

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pendidikan adalah salah satu cara mengembangkan keterampilan, kecerdasan dan sikap yang diharapkan dapat membuat seseorang menjadi warga negara yang beradap. Pendidikan bermaksud membantu peserta didik untuk menumbuhkembangkan potensi – potensi kemanusiaanya (Tirtaraharja dan La Sulo, 2012). Satuan pendidikan menjadi salah satu alat untuk mencapai tujuan pendidikan di Indonesia. Melalui satuan pendidikan atau sekolah, setiap orang bisa mendapatkan pendidikan yang merata. Untuk mendapatkan pendidikan yang layak di zaman sekarang khususnya tidak harus memperoleh pendidikan di sekolah negeri karena jumlah sekolah negeri terbatas maka di bangunlah sekolah swasta. Ketika pemerintah terbatas pendanaannya dalam bidang pendidikan, sekolah-sekolah swasta berperan untuk ikut ambil bagian dalam penyelenggaraan pendidikan nasional. Kebanyakan dari masyarakat memilih sekolah yang menyandang predikat sekolah negeri, dimana sekolah negeri kebanyakan mempunyai kualitas yang lebih unggul dibanding dengan sekolah swasta, Selain itu juga sekolah negeri biayanya lebih murah. Dengan alasan tersebut bagaimana sekolah-sekolah swasta bisa berkembang dan bersaing dengan sekolah negeri. Berbeda dengan sekolah negeri, setiap tahunnya yang mendaftar selalu bertambah. Setiap tahunnya sekolah-sekolah negeri ini berlomba membangun ruang kelas baru dan fasilitas-fasilitas penunjang pendidikan yang lainnya. Sehingga inilah yang menjadi sekolah swasta mengembangkan diri agar dapat bersaing dengan sekolah negeri.

Sekolah swasta merupakan satuan pendidikan yang diselenggarakan oleh organisasi masyarakat atau yayasan yang berbadan hukum. Sekolah swasta berbentuk *independent* artinya dalam penyelenggaraannya sekolah tersebut tidaklah dikelola oleh pemerintah daerah, ataupun nasional seperti sekolah negeri. Pendirian sekolah swasta didirikan atas nama perorangan, kelompok atau yayasan yang dilatarbelakangi tujuan yang beragam baik keagamaan, kebudayaan ataupun kedaerahan. Sekolah swasta yang dimiliki yayasan biasanya bertujuan sosial, karena tidak memungut biaya yang memberatkan murid yang ekonomi keluarganya kurang mampu, supaya tetap bisa bersekolah. Sedangkan sekolah swasta milik perorangan biasanya bertujuan memberikan pelayanan pada bidang pendidikan dengan mengharapkan balas jasa berupa keuntungan. Pengelolaan sekolah swasta diarahkan untuk menjawab tantangan dan kebutuhan pasar, artinya kebutuhan

pengguna jasa atau masyarakat terhadap pendidikan yang dihasilkan oleh sekolah swasta menjadi prioritas.

Sejarah perkembangan sekolah swasta juga selalu tumbuh dari masyarakat. Bahkan, tidak sedikit sekolah swasta yang kini menjelma menjadi besar dan mapan berasal dari wakaf seseorang yang kemudian dikelola dan dikembangkan dengan baik oleh pengurusnya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa eksistensi sekolah swasta sesungguhnya lebih banyak ditentukan oleh militansi perjuangan guru, kepala sekolah, serta para pengurusnya. Perkembangan mutakhir menunjukkan bahwa pendidikan telah menjadi bagian dari bidang yang dapat dikelola secara profit. Didirikan pada tahun 1952 awal bernama SMEA Pembangunan, kami bisa terus eksis berdiri untuk mencerdaskan putra putri bangsa. Dengan seiringnya waktu banyak sekolah swasta bermunculan, akan tetapi kami mengembangkan diri agar selalu dapat dipercaya oleh masyarakat sekitar. SMK Pembangunan Kota Bogor terus menerus melakukan perkembangan agar bisa terus ada untuk mencerdaskan putra putri bangsa. Penerimaan Siswa Baru salah satu point yang diperhatikan agar selain mempertahankan jumlah siswa yang ada juga bertujuan untuk meningkatkan minat siswa untuk bergabung di SMK Pembangunan Kota Bogor. Semakin berkembangnya sekolah-sekolah swasta, ada kekhawatiran akan kelangsungan sekolah jika penerimaan siswa baru tidak memenuhi target setiap tahunnya. Metode promosi yang digunakan dari tahun ketahun serasa cukup karena hanya mengandalkan asumsi bahwa metode promosi yang dilakukan selama ini telah maksimal. Untuk menghilangkan asumsi tersebut dibutuhkan sistem pengambil keputusan untuk menentukan metode yang paling efektif agar Penerimaan Siswa Baru mendapatkan hasil maksimal. Dari hasil itu metode yang terpilih akan dikembangkan lagi agar tahun selanjutnya promosi yang dilakukan berjalan lebih baik lagi.

Oleh karena itu diperlukan sistem pendukung keputusan untuk menentukan media promosi penerimaan siswa baru. Pengertian sistem pendukung keputusan yang dikemukakan oleh McLeod (1998) yang menyatakan bahwa sistem pendukung keputusan merupakan sistem penghasil informasi yang ditujukan pada suatu masalah yang harus dibuat oleh manajer, sistem pendukung keputusan merupakan suatu sistem informasi yang ditujukan untuk membantu manajemen dalam memecahkan masalah yang dihadapinya. Penentuan media promosi penerimaan siswa baru akan dihitung menggunakan metode SAW. SAW adalah metode penjumlahan terbobot dari kinerja setiap objek-objek yang berbeda dan memiliki kesempatan yang sama pada semua kriteria yang dimiliki. SAW memerlukan proses matrik keputusan (X) ke suatu skala yang dapat dibandingkan dengan semua rating

alternatif yang ada. Metode SAW dapat membantu dalam pengambilan keputusan suatu kasus, akan tetapi perhitungan menggunakan metode ini hanya yang menghasilkan nilai terbesar yang akan terpilih sebagai alternatif yang terbaik. Perhitungan akan sesuai dengan metode ini apabila alternatif yang terpilih memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Metode SAW ini lebih efisien karena waktu yang dibutuhkan dalam perhitungan lebih singkat. Metode ini banyak digunakan untuk menyelesaikan pengambilan keputusan, salah satunya oleh Firdausa, Aji Prasetya Wibawa, Utomo Pujiyanto, 2018 dengan judul “Model Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sekolah Menggunakan Metode SAW “. Dalam penelitian tersebut terdapat beberapa kriteria yang mengandung jenis *cost* dan *benefit*. Kriteria tersebut adalah besarnya biaya per bulan, besarnya uang gedung, status akreditasi sekolah, rata-rata nilai UAN, lokasi sekolah, ekstrakurikuler, dan fasilitas sekolah. Penelitian ini menjadi rujukan penyusun karena di dalamnya terdapat kriteria yang mirip dengan kriteria penyusun.

## **B. Permasalahan**

### **1. Identifikasi Masalah**

Pada SMK Pembangunan Kota Bogor setiap tahun selalu melakukan promosi agar mendapatkan minat dari Sekolah Menengah Pertama. Promosi sekolah setiap tahun dilakukan mulai dari mengadakan *event* lomba antar sekolah tingkat pertama, presentasi di sekolah – sekolah, penyebaran brosur, media sosial, website, pemasangan baliho, penawaran beasiswa, hingga reward ke siswa yang membawa saudara atau teman yang mendaftar di SMK Pembangunan Kota Bogor. Setiap tahunnya media promosi yang digunakan hampir selalu sama dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Sumber daya manusia yang berasal dari guru dan tenaga administrasi sekolah sangat diandalkan dalam hal ini, khususnya guru. Untuk *event* lomba membutuhkan waktu yang tepat agar kegiatan belajar mengajar tidak terganggu, dan yang mengikuti adalah sekolah undangan saja. Sedangkan presentasi ke sekolah-sekolah tingkat pertama selain memilih waktu, jarak sekolah SMK Pembangunan Kota Bogor dengan sekolah tujuan pun tidak dekat. Guru akan dibantu oleh OSIS sebagai bantuan teknis saat berlangsungnya presentasi. Dengan kata lain kegiatan belajar mengajar guru sebagai penanggung jawab dan OSIS sebagai pelaksana akan terganggu. Persiapan untuk presentasi pun tidak sedikit, banyak yang harus disediakan seperti perlengkapan presentasi sendiri hingga peralatan pengenalan. Pemasangan baliho memang membutuhkan SDM yang lebih sedikit, namun pemasangan baliho ini

membutuhkan tempat yang strategis agar efektifitasnya dapat menjangkau segmen pasar yang diharapkan. Untuk sosial media dan *website* memang tidak terlalu membutuhkan SDM dan biaya yang besar. Dari proses promosi yang dilakukan akan terlihat berapa besar minat siswa SMP untuk mendaftar, akan tetapi belum adanya prioritas penentuan media promosi menjadikan proses promosi tersebut belum efektif. Berikut data promosi yang dilakukan dari beberapa tahun terakhir dengan prioritas yang tidak berubah tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Penggunaan Media Promosi

No	Media Promosi	Tahun Ajaran				
		2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020
1	Brosur (Pcs)	2000	2000	4000	4000	4000
2	Presentasi (Banyaknya Sekolah)	10	10	15	20	25
3	<i>Website</i> (Statis/Dinamis)	Statis	Statis	Dinamis	Dinamis	Dinamis
4	Media sosial (banyaknya <i>upload</i> perhari)	1	1	1	2	2
5	<i>Event</i> (Banyaknya persemester)	1	1	1	2	3
6	Baliho (Banyaknya lokasi)	3	3	5	5	6
7	<i>Reward</i> (banyaknya Penerima)	54	42	36	24	20
8	Beasiswa (Banyaknya penerima)	10	0	0	25	45
Jumlah Siswa yang diperoleh		548	524	509	509	460

Dari data tersebut terlihat jumlah siswa yang diterima dalam 5 (lima) tahun terakhir cenderung menurun.. Metode promosi yang digunakan dari tahun ketahun serasa cukup karena hanya mengandalkan asumsi bahwa prioritas metode promosi yang dilakukan selama ini telah maksimal. Untuk menghilangkan asumsi tersebut dibutuhkan sistem pengambil keputusan untuk

menentukan metode yang paling sesuai agar mendapatkan media promosi yang efektif.

Berdasarkan uraian dari masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Dalam menentukan prioritas pemilihan media promosi penerimaan siswa baru belum tepat.
- b. Proses untuk menentukan prioritas pemilihan media promosi penerimaan siswa baru belum efektif.

## 2. Rumusan Masalah

Merujuk kepada identifikasi masalah yang ada, bahwa pemilihan media promosi masih adanya unsur subjektivitas yaitu belum ada penilaian dari setiap media promosi yang digunakan pada penerimaan siswa baru. Sehingga hasil yang didapat kurang maksimal.

Berdasarkan hal tersebut, pernyataan **masalah** (*Problem Statement*) yang mendasari pentingnya melakukan penelitian ini adalah :

Penentuan prioritas pemilihan media promosi pada penerimaan siswa baru di SMK Pembangunan Kota Bogor yang tidak efektif

Pertanyaan penelitian yang dapat diajukan adalah :

### a. *Research Question*

Bagaimana penerapan metode SAW untuk penentuan prioritas media promosi penerimaan siswa baru?

- b. Berapa tingkat ketepatan dan efektifitas penerapan prioritas media promosi?

## C. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah Menerapkan metode SAW untuk penentuan media promosi penerimaan siswa baru.

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

- a. Menentukan prioritas media promosi penerimaan siswa baru yang tepat
- b. Mendapatkan proses penentuan prioritas media promosi yang efektif dan efisien.
- c. Mengembangkan penerapan teknik komputasi permodelan untuk menentukan media promosi.
- d. Memudahkan pihak sekolah bagian promosi.

#### **D. Spesifikasi Hasil yang Diharapkan**

Melalui penelitian ini diharapkan penerapan SAW dapat dioptimalkan dan mendapatkan hasil yang lebih tepat. Informasi yang dihasilkan dari aplikasi ini dapat mengurutkan penentuan prioritas media promosi, dan dapat dikembangkan sesuai yang dibutuhkan.

#### **E. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini penting untuk dilakukan untuk menemukan teknik komputasi penerapan SAW untuk menentukan prioritas media promosi dalam bentuk aplikasi.

Manfaat yang akan diproses dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Memberikan sumbangan penerapan pengetahuan metode SAW untuk memecahkan masalah penentuan media promosi penerimaan siswa baru.

2. Manfaat Praktis

Memudahkan dalam menentukan prioritas media promosi penerimaan siswa baru.

3. Manfaat Kebijakan

Adanya penerapan metode SAW untuk sistem pendukung keputusan yang menjadi acuan mendapatkan prioritas media promosi yang tepat dan efektif.

#### **F. Asumsi dan Keterbatasan**

1. Asumsi

Penerapan metode SAW yang didukung dengan aplikasi pemilihan media promosi lebih efektif. Serta mengoptimalkan media promosi yang sesuai.

2. Keterbatasan

Penerapan yang dilaksanakan hanya untuk mengetahui media promosi yang menghasilkan nilai terbesar yang akan terpilih sebagai alternatif yang terbaik. Untuk alat yang digunakan yaitu presentasi, brosur, baliho, besiswa, *reward*, *event*, media sosial dan *website*. Dan hanya untuk media promosi di sekolah.

#### **G. Definisi Istilah**

1. Penerimaan Siswa Baru (PSB) : adalah proses seleksi siswa untuk memasuki jenjang sekolah yang baru.

2. Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) : adalah suatu organisasi yang berada di tingkat sekolah di Indonesia yang dimulai dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA). OSIS diurus dan dikelola oleh murid-murid yang terpilih untuk menjadi pengurus OSIS.
3. Promosi Sekolah : upaya untuk memberitahukan atau menawarkan sekolah dengan tujuan menarik calon siswa untuk masuk sekolah tersebut.
4. Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) : Mengajar adalah suatu penyampaian informasi atau pengetahuan dari guru kepada siswa. Sedangkan belajar adalah suatu aktivitas yang terus menerus, yang tidak pernah berhenti untuk menggali suatu pengetahuan.
5. *Website* : sekumpulan halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi.
6. *Reward* : adalah hadiah, penghargaan, atau imbalan yang diberikan atas prestasi tertentu.

[ Halaman ini sengaja dikosongkan ]