga dalam pemasaran, lembaga pendidikan akan berusaha membangun dan mempertahankan merek agar terus dikenal dan diakui keberadaannya oleh masyarakat.

Dalam penyelenggaraannya, RSBI

memiliki konsep pendidikan yang ideal. Namun berbagai persoalan serta kritik mengenai kenyataan di lapangan mulai muncul, hingga berujung pada pengajuan gugatan penghapusan. Koalisi Anti Komersialisasi Pendidikan mengajukan gugatan ke Mahkamah Konstitusi sejak tahun 2012 tentang UU Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 50 Ayat (3). Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 5/PUU-X/2012 mengabulkan permohonan pada pemohon untuk seluruhnya yang membubarkan RSBI.

Pasca penghapusan RSBI, SMP Negeri 1 Lumajang berada pada posisi: (1) bersikap menunggu kebijakan pemerintah berikutnya, (2) kembali ke posisi sebagai sekolah reguler yang memberi pelayanan sesuai dengan Standar Nasional Pendidikan (SNP), atau (3) kembali ke posisi sebagai sekolah reguler dengan mempertahankan pelayanan Standar Nasional Pendidikan diperkaya dengan keunggulan-keunggulan (SNP+X). Pasca penghapusan RSBI, SMP Negeri 1 Lumajang menghadapi kenyataan, bahwa: (1) harapan orang tua dan siswa terhadap kualitas pelayanan jasa pendidikan yang tetap tinggi, (2) kebutuhan pembiayaan yang tinggi untuk mempertahankan keunggulan, sementara sumber pendanaan menurun dimana sekolah kehilangan sumber-sumber pendanaan yang sebelumnya diperoleh. Dengan posisi dan kenyataan yang dihadapi sekolah eks-RSBI tersebut, sekolah masih berharap tindak lanjut pasca penghapusan RSBI dari pemerintah sembari mengambil posisi terbaik bagi sekolah dan menyiapkan diri menghadapi kenyataan penghapusan RSBI.

Dihapuskannya RSBI tidak boleh menjadi awal mundurnya kualitas pelayanan jasa pendidikan dengan kata lain jangan sampai sekolah ditinggalkan konsumennya, meskipun SMP Negeri 1 Lumajang saat ini masih dipersepsikan oleh masyarakat Lumajang sebagai SMP favorit atau pilihan utama untuk

melanjutkan pendidikan setelah lulus SD/MI. Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini memfokuskan pada permasalahan, berikut:

- a. Bagaimana pelayanan jasa pendidikan SMP Negeri 1 Lumajang sebelum penghapusan RSBI?
- b. Bagaimana dampak penghapusan RSBI dan pelayanan jasa pendidikan di SMP Negeri 1 Lumajang pasca penghapusan RSBI?
- c. Bagaimana *brand loyalty* SMP Negeri 1 Lumajang pasca penghapusan RSBI?
- d. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan SMP Negeri 1 Lumajang terkait dengan *brand loyalty* pasca penghapusan RSBI?

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi dan Karakteristik Jasa Pendidikan

Kotler dan Keller (2006) mengemukakan pengertian jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Dengan memperhatikan karakteristik jasa, maka jasa pendidikan diterima setelah melakukan interaksi dengan penghubung yang sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal itu menjelaskan bahwa keberhasilan pendidikan akan sangat tergantung pada siapa, kapan dan dimana proses tersebut terlaksana. Siapa, menunjukkan tenaga pendidik dan kependidikan, artinya semakin tinggi kualitas dari penyampai pendidikan maka semakin tinggi juga kualitas proses pendidikan tersebut. Dimana, merupakan lokasi jasa pendidikan tersebut disampaikan, tentu saja hal ini akan mempunyai arti yang luas namun intinya adalah lingkungan yang kondusif akan mempengaruhi tingginya kualitas proses pendidikan. Kapan, menunjukkan waktu yang

paling tepat dilaksanakan proses pendidikan sehingga proses tersebut berkualitas.

Sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja, kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan (peserta didik, orang tua, serta pihak-pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis. Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka. Kita perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat, apalagi pelanggan kita. Agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas serta pelanggan potensial.

Brand loyalty

Brand loyalty merupakan suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek (Duriyanto *et al.*, 2001). Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya seorang pelanggan beralih ke merek produk yang lain, terutama jika pada merek tersebut didapati ada perubahan, baik menyangkut harga ataupun atribut lain. Seorang pelanggan yang sangat loyal kepada suatu merek tidak akan dengan mudah berpindah ke merek lain, apapun yang terjadi dengan merek tersebut.

Menurut Duriyanto *et al.* (2001) pengelolaan dan pemanfaatan yang benar dari suatu strategi pemasaran, maka akan membuat *brand loyalty* menjadi asset strategis bagi perusahaan. Beberapa potensi yang dapat diberikan oleh *brand loyalty* kepada perusahaan, yaitu: (1) mengurangi biaya pemasaran, (2) meningkatkan perdagangan, (3) menarik pelanggan baru, dan (4) memberi waktu untuk merespon ancaman pesaing. Beberapa tingkatan *brand loyalty* adalah: (1) Switcher (Konsumen yang suka

berpindah-pindah), (2) *Habitual buyer* (Konsumen yang membeli karena kebiasaan), (3) *Satisfied buyer* (Konsumen yang puas dengan pembelian yang dilakukan), (4)

Liking of the brand (menyukai merek), dan (5) *Committed buyer* (Konsumen yang komit terhadap merek produk yang dibeli).

Pengertian RSBI

Menurut Depdiknas (2006:3), SBI adalah sekolah nasional yang menyiapkan peserta didiknya berdasarkan standar nasional pendidikan (SNP) Indonesia dan sekaligus bertaraf internasional, sehingga lulusannya memiliki kemampuan daya saing internasional. Dengan pengertian ini, SBI dapat dirumuskan: $SBI = SNP + X$ (OECD) dalam hal ini, SNP adalah standar nasional pendidikan, yang meliputi: kompetensi lulusan, isi, proses, pendidik dan tenaga kependidikan, sarana dan prasarana, pengelolaan, penilaian, dan pembiayaan. X merupakan penguatan, pengayaan, pengembangan, perluasan, pendalaman melalui adaptasi atau adopsi terhadap standar pendidikan, baik dari dalam maupun luar negeri yang diyakini telah memiliki reputasi mutu yang diakui secara internasional.

Tujuan umum program RSBI, adalah:

(1) meningkatkan kualitas pendidikan nasional, (2) memberi peluang pada sekolah yang berpotensi untuk mencapai kualitas bertaraf nasional dan internasional, dan (3) menyiapkan lulusan yang mampu berperan aktif dalam masyarakat global. Tujuan khusus program RSBI, adalah menyiapkan lulusan yang memiliki kompetensi yang tercantum di dalam Standar Kompetensi Lulusan yang diperkaya dengan standar kompetensi lulusan berciri internasional. Tahapan Pengembangan Program RSBI, yaitu: (1) tahap Pengembangan (3 tahun pertama), (2) tahap Pemberdayaan (2 tahun; tahun ke-4 an 5), dan (3) tahap Mandiri (tahun ke-6). Pada tahap pengembangan yaitu tahun ke-1

sampai dengan ke-3 sekolah didampingi oleh tenaga dari lembaga professional independent dan/atau lembaga terkait dalam melakukan persiapan, penyusunan dan pengembangan kurikulum, penyiapan SDM, modernisasi manajemen dan kelembagaan, pembiayaan, serta penyiapan sarana prasarana. Sedangkan pada tahap pemberdayaan yaitu tahun ke-4 dan ke-5 adalah sekolah melaksanakan dan meningkatkan kualitas hasil yang sudah dikembangkan pada tahap pendampingan, oleh karena itu dalam proses ini hal terpenting adalah dilakukannya refleksi terhadap pelaksanaan kegiatan untuk keperluan penyempurnaan serta realisasi program kemitraan dengan sekolah mitra dalam dan luar Negeri serta lembaga sertifikasi pendidikan internasional. Pada tahap mandiri pada tahun ke-6 adalah sudah sekolah sudah berubah predikatnya dari rintisan bertaraf internasional (RSBI) menjadi Sekolah Bertaraf Internasional (SBI) dengan catatan semua profil yang diharapkan telah tercapai. Sedangkan apabila profil yang diharapkan mulai dari standar isi dan standar kompetensi lulusan, SDM (guru, kepala sekolah, tenaga pendukung), sarana prasarana, penilaian, pengelolaan, pembiayaan, kesiswaan, dan kultur sekolah belum tercapai, maka dimungkinkan suatu sekolah RSBI akan terkena passing-out.

Persoalan dan Penghapusan RSBI

Dalam penyelenggaraannya, RSBI memiliki konsep pendidikan yang ideal. Namun kemudian, berbagai persoalan serta kritik mengenai kenyataan di lapangan mulai muncul. Masalah yang lebih mendalam dalam pengamatan pada beberapa sekolah menunjukkan bahwa dalam sistem pengelolaan RSBI masih memperlihatkan berbagai kelemahan utama yang fundamental seputar kebijakan penyelenggaraan SBI.

Dengan memperhatikan permasalahan yang ada tanpanya kebijakan pemerintah tentang RSBI akan dilaksanakan beberapa kebijakan

strategis, sebagai berikut: (1) mengevaluasi kinerja sekolah dalam pemenuhan standar, menyeleksi sekolah yang memenuhi kriteria SBI untuk dikukuhkan statusnya menjadi sekolah bertaraf internasional, (2) melaksanakan pembinaan terhadap sekolah yang telah memenuhi kriteria SBI, (3) menghentikan bantuan kepada sekolah yang telah dibantu dalam jangka waktu tertentu namun tidak menunjukkan kemajuan sesuai kriteria, (4) mengalihkan bantuan kepada sekolah lain yang berpotensi untuk dibina sehingga berpotensi menjadi SBI, (5) menyediakan ajang kompetisi dan kolaborasi, (6) pengurangan jumlah bantuan dana untuk penyelenggaraan untuk tiap satuan pendidikan, (7) mendorong perguruan tinggi untuk menyediakan mutu sumber daya manusia yang sesuai kebutuhan pengembangan RSBI, dan (8) mengalihkan kewenangan pembinaan sebagian sekolah dari Kabupaten/Kota ke pemerintahan provinsi.

Sementara berbagai isu dan alternatif solusi itu masih menjadi pertimbangan yang terus dibicarakan para penimbang kebijakan. Koalisi Anti Komersialisasi Pendidikan mengajukan gugatan ke MK sejak 2012 tentang UU Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 50 Ayat (3). MK mengabulkan permohonan gugatan tersebut. Dalam pembacaan amar putusan, MK menyebutkan Pasal 50 Ayat (3) UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional bertentangan dengan UUD 1945 dan tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Putusan ini dikeluarkan oleh MK setelah menimbang bahwa keberadaan RSBI dan SBI tidak sesuai dengan konstitusi yang ada. RSBI dinilai bertentangan dengan UUD Negara Republik Indonesia 1945.

Pasca Penghapusan RSBI

Lampiran Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 017/J1IPK/SE/2013 tentang Kebijakan Transisi RSBI, menegaskan

beberapa hal, diantaranya: (1) secara kelembagaan semua sekolah yang selama ini mendapatkan izin dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sebagai Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI) berstatus menjadi sekolah reguler yang dibina oleh pemerintah provinsi/ kabupaten/ kota, (2) dalam hal pembiayaan pemerintah provinsi/kabupaten/ kota menyediakan anggaran untuk menjamin terselenggaranya pendidikan yang bermutu pada sekolah yang selama mendapatkan izin dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sebagai Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional, sekolah tidak boleh menarik pungutan dari masyarakat yang terkait dengan program RSBI, sekolah menerapkan pengelolaan pembiayaan sekolah reguler dengan manajemen berbasis sekolah, masyarakat dapat berpartisipasi dalam penyelenggaraan pendidikan yang lebih bermutu, (3) pemerintah tetap mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional yang efisien dan efektif, pemerintah melakukan pembinaan satuan pendidikan sesuai dengan Standar Nasional Pendidikan, (4) sekolah yang selama ini mendapatkan izin dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sebagai Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional yang dikelola oleh pemerintah provinsi/kabupaten/kota tetap beroperasi sebagai sekolah binaan provinsi/kabupaten/ kota, pemerintah provinsi/kabupaten/kota wajib menyediakan anggaran sekolah untuk menjamin peningkatan mutu pendidikan di daerah masing-masing.

METODE PENELITIAN

Data penelitian ini merupakan data kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data penelitian berupa kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis dan foto. Sumber data merupakan data primer berupa catatan hasil observasi dan transkrip interview

secara mendalam dan data sekunder yaitu profil sekolah tahun pelajaran 2013-2014 dan laporan pemenuhan dan pencapaian pelaksanaan RSBI SMP Negeri 1 Luamajang tahun 2012.

Penentuan informan dengan *intensity sampling* yaitu para informan yang dipandang dapat memberikan pengalamannya sesuai dengan kapasitas dan tanggung jawab mereka sebagai pelaksana atau pengguna layanan jasa pendidikan di sekolah. Informan penelitian ini berjumlah 23 orang, terbagi dalam unsur 1 kepala sekolah, 5 manajemen sekolah, 4 guru mata pelajaran, 6 orang tua siswa kelas 8, 6 siswa kelas 8 dan 1 komite sekolah. Proses analisis data dilakukan sejak mengumpulkan data maupun setelah selesai mengumpulkan data yang diperoleh dari melalui observasi, wawancara maupun studi dokumen dengan analisa deskriptif kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **Hasil Penelitian**

Para informan yang dipandang dapat memberikan pengalamannya sesuai dengan kapasitas dan tanggung jawab mereka sebagai pelaksana atau pengguna layanan jasa pendidikan di SMP Negeri 1 Lumajang, berjumlah 23 orang. Pelaksanaan wawancara mempertimbangkan karakteristik informan, yaitu: (1) wawancara dilaksanakan dari sekolah sebagai lembaga penyedia pelayanan jasa pendidikan, dilanjutkan dengan para pengguna pelayanan jasa pendidikan, dan diakhiri dengan pihak penengah yang menjadi jembatan antara penyedia dan pengguna pelayanan jasa pendidikan, (2) wawancara dengan lembaga penyedia pelayanan jasa pendidikan, diawali dari kepala sekolah sebagai informasi awal sebelum menggali informasi lanjutan yang lebih dalam dan sebagai kerangka umum sebelum menggali informasi yang lebih khusus dan detil, (3) penggalian informasi lanjutan yang lebih dalam, khusus dan rinci dilaksanakan kepada

guru dalam kapasitas sebagai manajemen sekolah, sesuai dengan kapasitas dan tanggung masing-masing, (4) pertimbangan penentuan guru mata pelajaran Matematika, IPA, Bahasa Inggris, dan TIK adalah keempat mata pelajaran tersebut adalah mata pelajaran dalam program pengembangan RSBI yang diperdalam, diperluas dan dikembangkan dalam SNP+X, (5) wawancara dengan pengguna pelayanan jasa pendidikan meliputi orang tua dan siswa. Pertimbangan penentuan siswa dan orang tua siswa kelas 8 adalah mereka yang dalam 2 tahun mengalami perubahan status sekolah, yaitu pada tahun pelajaran 2012-2013 ketika kelas 7, SMP Negeri 1 Lumajang masih sebagai RSBI dan pada tahun pelajaran 2013-2014 ketika kelas 8, SMP Negeri 1 Lumajang sudah tidak sebagai RSBI, (6) wawancara diakhiri dengan pihak penengah yang menjadi jembatan antara penyedia dan pengguna pelayanan jasa pendidikan yaitu Ketua Komite Sekolah, dan (7) informasi dari informan ditimbang, ditemukan persamaan dan perbedaan, dirangkai jalin-menjalin antara informasi dari kepala sekolah, guru, orang tua, siswa dan komite dalam menjaga obyektivitas : tidak terlalu cepat membuat interpretatif atau opini, mengembangkan intersubjektif.

Pembahasan

Pelayanan Jasa Pendidikan SMP Negeri 1 Lumajang sebelum penghapusan RSBI

Selama 5 tahun menjalankan program RSBI pada tahun 2008 sampai dengan 2013, komitmen SMP Negeri 1 Lumajang secara umum adalah menciptakan *branding* RSBI. Bagi manajemen sekolah RSBI adalah inovasi, inovasi, inovasi; bagi siswa RSBI adalah prestasi, prestasi dan prestasi; bagi guru RSBI adalah mutu, mutu, mutu; bagi karyawan RSBI adalah pelayanan, pelayanan, pelayanan; bagi lembaga RSBI adalah komitmen, komitmen, komitmen.

SMP Negeri 1 Lumajang berkomitmen

menjadi satuan pendidikan bertaraf internasional yang menyelenggarakan: (1) pendidikan berkualitas yang mampu mencapai standar mutu nasional dan internasional, (2) pendidikan efisien yang menghasilkan standar mutu lulusan optimal berstandar nasional dan internasional, (3) pendidikan relevan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik, orang tua, masyarakat, kondisi lingkungan, kondisi sekolah, dan kemampuan pemerintah daerah kabupaten dan provinsi), dan (4) pendidikan berdaya saing yang tinggi dalam hal hasil-hasil pendidikan (*output dan outcomes*), proses, dan input sekolah baik nasional maupun internasional.

SMP Negeri 1 Lumajang secara bertahap berupaya memenuhi beberapa kriteria RSBI, sebagai berikut: (1) Standar Nasional Pendidikan (SNP) harus sudah terpenuhi, (2) guru Minimal S2/S3 : 20% SMP, (3) Kepala Sekolah minimal S2 dan mampu berbahasa asing secara aktif, (4) akreditasi A dengan nilai 95, (5) sarana dan Prasarana Berbasis IT, (6) kurikulum KTSP diperkaya dengan kurikulum dari negara maju, (7) pembelajaran berbasis IT dan bilingual, sister school dengan sekolah dengan negara anggota OECD atau negara maju lainnya, (8) manajemen berbasis IT; ISO 9001, (9) evaluasi menerapkan model UN dan diperkaya dengan sistem ujian internasional (negara maju atau negara-negara lain yang memiliki keunggulan tertentu), (10) lulusan memiliki daya saing internasional dalam melanjutkan pendidikan, (11) kultur sekolah : terjaminnya pendidikan karakter, demokrasi, dan partisipatif, (12) Pembiayaan APBN, APBD dan boleh memungut biaya dari masyarakat atas dasar RAPBS.

Dampak Penghapusan RSBI dan Pelayanan Jasa Pendidikan SMP Negeri 1 Lumajang pasca penghapusan RSBI

Sebagai dampak penghapusan RSBI, SMP Negeri 1 Lumajang secara realistis tidak dapat lagi memberikan pelayanan jasa

pendidikan melampaui harapan siswa dan orang tua, yaitu dengan menghapus dimensi keinternasionalannya atau X pada SNP+X. Sekolah akan mempertahankan pelayanan jasa pendidikan sesuai dengan yang diharapkan siswa dan orang tua, yaitu mempertahankan SNP.

Pasca penghapusan RSBI, orang tua dan siswa kelas 8 menilai kualitas pelayanan jasa pendidikan di SMP Negeri 1 Lumajang menurun, sehingga kepuasan pelanggan juga menurun. Penurunan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini tidak signifikan menurunkan *brand loyalty* mereka. Penurunan tersebut dimaknai bahwa SMP Negeri 1 Lumajang tidak lagi memberikan pelayanan jasa pendidikannya melampaui harapan pelanggannya (seperti pada saat RSBI), tetapi masih mampu mempertahankannya sesuai dengan harapan dan tidak sampai lebih rendah dari yang diharapkan. Pada saat RSBI, pelayanan jasa pendidikan dan kepuasan pelanggan lebih baik. Terjadi hubungan transaksional dimana sekolah menerima pendanaan dari orang tua dan sekolah mempertanggungjawabkan dalam bentuk inovasi, prestasi, mutu, pelayanan dan komitmen yang baik, timbal balik dengan monitoring dan evaluasi oleh orang tua dengan menyampaikan keluhan, saran, dan usul dalam mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan siswa. Pada saat yang sama, sekolah juga menerima dana block grand RSBI dari pemerintah, tetapi tidak terjadi hubungan transaksional karena pertanggungjawabannya lebih bersifat formal kepada pemerintah.

***Brand loyalty* SMP Negeri 1 Lumajang pasca penghapusan RSBI**

Pasca penghapusan RSBI, orang tua dan siswa kelas 8 menilai kualitas pelayanan jasa pendidikan di SMP Negeri 1 Lumajang menurun, sehingga kepuasan pelanggan juga menurun. Penurunan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini tidak signifikan

menurunkan *brand loyalty* mereka. Penurunan tersebut dimaknai bahwa SMP Negeri 1 Lumajang tidak lagi memberikan pelayanan jasa pendidikannya melampaui harapan pelanggannya (seperti pada saat RSBI), tetapi masih mampu mempertahankannya sesuai dengan harapan dan tidak sampai lebih rendah dari yang diharapkan.

Pada saat RSBI, pelayanan jasa pendidikan dan kepuasan pelanggan lebih baik. Terjadi hubungan transaksional dimana sekolah menerima pendanaan dari orang tua dan sekolah mempertanggungjawabkan dalam bentuk inovasi, prestasi, mutu, pelayanan dan komitmen yang baik timbal balik dengan monitoring dan evaluasi oleh orang tua dengan menyampaikan keluhan, saran, dan usul dalam mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan putra-putrinya. Pada saat yang sama, sekolah juga menerima dana block grand RSBI dari pemerintah, tetapi tidak terjadi hubungan transaksional karena pertanggungjawabannya lebih bersifat formal kepada pemerintah.

Orang tua dan siswa memaklumi penurunan tersebut, memahami posisi dan kondisi keuangan sekolah saat ini, tidak menuntut dan tidak komplain karena mereka menyadari posisi mereka yang tidak lagi wajib membayar. Orang tua masih percaya kepada sekolah bahwa sekolah masih memberi pelayanan jasa pendidikan terbaik sesuai kemampuan sekolah dan berharap agar kualitas pelayanan bisa ditingkatkan meskipun dengan membayar kembali karena mereka berfikir anak mereka berhak mendapatkan pelayanan pendidikan yang lebih baik saat ini untuk kelanjutan pendidikannya di masa depan.

Orang tua dan siswa memahami bahwa kemajuan pendidikan dibangun dengan kompetensi dan komitmen yang membutuhkan pembiayaan dari berbagai pihak sebagai komplemen dari sebuah kemajuan yang dibangun bersama. Orang tua menilai

uji Mahkamah Konstitusi pada dasarnya bukanlah kualitas pendidikannya, tetapi biaya yang ditimbulkannya. Ada kesan RSBI adalah sekolah berbiaya tinggi, bukan sekolah yang berkualitas tinggi.

Orang tua dengan karakteristik tertentu, yaitu: (1) orang tua yang masih menyampaikan keberatannya dengan pembiayaan RSBI meskipun sekolah telah jelas mempunyai program pemberian bea siswa dan pembebasan segala pungutan bagi siswa tidak mampu, (2) orang tua berdomisili di kecamatan/jauh dari kota tidak memaksakan diri lagi untuk berkorban biaya, waktu, tenaga dan pikiran untuk menyekolahkan anak mereka ke SMP Negeri 1 Lumajang, cukup ke SMP SSN terbaik di kecamatan terdekat dengan domisili orang tua / siswa, (3) orang tua yang mempunyai ikatan keagamaan dan kekhawatiran dengan kondisi moral di lingkungan pergaulan remaja saat ini, mulai mempunyai referensi sekolah swasta berbasis agama, dan (4) orang tua berdomisili di kota Lumajang tidak mempertimbangkan RSBI atau eks-RSBI, tetapi lebih mempertimbangkan faktor lingkungan SMP Negeri 1 Lumajang yang kompetitif untuk memacu dan memotivasi belajar anak-anak mereka, selain faktor lain: gengsi, historis, dan favorit/*image*.

Siswa kelas 8 tidak menurun motivasi belajarnya karena siswa memahami bahwa belajar tidak memandang status sekolah dan motivasi belajar berasal dari diri individu siswa. Meskipun siswa merasa lebih santai dalam belajar seiring dengan menurunnya tuntutan, tantangan, dan kompetisi untuk berprestasi

Langkah-langkah SMP Negeri 1 Lumajang terkait dengan brand loyalty pasca penghapusan RSBI

Menindaklanjuti serangkaian wawancara dengan informan tentang komitmen SMP Negeri 1 Lumajang dalam rangka mempertahankan *brand loyalty* pasca

penghapusan RSBI, beberapa prinsip-prinsip operasional dan langkah-langkah yang dapat dipergunakan sekolah sebagai penyedia pelayanan jasa pendidikan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan membina *brand loyalty*, sebagai berikut:

- a. Sekolah mempunyai visi dan misi yang jelas

Sekolah mengkomunikasikan visi dan misi tersebut serta menterjemahkan dalam tujuan, program strategi, strategi pelaksanaan dan hasil yang diharapkan.

- b. Sekolah berpegang pada komitmen pelayanan

Sekolah berpegang pada komitmen, yaitu: (1) komitmen sekolah terkait pelayanan jasa pendidikan yang akan disampaikan kepada pengguna jasa pendidikan, (2) komitmen sekolah untuk menyiapkan kompetensi guru dan karyawan dalam memberikan pelayanan jasa tersebut, dan (3) komitmen dan kompetensi guru dan karyawan untuk menyampikan pelayanan jasa pendidikan kepada pengguna jasa pendidikan. Manajemen sekolah (kepala sekolah dan para urusan), pegawai (guru dan karyawan), dan pelanggan (orang tua dan siswa) memerankan peran masing-masing, yaitu: (1) orang tua dan siswa berstatus sebagai penerima/pengguna jasa dan berperan sebagai penilai kualitas jasa, (2) guru dan karyawan berstatus sebagai penyampai jasa dan berperan sebagai jasa itu sendiri, dan (3) kepala sekolah dan para urusan berstatus sebagai fasilitator terhadap guru agar mampu melayani orang tua dan siswa serta berperan dalam monitoring dan evaluasi internal mengenai apa yang diinginkan orang tua dan siswa.

- c. Sekolah mempertahankan kepemimpinan yang efektif

Kepala sekolah yang tangguh akan mampu untuk memberdayakan seluruh

sumber daya sekolah, terutama sumber daya manusia untuk mencapai tujuan sekolah.

- d. Sekolah mempertahankan *teamwork* yang efektif

Sekolah memberdayakan dan mengelola sumber daya manusia yang berkualitas sehingga dapat memahami standar pelayanan yang telah ditetapkan dan dapat memahami kebutuhan pelanggan pendidikan dengan tepat.

- e. Sekolah mempertahankan tenaga pendidik dan kependidikan yang efektif

Tenaga kependidikan terutama guru merupakan jiwa dari sekolah, oleh karena itu pengelolaan tenaga kependidikan mulai dari analisis kebutuhan, perencanaan, pengembangan, evaluasi kerja hingga sampai pada imbalan jasa, merupakan garapan penting dari kepala sekolah.

- f. Sekolah menempatkan Komite sebagai partner dan mediator kepada orang tua, masyarakat, dan *stakeholder*

Untuk mempererat hubungan dengan orang tua, maka sekolah bisa memberikan peran yang besar kepada Komite agar hubungan dekat dengan orang tua semakin terjaga. Orang tua merupakan pengguna produk pelayanan jasa pendidikan. Hubungan dengan orang tua yang kuat akan mempertahankan loyalitas pelanggan jika dimanfaatkan dengan optimal

- g. Sekolah mempertahankan partisipasi seluruh warga sekolah, orang tua, masyarakat, dan *stakeholder*

Partisipasi warga sekolah dan masyarakat merupakan bagian kehidupan sekolah itu sendiri. Hal ini dilandasi keyakinan bahwa semakin tinggi tingkat partisipasinya, makin besar rasa memiliki, makin besar rasa tanggung jawabnya maka besar pula dedikasinya.

- h. Sekolah mempertahankan budaya mutu
Budaya mutu suatu sekolah memiliki

elemen-elemen sebagai berikut: (a) informasi kualitas harus digunakan untuk perbaikan bukan untuk mengadili/mengontrol orang, (b) kewenangan harus selaras dan sejalan dengan tanggungjawab, (c) kinerja diikuti dengan penghargaan (*reward*) atau sanksi (*punishment*), (d) kolaborasi, harmoni, koheren dan sinergi, bukan kompetisi, harus merupakan basis untuk bekerjasama, (e) warga sekolah merasa aman terhadap pekerjaannya, (f) atmosfer keadilan (*fairness*) harus ditanamkan, (g) imbal jasa harus sepadan dengan pekerjaannya, (h) warga sekolah merasa memiliki sekolah.

- i. Sekolah memiliki kewenangan atau kemandirian
Sekolah memiliki kewenangan untuk melakukan yang terbaik bagi sekolahnya, sehingga dituntut untuk memiliki kemampuan dan kesanggupan kerja yang tidak selalu menggantungkan pada atasan. Untuk menjadi mandiri, sekolah harus memiliki sumber daya yang cukup untuk menjalankan tugasnya.
- j. Sekolah selalu memiliki kemauan untuk berubah
Perubahan yang dimaksud disini adalah peningkatan baik bersifat fisik maupun psikologis.
- k. Sekolah mempertahankan komunikasi yang efektif
Sekolah yang baik dan efektif umumnya memiliki komunikasi yang baik, terutama antar warga sekolah dan sekolah dengan masyarakat.
- l. Sekolah responsif dan antisipatif terhadap kebutuhan
Sekolah harus selalu membaca berbagai perubahan yang terjadi di lingkungannya. Sekolah tidak hanya mampu untuk menyesuaikan terhadap perubahan tersebut tetapi juga mampu untuk mengantisipasi hal-hal yang mungkin akan terjadi.
- m. Sekolah memiliki transparansi dan akuntabilitas
Transparansi ditunjukkan dalam perencanaan, pengambilan keputusan, pelaksanaan, dan penganggaran yang selalu melibatkan pihak-pihak terkait. Akuntabilitas adalah bentuk pertanggungjawaban yang harus dilakukan sekolah terhadap keberhasilan program yang telah dilakukan.
- n. Sekolah menjaga keberlangsungan pembelajaran yang efektif dan lingkungan yang kondusif
Hal ini ditunjukkan oleh proses belajar mengajar yang menekankan pada pemberdayaan peserta didik menuju insan cerdas komprehensif dan insan kompetitif. Sekolah menciptakan iklim sekolah yang aman, nyaman, tertib, sehingga proses belajar mengajar dapat berlangsung dengan nyaman (*joyful learning*).
- o. Sekolah memanfaatkan dan menginformasikan keunggulan pelayanan
Sekolah harus memanfaatkan data-data pembelajaran, penilaian, prestasi sekolah, dll dengan program aplikasi teknik yang tepat, maka data tersebut akan sangat membantu. Sekolah menginformasi keunggulan pelayanan jasa pendidikan berupa prestasi akademik, prestasi non akademik, prestasi nilai ujian nasional, prestasi output/lulusan melalui beberapa media komunikasi: baliho, majalah/bulletin sekolah, website sekolah, pemaparan pada pertemuan orang tua, upacara penyerahan piagam/sertifikat/piala, dll
- p. Sekolah menciptakan diferensiasi pelayanan pendidikan
Sekolah harus bisa menawarkan sesuatu yang berbeda, yang merupakan keunggulan, dibandingkan pelayanan jasa

- pendidikan yang ada di sekolah lain.
- q. Sekolah selalu berusaha menjaga kepercayaan siswa dan orang tua
Untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan, sekolah tidak hanya mengandalkan pada kepuasan yang dirasakan oleh siswa dan orang tua, tetapi lebih dari itu bahwa kepercayaan merupakan perantara kunci dalam membangun keberhasilan pertukaran hubungan untuk membangun loyalitas pelanggan yang tinggi.
 - r. Sekolah menanggapi keluhan secara serius dan bertindak dengan penuh tanggung jawab
Sekolah hendaknya menanggapi setiap keluhan pelanggan pendidikannya secara serius dan melaksanakan tindakan yang bertanggung jawab untuk memulihkan kepercayaan.
 - s. Sekolah memastikan kualitas pelayanan jasa pendidikan memenuhi harapan
Saran, usul dan complain siswa dan orang tua menjadi alat yang penting untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan jasa pendidikan telah memenuhi harapan pelanggan pendidikan.
 - t. Sekolah melakukan Supervisi, Monitoring, Evaluasi dan tindak lanjut/perbaikan secara berkelanjutan
Sekolah memiliki standar konkrit kualitas pelayanan dan secara kontinyu selalu mengukur dan membandingkan kinerja yang dihasilkan dengan standar yang ditentukan.
 - u. Sekolah mengukuhkan *brand loyalty*
Salah satu cara untuk mengukuhkan *brand loyalty* adalah dengan meyakinkan pengguna jasa pendidikan bahwa sekolah sangat membutuhkan konsumen dan ingin tetap menjalin hubungan baik dengan konsumen, beserta tindakan-tindakan nyata dalam mewujudkan pernyataannya itu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Selama 5 tahun menjalankan program RSBI pada tahun 2008 sampai dengan 2013, SMP Negeri 1 Lumajang berkomitmen menciptakan *branding* RSBI untuk menjadi satuan pendidikan bertaraf internasional dengan memenuhi kriteria RSBI.
2. Sebagai dampak penghapusan RSBI, SMP Negeri 1 Lumajang tidak dapat memberikan pelayanan jasa pendidikan melampaui harapan siswa dan orang tua, yaitu dengan menghapus dimensi keinternasionalannya dengan tetap mempertahankan Standar Nasional Pendidikan.
3. Pasca penghapusan RSBI, orang tua dan siswa kelas 8 menilai kualitas pelayanan jasa pendidikan di SMP Negeri 1 Lumajang menurun, sehingga kepuasan pelanggan juga menurun. Penurunan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini tidak signifikan menurunkan *brand loyalty* mereka. Penurunan tersebut dimaknai bahwa SMP Negeri 1 Lumajang tidak lagi memberikan pelayanan jasa pendidikannya melampaui harapan pelanggannya (seperti pada saat RSBI), tetapi masih mampu mempertahankannya sesuai dengan harapan dan tidak sampai lebih rendah dari yang diharapkan.
4. Beberapa prinsip-prinsip operasional dan langkah-langkah yang dapat dipergunakan SMP Negeri 1 Lumajang dalam rangka mempertahankan *brand loyalty* pasca penghapusan RSBI, sebagai penyedia pelayanan jasa pendidikan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan membina *brand loyalty*, sebagai berikut: (1) sekolah mempunyai visi dan misi yang jelas, (2) sekolah berpegang pada komitmen pelayanan, (3) sekolah

mempertahankan kepemimpinan yang efektif, (4) sekolah mempertahankan *teamwork* yang efektif, (5) sekolah mempertahankan tenaga pendidik dan kependidikan yang efektif, (6) sekolah menempatkan Komite sebagai partner dan mediator kepada orang tua, masyarakat, dan *stakeholder*, (7) sekolah mempertahankan partisipasi seluruh warga sekolah, orang tua, masyarakat, dan *stakeholder*, (8) sekolah mempertahankan budaya mutu, (9) sekolah memiliki kewenangan atau kemandirian, (10) sekolah selalu memiliki kemauan untuk berubah, (11) sekolah mempertahankan komunikasi yang efektif, (12) sekolah responsif dan antisipatif terhadap kebutuhan, (13) Sekolah memiliki transparansi dan akuntabilitas, (14) Sekolah menjaga keberlangsungan pembelajaran yang efektif dan lingkungan yang kondusif, (15) sekolah memanfaatkan dan menginformasikan keunggulan pelayanan, (16) sekolah menciptakan diferensiasi pelayanan pendidikan, (17) sekolah selalu berusaha menjaga kepercayaan siswa dan orang tua, (18) sekolah menanggapi keluhan secara serius dan bertindak dengan penuh tanggung jawab, (19) sekolah memastikan kualitas pelayanan jasa pendidikan memenuhi harapan, (20) sekolah melakukan Supervisi, Monitoring, Evaluasi dan tindak lanjut/perbaikan secara berkelanjutan, dan (21) sekolah mengukuhkan *brand loyalty*.

4. Saran

Beberapa saran agar dampak penghapusan RSBI tidak akan mengurangi

komitmen sekolah untuk mempertahankan pelayanan jasa pendidikan dan kepuasan pelanggannya dan saran bagi peneliti lain agar dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian lanjutan, yaitu:

1. kepala sekolah membangun komitmen bersama dengan orang tua, komite sekolah, dinas pendidikan, pemerintah daerah, dan masyarakat guna meningkatkan peran dan partisipasi mereka. Kepala sekolah mengembangkan *entrepreneurship*, memberdayakan seluruh sumber daya sekolah, membangun jejaring dengan dunia usaha/swasta. Kepala sekolah mengembangkan keunggulan-keunggulan lokal yang kompetitif dan tidak berbasis modal / berbiaya mahal tetapi berbasis inovasi dan kompetensi,
2. komite berkolaborasi dengan orang tua, masyarakat, dinas pendidikan dan pemerintah daerah untuk mendapatkan sumber pendanaan sesuai peraturan perundangan yang berlaku,
3. dinas pendidikan dan pemerintah daerah berperan sebagai mediator dan fasilitator agar sekolah eks-RSBI bisa menerima sumbangan dari orang tua, dan
4. untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mengembangkan informan, yaitu guru, orang tua dan siswa kelas 6 SD/MI di kecamatan kota Lumajang dan di beberapa kecamatan besar Lumajang agar lebih melengkapi penelitian ini karena informan tersebut tidak masuk dalam penelitian ini yang mungkin bias mempengaruhi *brand loyalty* SMP Negeri 1 Lumajang pasca penghapusan RSBI.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker David A, 1991, *“Managing Brand Equity, Capitalizing on the Value of a Brand Name”*, The Free Press, New York.
- Alawiyah, Faridah, 2013. *RSBI pasca Putusan MK*, Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI), Volume V, No. 01/I/P3DI, Januari 2013, Setjen DPR RI.
- Agustiono, Budi, dan Sumarno, 2006, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang*, EKSPLANASI, Vol.1, no. 1, April 2006, p. 1-18.
- Durianto, Darmadi, 2001, *Strategi Menaklukan Pasar*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Faisal, Sanapiah, 1990, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Hakekat beserta Karakteristik dan Variasi*, Malang: Universitas Negeri Malang
- Johannes Martin dan Hatane Semuel, 2007, *Analisis Tingkat Brand Loyalty pada Produk Shampoo Merek Head & Shoulders*, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.2, No.2, Oktober 2007:90-102
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2006. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lampiran Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 017/J1IPK/SE/2013 tentang *Kebijakan Transisi RSBI*
- Lexey J. Moloeng, 2001, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Miyono, Noor, 2011, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Sekolah Dasar Swasta Unggul di Semarang*, Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi Volume 7 Nomor 2 Edisi November 2011
- Permendiknas RI No.19 Tahun 2007 tentang *Standar Nasional Pendidikan*
- Permendiknas RI No. 7 Tahun 2009 tentang *Penyelenggaraan Sekolah Bertaraf Internasional pada Jenjang Pendidikan Dasar dan Menengah*.
- Peter, J Paul & Jerry C, Olson, 1996, *“Consumer Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran”*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Ringkasan Permohonan Perkara Registrasi Nomor 5/PUU-X/2012 tentang *Pelaksanaan Program Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI) dan Sekolah Bertaraf Internasional dapat Mengesampingkan Sistem Pendidikan Nasional*.
- Saeful Rahmat, Pupu, 2009, *Penelitian Kualitatif*, Equilibrium, Volume 5, No. 9, Januari-Juni 2009 : 1-8
- Sonhaji, Ahmad, 1994, *Teknik Pengumpulan dan Analisa Data dalam Penelitian Kualitatif (dalam buku Penelitian Kualitatif dalam bidang Ilmu-ilmu Sosial Keagamaan)*, Penerbit Kalimasahada Press, Malang

Suhaeri, 2013, *Putusan Mahkamah Konstitusi Menghapus RSBI dalam tinjauan Maqashid Syari'ah*, Jurnal Konstitusi, Volume 10, Nomor 2, Juni 2013

Suhartanto, D., 2001, *Kepuasan Pelanggan: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen di Industri Perhotelan*. Usahawan, No.7 Th. XXX (Juli), hal. 42-47.

Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 01/7/J1IPK/SE/2013 tentang Kebijakan Transisi RSBI

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi

Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003, *tentang Sistem Pendidikan Nasional*

Universitas Jember, 2012, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jember: Jember University Press

Wijaya, David, 2008. *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah*, Jurnal Pendidikan Penabur - No.11/ Tahun ke-7/Desember 2008

Zeithaml, Valerie A., and Mary Jo Bitner. (2003). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. New York: Irwin McGraw- Hill