

Faktor Penentu Preferensi Orang Tua Memilih Sekolah Dasar Berbasis Islam

Dian Harlina Soeherman, Ima Amaliah, Westi Riani

Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

email: dianhs2765@gmail.com, amalia_razi@gmail.com, westiriani@gmail.com

Abstract. The purpose of this study is to find out the factors of parental preference in choosing an Islamic-based elementary school. This research uses field survey methods and the type of research used is quantitative descriptive. The respondents in this study were parents who sent their children to an Islamic-based elementary school in Bandung with a sample of 100 people. Data collection is done through the dissemination of questionnaires through google form. Preference measurement uses likert scale and analysis using descriptive statistics. The factors that determine parents' preferences choose Islamic-based elementary schools are products, prices, places, and promotions. The results of this study explain that the dominant factor that determines the preference of parents choosing an Islamic-based primary school is the product factor whose indicators contain curriculum, accreditation, facilities, and quality.

Keywords: Preferences, Parents, Islamic-based Elementary School

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor preferensi orang tua dalam memilih sekolah dasar berbasis Islam. Penelitian ini menggunakan metode survey lapangan dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah orang tua yang menyekolahkan anaknya di sekolah dasar berbasis Islam di Kota Bandung dengan jumlah sampel 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui google form. Pengukuran preferensi menggunakan skala likert dan analisisnya menggunakan statistik deskriptif. Adapun faktor-faktor yang menentukan preferensi orang tua memilih sekolah dasar berbasis Islam yaitu, produk, harga, tempat, dan promosi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa faktor dominan yang menentukan preferensi orang tua memilih sekolah dasar berbasis Islam adalah faktor produk yang indikatornya berisi kurikulum, akreditasi, fasilitas, dan kualitas.

Kata Kunci: Preferensi, Orang Tua, Sekolah Dasar berbasis Islam

1. PENDAHULUAN

Pendidikan usia dini dan sekolah dasar merupakan wahana pendidikan yang sangat penting dikarenakan proses dan hasil pendidikan pada jenjang ini menjadi pondasi pembentukan watak, akhlak, dan kecerdasan para peserta didik untuk perkembangan pribadinya dalam kehidupan selama-lamanya yang kemudian akan dilanjutkan pada pendidikan yang lebih tinggi (Supriyono, 2012).

Jenjang pendidikan paling rendah adalah sekolah dasar. Sekolah dasar itu sendiri ada bersifat umum dan berbasis agama. Saat ini ada kecenderungan orang tua lebih *prefer*

atau memilih untuk menyekolahkan anak-anak usia dini di sekolah dasar yang berbasis agama, sebagaimana terlihat dalam tabel 1.2 dan tabel 1.3. Selain itu dari data publikasi BPS tahun 2019 ternyata proporsi penduduk muslim di Kota Bandung mencapai 90,06%. Ini artinya, secara potensi keagamaan kecenderungan orang tua menyekolahkan anak-anak usia dini di sekolah dasar berbasis Islam sangat besar. Kota Bandung juga merupakan pusat pemerintahan yang memungkinkan masyarakat dari berbagai wilayah lain datang ke Kota Bandung. Hal ini menyebabkan ruang pergaulan masyarakat di Kota Bandung menjadi sangat heterogen, sehingga pemahaman atas nilai-nilai Islam sedini mungkin menjadi bagian yang sangat penting bagi orang tua, terlebih di era informasi yang sangat terbuka terhadap berbagai informasi baik yang positif maupun yang negatif.

Berikut ini perkembangan sekolah dan jumlah siswa sekolah berbasis Islam di Kota Bandung bisa dilihat pada tabel berikut:

TABEL 1.1 JUMLAH SISWA SEKOLAH DASAR ISLAM DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014-2018

Kota	2014	2015	2016	2017*	2018
Bogor	12.243	12.693	12.483	10.888	12.707
Sukabumi	4.548	4.486	4.655	4.088	4.861
Bandung	12.842	12.363	15.289	12.815	15.310
Cirebon	4.218	3.971	4.576	3.284	4.468
Bekasi	22.754	21.766	25.982	19.811	27.485
Depok	33.490	32.092	36.657	18.482	38.341
Cimahi	3.765	3.562	3.946	4.627	3.794
Tasikmalaya	9.697	9.720	9.839	11.401	9.820
Banjar	3.097	2.925	3.276	2.754	3.360

Sumber: BPS Jawa Barat

TABEL 1.2 JUMLAH SEKOLAH DASAR ISLAM DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014 – 2018

Kota	2014	2015	2016	2017*	2018
Bogor	55	56	58	42	61
Sukabumi	25	26	25	26	27
Bandung	66	68	66	43	70
Cirebon	19	20	19	12	20
Bekasi	131	132	132	76	136

Depok	135	135	138	72	142
Cimahi	20	20	20	16	22
Tasikmalaya	49	51	49	53	54
Banjar	19	22	19	13	24

Sumber : BPS Jawa Barat

Dibalik kelebihan yang dimiliki Sekolah Dasar berbasis agama yaitu menanamkan nilai-nilai Islam lebih awal. Namun diakui oleh sejumlah orang tua bahwa sekolah Islam jauh lebih mahal dibandingkan dengan sekolah umum, sehingga sedikit banyak menjadi kendala bagi orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sekolah dasar berbasis Islam. Berdasarkan latar belakang, maka penulis akan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menentukan preferensi orang tua dalam memilih sekolah dasar berbasis Islam di Kota Bandung? Selanjutnya faktor dominan apa yang menentukan preferensi orang tua dalam memilih sekolah dasar berbasis Islam di Kota Bandung ?

II. LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Konsumen dan Preferensi Konsumen

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan”. Schiffman dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Menurut Kotler dan Keller (2008) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan yang mengevaluasi.

Pengurutan dari untaian komoditi ini akan dapat dimaksimalkan kepuasan konsumen dengan jumlah pengeluaran uang tertentu, maka setiap konsumen harus dapat menentukan urutan preferensi dari komoditi yang ada. Berikut merupakan syarat dalam mengurutkan preferensi: 1) Untuk setiap dua untaian komoditi, misal A dan B, maka A memiliki kepuasan yang lebih maka konsumen akan memilih A bukan B. 2) Hubungan yang bersifat transitif. Bila harus A yang dipilih bukan B, sedangkan harus memilih B bukan C. Maka A harus dipilih bukan C. 3) Jika untaian komoditi A terdiri dari unsur yang sama dengan B, namun setiap unsur yang dimiliki A lebih dari B. Maka harus dipilih (Amaliah dan Wasti Riani, 2013).

Preferensi adalah kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain. Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seorang individu (Poteus, 1997). Preferensi konsumen merupakan suatu sikap konsumen terhadap suatu pilihan

merek produk yang terbentuk melalui evaluasi berbagai macam merek dalam berbagai pilihan yang tersedia. Preferensi merupakan proses mengurutkan tingkat prioritas seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atau suatu barang atau jasa yang tersedia, sehingga konsumen akan melewati beberapa tahap yang dapat menggambarkan rasa kepuasan terhadap suatu produk (Putri, 2014).

Konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan (Salvatore, 1992). Dengan kata lain, preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Menurut Nicholson (1995), preferensi konsumen dapat dipengaruhi oleh tiga asumsi dasar yaitu kelengkapan (*Completeness*), transitivitas (*Transitivity*), dan kontinuitas (*Continuity*). Tujuan kombinasi pilihan untuk mencapai kepuasan. Terdapat dua sikap yang berkaitan dengan kemampuan konsumen menyusun prioritas dalam mengambil keputusan yaitu lebih suka (*prefer*) atau sama-sama disukai (*indifference*).

Pemilihan sekolah dasar berbasis agama itu tidak semata-mata ditentukan oleh harga tetapi lebih kepada atribut atau ciri khas yang melekat pada produk tersebut, maka dengan ini lebih difokuskan pada preferensi berdasarkan atribut. Atribut produk adalah faktor-faktor yang mempertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian suatu merek ataupun kategori produk, yang melekat pada produk atau menjadi bagian produk itu sendiri. Atribut yang disebutkan seperti harga, merek, kualitas, kemasan, kelengkapan fungsi (fitur), desain. Apabila suatu produk memiliki atribut atau sifat-sifat yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka produk tersebut akan dianggap cocok oleh konsumen. Produk yang sesuai dengan harapan tentu saja akan lebih memungkinkan akan dibeli oleh konsumen (Andini, 2020).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dilakukan analisis pembahasan yang berkaitan dengan variabel yang diangkat dalam penelitian, yaitu faktor penentu preferensi orang tua memilih sekolah dasar berbasis Islam studi kasus di Kota Bandung. Dari hasil pengolahan data, maka dapat dibuatkan ringkasan total skor dari semua variabel yang diangkat dalam penelitian sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL 1.3 HASIL RATA-RATA DARI PENGOLAHAN DATA

No.	Indikator	Skor Rata-rata	Keterangan
1.	Produk	441,55	Sangat Setuju
2.	Promosi	378,2	Setuju
3.	Tempat	347,28	Setuju
4.	Harga	230,83	Cukup Setuju

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari sejumlah faktor penentu preferensi orang tua memilih sekolah dasar berbasis Islam studi kasus di Kota Bandung, variabel produk merupakan faktor paling dominan. hal ini terlihat bahwa total skor hasil persepsi responden variabel produk memiliki hasil skor tertinggi, disusul dengan faktor promosi, faktor tempat ,dan faktor harga. Hal ini dikarenakan kurikulum sekolah, nilai akreditasi sekolah, fasilitas sekolah, dan kualitas sekolah menjadi bagian penting yang akan menentukan kualitas pembelajaran seorang anak dari sekolahnya. Berikut adalah gambaran lengkapnya terkait variabel-variabel tersebut.

TANGGAPAN ORANG TUA TERHADAP PRODUK DALAM MEMILIH SEKOLAH DASAR BERBASIS ISLAM DI KOTA BANDUNG

Dari hasil tabel diatas, orang tua setuju menyekolahkan anaknya di sekolah berbasis Islam karena dilihat dari indikator yang ada dalam produk seperti kurikulum yang lebih banyak muatan Islam, materi pembelajaran yang lengkap di sekolah akan memberikan pengetahuan yang lebih dan memberikan wawasan mengenai agama Islam. Dengan materi pembelajaran yang lengkap, pihak sekolah mampu meningkatkan kualitas anak dari segi berfikir ataupun sikapnya. Seperti dalam hal ini sekolah dasar berbasis Islam memiliki materi pembelajaran yang lebih lengkap karena bermuatan pembelajaran agama Islamnya yang lebih banyak. Terdapat pembelajaran membaca Al-Qur'an maupun menghafal, mengajarkan bagaimana tata cara solat yang benar, dan peningkatan pemahaman agama seperti memiliki akhlaq yang terpuji.

Nilai akreditasi sekolah menjadi salah satu penilaian orang tua dalam memilih sekolah berbasis Islam karena hasil akreditasi menggambarkan mutu suatu lembaga dalam hal ini sekolah berbasis Islam. Dengan ini, masyarakat dapat mengetahui dan memilih sekolah mana yang akan dituju untuk menyekolahkan anaknya. Orang tua dapat mengetahui sekolah mana yang sesuai dengan kebutuhan anaknya untuk bersekolah.

Dengan fasilitas sekolah yang baik akan menunjang keberhasilan pendidikan dalam mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditentukan. Sarana dan prasarana adalah syarat yang harus ada baik sebagai kelengkapan pendidikan formal maupun non formal yang sangat dibutuhkan bagi peserta didik untuk mengembangkan potensinya secara maksimal.

Dalam pemilihan sekolah selain melihat dari nilai akreditasi sekolah, fasilitas sekolah yang bagus, kualitas sekolah juga dapat dilihat dari segi pemilihan sekolah. Kualitas guru merupakan salah satu terpenting dalam pendidikan, karena dengan kualitas guru yang baik maka akan menghasilkan anak didik yang berkualitas juga.

TANGGAPAN ORANG TUA TERHADAP PROMOSI DALAM MEMILIH SEKOLAH DASAR BERBASIS ISLAM DI KOTA BANDUNG

Dalam faktor promosi orang tua dalam memilih sekolah dasar berbasis Islam banyak berdasarkan rekomendasi dari keluarga dan orang lain. Karena dengan adanya rekomendasi dari keluarga dan orang lain, orang tua dapat melihat bahwa sudah terbukti dari segi kualitas dan keinginan sekolah untuk anaknya. Promosi dari mulut ke mulut menjadi bagian penting dalam menentukan preferensi orang tua memilih sekolah dasar Islam untuk putra putrinya. Meskipun saat ini teknologi komunikasi sudah sangat berkembang ternyata pengalaman seseorang dalam menyekolahkan putra putrinya jauh lebih penting daripada web site, brosur maupun spanduk yang dipasang sekolah.

TANGGAPAN ORANG TUA TERHADAP TEMPAT DALAM MEMILIH SEKOLAH DASAR BERBASIS ISLAM DI KOTA BANDUNG

Orang tua yang menyekolahkan anaknya di sekolah dasar berbasis Islam tidak melihat dari dekat jauhnya lokasi sekolah dengan rumah tetapi akses lalu lintasnya yang mudah dilalui atau yang masih bisa ditempuh dengan menggunakan kendaraan umum. Orang tua juga tidak menjadikan pusat kota maupun pusat pemerintah sebagai ukuran lokasi pendidikan anaknya.

TANGGAPAN ORANG TUA TERHADAP HARGA DALAM MEMILIH SEKOLAH DASAR BERBASIS ISLAM DI KOTA BANDUNG

Orang tua merasakan sekolah dasar di sekolah Islam cukup mahal, namun dalam beberapa hal ada yang meringankan misalnya uang bangunan dapat dicicil, biaya seragam juga dapat dijangkau. Dilihat dari segi biaya, sekolah dasar berbasis Islam lebih murah dibandingkan dengan sekolah umum lainnya dengan skala instruksi "tidak setuju". Artinya, orang tua siswa mengakui bahwa sekolah di sekolah Islam lebih mahal dibandingkan sekolah lainnya. Dilihat dari indikator uang bangunan, uang SPP, dan biaya administrasi lainnya, didapat nilai "cukup setuju".

Meskipun dalam masalah biaya mahal, orang tua tidak keberatan untuk mengeluarkan biaya yang besar untuk kepentingan pendidikan. Berapapun biaya yang dikeluarkan orang tua sebanding dengan hasil yang diperoleh baik itu dari segi fasilitas, kualitas maupun pelayanan sekolah. Disamping dengan biaya sekolah yang lebih tinggi daripada sekolah lain, akan mendapatkan sekolah yang unggul dari segi fasilitas, dan kualitasnya.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil analisis faktor penentu preferensi orang tua memilih sekolah dasar berbasis Islam studi kasus di Kota Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang menentukan preferensi orang tua memilih sekolah dasar berbasis Islam adalah Faktor Produk, Faktor Harga, Faktor Tempat, dan Faktor Promosi. Hal ini dapat dilihat dari capaian rata-rata skor untuk masing-masing indikator

berada di wilayah setuju dan sangat setuju.

2. Factor dominan yang menentukan orang tua memilih sekolah berbasis Islam adalah factor produk karena memiliki nilai bobot paling besar dibandingkan 3 faktor lainnya. Orang tua memilih menyekolahkan di sekolah dasar Islam karena kurikulum yang ditawarkan sekolah, nilai akreditasi yang diraih sekolah, fasilitas dan sarana prasarana yang dimiliki sekolah.

V. SARAN

Bagi peneliti selanjutnya, apabila ingin menggunakan kuesioner ini sebagai instrumen penelitian, peneliti harus memastikan bahwa kuesioner yang akan dibagikan dimengerti oleh responden, sehingga data yang diperoleh nantinya sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Dan diharapkan ada penelitian selanjutnya tentang korelasi preferensi orang tua menyekolahkan putra-putrinya di sekolah dasar berbasis islam dengan persentase kenaikan jumlah siswa yang mendaftar di sekolah berbasis Islam di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 20, U. N. (2003). Sistem Pendidikan Nasional.
- [2] Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian . Jakarta: Rineka Cipta.
- [3] Bandung, D. K. (2020). Jumlah Kepala Keluarga. Bandung.
- [4] Buchari, A. (2007). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- [5] Damayanti, S. d. (2011). Metode Penelitian . Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [6] Dewantoro, D. (2015). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Jasa Pelayanan Transportasi Bus AKDP Semarang-Kendal. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [7] Fadhillah, A. (2019). Motivasi Orang Tua dalam Menyekolahkan Anak Di Lembaga Pendidikan Madrasah. Jakarta.
- [8] Fardiansyah, D. (2017). . Analisa Preferensi, Motivasi dan Persepsi Masyarakat Dalam Menghuni Apartemen Di Kota Bekasi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [9] Fitriani, A. (2020). Preferensi Konsumen Terhadap Brand Kerudung Di Kota Bandung. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- [10] Islamiyah, R. N. (2020). Preferensi Masyarakat Indonesia Dalam Melakukan Transaksi Konsumsi Dengan E-Wallet Dan Tunai. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- [11] J, N. S. (2003). Perilaku Konsumen.:. Jakarta: Kencana Prenada Meida Group.
- [12] Kasidi, D. (2014). Prefrensi Masyarakat Terhadap Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) di Kota. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi.
- [13] Keller, K. d. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- [14] Khairuddin, T. U. (2014). Analisis Preferensi Siswa Melanjutkan Ke MTs Alfadhlah Kecamatan Minas Tahun Pelajaran 2014/2015. Pekanbaru: FKIP Universitas Riau.
- [15] Kotler, P. (2000). Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. Jakarta: Prenhalindo.
- [16] Negara, M. A. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Modern Di Kota Bandar Lampung. Lampung: Universitas Lampung.
- [17] Poppy, I. R. (2014). Metodologi Penelitian. Bandung: Refika Aditama.
- [18] Pusdikasari, D. S. (2016). Preferensi Orang Tua Terhadap Pemilihan Sekolah Dasar Berbasis Islam Atau Umum Di Kabupaten Sumedang. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- [19] Putri, C. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Berbelanja Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Raya Solok). Universitas Andalas.
- [20] Riani, I. A. (2013). Strategi Pengembangan Unisaba Berdasarkan Preferensi Masyarakat Kota Bandung. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- [21] Salamah, U. (2016). Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Madina Syariah Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- [22] Statistik, B. P. (2018). Indeks Pembangunan Manusia.
- [23] Statistik, B. P. (2018). Indeks Pembangunan Manusia. Jawa Barat.
- [24] Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- [25] Sunyoto, D. (2012). Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Buku Seru.
- [26] Supriyono. (2012). Jenis-Jenis Pendidikan Usia Dini Dan Sekolah Dasar/MI. Malang: Manajemen Pendidikan Pasca Sarjana Universitas Negeri Malang.
- [27] Sutilestari, A. (2017). Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Kemasan Berlabel Halal dan Tidak Berlabel Halal. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- [28] Vitasari, H. N. (2017). Motivasi Orang Tua Menyekolahkan Anak Di Sekolah Berbasis Islam. Salatiga.
- [29] Wardhana, H. d. (2019). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Konsumen (Studi Pada Armor Kopi Bandung). Bandung: Universitas Telkom.
- [30] Wiliasih, R. d. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- [31] Winingrum, A. (2015). Preferensi Orang Tua Siawa Di SD Muhammadiyah Condongcatur Dalam Memilih Sekolah Menengah Pertama (SMP). Riau: Universitas Riau.