

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Menjadi bangsa yang besar tentunya menjadi harapan dan cita-cita yang ingin dicapai oleh setiap negara. Karena maju tidaknya suatu bangsa dapat diukur dari sumber daya manusia yang berkualitas baik dari segi intelektual, spiritual, dan skill yang dimiliki setiap bangsa. Bagi bangsa yang ingin maju, pendidikan harus dipandang sebagai kebutuhan yang sangat penting. Oleh karena itu, dengan kita menyadari bahwa pentingnya pendidikan, diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar bisa bersaing dengan bangsa lain.

Menurut Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, yang dimaksud pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Adapun yang dimaksud pendidikan nasional adalah pendidikan yang berdasarkan Pancasila dan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia dan tanggap terhadap tuntutan perubahan zaman. Sedangkan sistem pendidikan nasional adalah seluruh komponen pendidikan yang saling terkait secara terpadu untuk mencapai tujuan pendidikan nasional.

Pelaksanaan pendidikan di Indonesia dikenal dengan sistem pendidikan nasional yang dilaksanakan melalui tiga jalur pendidikan, yaitu:

pendidikan formal, pendidikan nonformal dan pendidikan informal. Jalur pendidikan yang pertama, yakni pendidikan formal merupakan sistem pendidikan persekolahan. Pendidikan formal terdiri atas tiga jenjang yakni pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Ketiga pendidikan ini masing-masing mempunyai ciri-ciri tersendiri yang dapat membedakannya satu sama lain. Pada umumnya pendidikan formal mempunyai ketentuan yang lebih ketat daripada pendidikan nonformal. Sementara itu, pendidikan informal dikenal sebagai pendidikan yang terjadi akibat dari fungsi keluarga, media massa, acara keagamaan, partisipasi dalam organisasi, dan lain-lain.

Sedangkan pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan yang tujuannya untuk mengganti, menambah, dan melengkapi pendidikan formal. Pendidikan ini dapat diselenggarakan oleh lembaga khusus yang ditunjuk oleh pemerintah dengan berpedoman pada standar nasional pendidikan. Salah satu contoh dari lembaga pendidikan nonformal adalah Lembaga Kursus dan Pelatihan yang di dalamnya terdapat lembaga kursus komputer, lembaga kursus bahasa asing, lembaga kursus seni musik, lembaga kursus kerajinan tangan, dan lembaga bimbingan belajar.

Kegiatan bimbingan di sekolah merupakan bagian integral dari keseluruhan program kegiatan sekolah. Dapat diartikan bahwa tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah merupakan tujuan yang ingin dicapai bimbingan. Yang membedakan di antara keduanya ialah jenis kegiatannya, pendidikan di sekolah terletak pada penekannya pada usaha-usaha kognitif, afektif dan psikomotorik. Sedangkan bimbingan terletak pada membina siswa pada bidang akademis terutama dalam menyelesaikan soal, membantu menyelesaikan kesulitan siswa dalam pelajaran di sekolah, itu adalah tujuan dari bimbingan belajar.

Fungsi utama bimbingan di sekolah yang didukung oleh layanan pembelajaran ialah mengembangkan potensi positif anak didik dalam rangka perkembangan dirinya secara mantap dan berkelanjutan. Sedangkan fungsi utama bimbingan belajar adalah membantu siswa dalam menyelesaikan masalah yang dialami oleh para peserta didik yang mengalami kesulitan dalam pembelajaran di sekolah dan mengalami kendala dari 2 faktor di atas.

Oleh karena itu, lembaga bimbingan belajar mempunyai dasar yang kuat sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Peletak dasar pendidikan menjadi tanggung jawab bersama antara sekolah, keluarga dan masyarakat dalam hal ini lembaga bimbingan belajar. Masing-masing wadah pendidikan mempunyai wilayah dan mekanisme penyelenggaraan yang berbeda namun tujuan akhirnya sama yaitu ingin mempunyai keunggulan kompetitif.

Perubahan-perubahan pola pendidikan yang begitu cepat, silih berganti serta globalisasi di segala bidang termasuk bidang pendidikan, memunculkan persaingan yang sangat ketat di bidang bisnis jasa pendidikan. Lembaga non formal seperti bimbingan belajar harus selalu siap dengan perubahan-perubahan yang dikeluarkan pemerintah di bidang pendidikan, juga harus siap bersaing tidak hanya bimbingan belajar sejenis, tetapi program sekolah seperti pendalaman materi.

Dalam rangka pemenuhan kebutuhan akan kemampuan pengembangan potensi dalam proses pembelajaran, banyak bermunculan lembaga-lembaga pendidikan yang menyediakan jasa kursus. Salah satu industri jasa yang berkembang saat ini adalah jasa bimbingan belajar. Pada saat ini banyak lembaga bimbingan belajar yang saling bersaing dengan menawarkan berbagai jenis program dan metode pembelajaran yang menarik. Banyak siswa yang dengan antusias mengikuti bimbingan belajar

karena belajar di lembaga bimbingan belajar tidak sekedar berupa materi pelajaran semata, tetapi juga disampaikan tentang kiat-kiat belajar efektif, kiat-kiat belajar di perguruan tinggi dan informasi seputar perguruan tinggi. Kebanyakan tujuan siswa mengikuti bimbingan belajar adalah untuk memasuki perguruan tinggi negeri, karena menurut mereka perguruan tinggi negeri lebih murah dibanding dengan perguruan tinggi swasta. Terdapat pula alasan lain yang mengatakan bahwa kemampuan guru di sekolah terbatas, kurangnya fasilitas belajar yang memadai, serta tuntutan kurikulum yang tidak realistis menyebabkan siswa mencari alternatif lain untuk belajar di luar sekolah. Sekolah juga dianggap tidak mampu menyediakan semua kebutuhan yang diperlukan siswa terlebih lagi kesiapan untuk berebut kursi di PTN yang diidam-idamkan.

Sebagai sebuah lembaga pendidikan nonformal ataupun lembaga bimbingan belajar yang menyediakan jasa pendidikan tentunya memiliki tujuan untuk dapat hidup dan berkembang, tujuan ini hanya akan dapat dicapai apabila bagian pemasaran melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukannya dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

Setiap organisasi termasuk lembaga bimbingan belajar dalam memasarkan produk yang dihasilkannya menjalankan strategi pemasaran, sehingga dapat mencapai sasaran yang diharapkannya. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu organisasi, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah, agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi, dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, organisasi harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar

serta menilai posisinya di pasar. Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan organisasi umumnya dan bidang pemasaran khususnya. (Sofjan Assauri, 2013: 168)

Marketing Mix atau Bauran Pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi dan konsumen. Model bauran pemasaran menekankan pada berbagai faktor yang kemudian dikenal dengan istilah 4P yaitu produk, harga, tempat, promosi (*product, price, place dan promotion*). Seiring dengan perkembangan zaman, jumlahnya meluas hingga tujuh yaitu, produk, harga, promosi tempat, orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2012).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih sesuatu, apalagi jika mengingat perilaku setiap individu dalam proses pembelian berbeda-beda dan semakin maraknya perkembangan bisnis bimbingan belajar. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan/pemasar khususnya yang ingin mendirikan atau sedang mengelola bisnis di bidang jasa untuk dapat lebih memahami perilaku konsumen agar tujuan perusahaan dapat cepat tercapai, salah satunya dengan menerapkan strategi bauran pemasaran, agar bisnis jasa tersebut mampu bersaing dengan bisnis jasa sejenis lainnya.

Menurut Kotler (2008: 179), tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan pembelian melewati lima tahap, yaitu:

pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tingkah laku pasca pembelian. Konsumen memerlukan suatu strategi tersendiri untuk mencapai sasaran tersebut dan terdapat beberapa faktor yang turut mempengaruhi, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yaitu faktor yang berada diluar jangkauan perusahaan, seperti: teknologi, keadaan ekonomi, peraturan pemerintah, dan lingkungan sosial budaya. Menurut Ratih Hurriyati dalam Zeithaml dan Bitner (2005: 49), faktor internal terdiri dari bauran pemasaran 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).

Primagama merupakan salah satu lembaga yang berkecimpung dalam dunia pendidikan. Primagama adalah usaha jasa pendidikan luar sekolah (Bimbingan Belajar) yang bergerak di bidang bimbingan belajar dengan memiliki pasar yang sangat luas dan saat ini memiliki lebih dari 500 outlet/cabang di seluruh Indonesia yang tersebar lebih dari 254 kota/kabupaten. Primagama telah membimbing lebih dari 4 juta siswa berprestasi dan didukung oleh lebih dari 3000 karyawan dan *Instruktur Smart* berpengalaman dan sekarang berpusat di Jakarta. (<http://www.primagama.co.id/lokasicabang>)

Program bimbingan belajar di Primagama dirancang dengan alternatif pilihan sehingga mempermudah serta memberi keleluasaan siswa untuk mengikuti program bimbingan yang sesuai kebutuhan berdasarkan jenjang kelas di sekolah dan juga berdasarkan pada intensitas belajar siswa di Primagama.

Sebagai lembaga bimbingan belajar yang memiliki jaringan kantor cabang yang luas dan memanfaatkan teknologi informasi. Primagama telah mengembangkan teknologi jaringan internet yang terkoneksi antar kantor

cabang dan dapat diakses oleh *user*, baik siswa, orang tua siswa, sekolah, dan masyarakat umum. Alamat website Primagama : www.primagama.co.id di mana Primagama bekerjasama dengan Microsoft dalam mendukung pembelajaran *online* dan *e-learning*.

Alasan Primagama dapat dikatakan sebagai salah satu bimbel terbaik di Indonesia dapat dibuktikan pada website resmi Primagama "www.primagama.co.id" disitu dapat kita temukan bukti-bukti yang menguatkan bahwa Primagama adalah salah satu bimbel terbaik di Indonesia. Adapula beberapa penghargaan penting yang dapat dicatat sebagai bukti tentang keberhasilan Primagama dalam mengelola usahanya juga ketepatan pemilihan Strategi Pemasarannya diantaranya: Penghargaan *Indonesia Franchise of The Year 2019* Kategori *Educational Learning Center Business*, Penghargaan *Indonesia Franchise Marketing Awards 2017*, Penghargaan *TOP Brand For Teens 2017* oleh Majalah *MARKETING*, Penghargaan *TOP Brand For Kids 2017* Oleh Majalah *MARKETING*, Penghargaan *Social Media Awards 2016* Kategori *Study Counseling* Oleh Majalah *MARKETING*, Penghargaan *Franchise & Business Opportunity Market Leader 2015*, Penghargaan *Indonesia Franchise Marketing Awards 201*. Penghargaan Sertifikasi ISO 9001 : 2009 Tahun 2010, Penghargaan *The Excellent Brand Images And Brand Awareness 2010*, Penghargaan Lembaga Pendidikan Dengan Cabang Terbanyak Tahun 2010 Oleh Rekor Bisnis, dan lain sebagainya yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

Salah satu dari sekian banyak cabang Lembaga bimbingan belajar Primagama yang ada di Surabaya adalah Primagama Lidah Kulon Surabaya, yang berdidiri sejak 7 Juli 2007 dan dipimpin oleh Ibu Susanti, S.S. Primagama Lidah Kulon merupakan Primagama terbesar di Surabaya, dan

pada tahun ajaran 2015-2016 mendapatkan peringkat kedua kategori cabang dengan jumlah *cash in* terbesar di Indonesia.

Data jumlah siswa yang ikut bimbingan belajar di Lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Surabaya Lidah Kulon pada tahun ajaran 2015/2016 berjumlah 359 siswa, pada tahun ajaran 2016/2017 mengalami penurunan menjadi 342 siswa atau sebesar 4,73%, pada tahun 2017/2018 mengalami penurunan menjadi 340 siswa atau sebesar 0,50%, pada tahun 2018/2019 mengalami penurunan menjadi 314 siswa atau sebesar 7,65% dan perdesember 2019 jumlah siswanya adalah 219 siswa.

Berdasarkan data di atas dapat kita buat tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Siswa Primagama Lidah Kulon Surabaya

Tahun Ajaran	Jumlah Siswa seluruh jenjang
2015/2016	359 siswa
2016/2017	342 siswa
2017/2018	340 siswa
2018/2019	314 siswa
2019/2020	s.d. Desember 219 siswa

Sumber: Data Siswa Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya, 2019

Dari analisis tabel di atas terlihat bahwa setiap tahunnya jumlah siswa di lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya mengalami penurunan, meskipun tidak terlalu tinggi. Hal ini terlihat bahwa persaingan antara lembaga bimbingan belajar di Surabaya cukup tinggi.

Dalam hal ini tentu lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya akan berusaha melakukan strategi pemasaran, dimana tujuannya tentu ingin memenuhi kebutuhan para konsumen serta memuaskan keinginan konsumen pendidikan secara lebih baik daripada para pesaing lainnya.

Salah satu materi dari pemasaran membahas tentang perilaku konsumen, ini berarti lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya harus mengetahui perilaku di pasar sasarannya. Dengan mengetahui keinginan konsumen menjadi sangat penting karena memberikan sebuah informasi penting untuk menentukan langkah strategi yang tepat untuk mempertahankan siswa yang telah bergabung hingga masa belajar di jenjang atasnya selesai.

Setiap konsumen yaitu para orang tua ataupun calon siswa yang berkenan untuk memutuskan memilih atau menggunakan jasa lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya akan dipengaruhi dari seberapa besar dan efektif dari sebuah bauran pemasaran yang dilakukan dan dibuat oleh lembaga bimbingan belajar tersebut, khususnya lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya dalam mempengaruhi orang tua atau calon peserta didik yang akan bergabung, dimana orang tua yang akan mendukung pembiayaan jasa bimbingan belajar selama peserta didik belajar.

Bauran pemasaran memegang peranan penting, hal ini dikarenakan bauran pemasaran merupakan faktor yang dapat dikontrol keadaannya oleh sebuah perusahaan atau lembaga dalam rangka mempengaruhi para calon konsumen. Dalam hal ini para calon konsumen dan konsumen adalah peserta didik yang berasal dari luar lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya serta yang telah bergabung dalam lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya itu sendiri, serta mempertahankan peserta didik yang telah bergabung di lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya

Adapun dasar pertimbangan penulis melakukan penelitian tentang pengaruh dari bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya, karena melihat lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya yang semakin banyak pesaing tentu akan memilih strategi pemasaran dalam persaingan tersebut serta upaya lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya dalam menjaga serta meningkatkan penerimaan siswa baru.

Mengetahui pentingnya bauran pemasaran jasa pada pendidikan atau lembaga pendidikan dimana hal tersebut mempengaruhi keputusan orang tua atau peserta didik dalam memilih menggunakan jasa lembaga bimbingan belajar bagi anak-anaknya serta penurunan yang terjadi secara terus menerus pada jumlah siswa lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya selama 4 tahun terakhir ini, maka peneliti melakukan penelitian terkait dengan hal tersebut. Dengan penulisan skripsi berjudul **“PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR PRIMAGAMA CABANG LIDAH KULON SURABAYA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat kami simpulkan untuk rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya?

2. Apakah Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Akademis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan mendapatkan gambaran mengenai pengaruh bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa.

b. Bagi Akademisi

Bagi STIE Mahardhika Jurusan Manajemen, untuk menambah wawasan bagi mahasiswa terutama jurusan Manajemen, sehingga lebih memahami materi bauran pemasaran serta dapat dijadikan referensi tambahan dalam perkuliahan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan membantu peneliti dalam menganalisa suatu masalah dan sekaligus dapat menerapkan teori-teori yang telah diterima dibangku perkuliahan.

2. Aspek Pengembangan Pengetahuan

Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa.

3. Aspek Praktis

Bagi lembaga bimbingan belajar Primagama Cabang Lidah Kulon Surabaya, dapat dijadikan sebagai informasi untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya, sekaligus memperbaiki apabila terdapat kelemahan dan kekurangan dalam strategi pemasaran.