

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh penyelenggaranya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan yang dimaksud adalah sebuah program pendidikan satu tahun siap kerja, agar bisa mempertahankan eksistensinya, Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya dituntut untuk dapat memasarkan lembaganya, karena betapapun bagusnya suatu lembaga pendidikan jika tidak di promosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya lembaga pendidikan tersebut dikalangan masyarakat, Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak yang harus dilaksanakan oleh lembaga, selain ditujukan untuk memperkenalkan pemasaran dilembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa.

Keberadaan citra merek bermanfaat bagi pembeli, perantara, produsen, maupun publik. Simamora (2016:3) bagi pembeli, citra merek bermanfaat untuk menceritakan mutu dan membantu memberi perhatian terhadap produk - produk yang baru akan mungkin bermanfaat bagi konsumen dan mempunyai peranan yang penting dan merupakan aset yang menguntungkan bagi perusahaan. Dalam kondisi pasar yang kompetitif, preferensi dan loyalitas pelanggan adalah kunci kesuksesan. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya adalah lembaga pendidikan yang berskala nasional dimana terdapat 12 cabang lembaga pendidikan tersebar di Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Lembaga ini memberikan pendidikan dan pelatihan dengan beberapa jenis lulusan, seperti Perhotelan dan Kapal Pesiar, Administrasi Perkantoran dan Sekertaris, Akutansi Perusahaan dan Perbankan, Asisten Paramedis dan Rekam Medik, Teknik Informatika Pemograman dan Desain Web, Desain Grafis dan Animasi. Berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya yang menawarkan satu jenis pendidikan pelatihan bekal keahlian khusus. Hal ini sebagai deferensiasi produk yang ditawarkan kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat memilih dan bergabung sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya merupakan lembaga pendidikan dan pelatihan yang meluluskan tenaga terampil dan siap memasuki dunia kerja. Menurut Laila Nor Baiti S.Pd, M.M, selaku Manajer Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya menjelaskan bahwa pemasaran Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya memeberikan pengertian bahwa setiap peserta didik yang mendaftar serta lulus mengikuti pendidikan dan pelatihan akan mendapat layanan bantuan kerja. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya berfokus pada pendidikan dan pelatihan peserta didik untuk siap kerja dan menjadi tenaga kerja siap pakai. Dengan adanya komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bagian Pemasaran Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya diharapkan mampu menarik masyarakat untuk memilih Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya sebagai tempat menimba ilmu.

Kualitas pendidikan merupakan salah faktor yang sangat penting bagi masyarakat untuk memilih suatu lembaga pendidikan dan pelatihan. Menciptakan suatu kepuasan pada pelanggan, perusahaan perlu memahami faktor pendorong kepuasan, salah satunya adalah kualitas produk (Irawan,

2016:37). Semakin tinggi kualitas produk atau jasa, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan dari produk dan jasa tersebut (Kotler dan Keller, 2016:144) dapat dikatakan, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dari suatu perusahaan. Sebagian besar lulusan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya langsung bekerja baik di perusahaan swasta dan instansi pemerintah hingga mencapai 94% sedangkan lulusan yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi jumlahnya sedikit bahkan kurang dari 2%, akan tetapi setelah mereka bekerja rata-rata 65% melanjutkan ke jenjang sarjana sambil bekerja. Setiap lulusan akan mendapatkan layanan penyaluran kerja jika telah menyelesaikan program pendidikan selama 7 bulan, telah menyelesaikan program latihan magang kerja selama 2 bulan, telah tuntas pembayaran biaya pendidikan dan telah dinyatakan lulus mengikuti setiap mata pelajaran dengan nilai minimal C.

Promosi merupakan salah satu cara agar masyarakat mengetahui serta tertarik kepada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya, promosi dilakukan diberbagai media antara lain media cetak, media elektronik dan media daring. Menurut Angipora (2017:219) salah satu kebijakan di dalam *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) yang tidak kalah pentingnya sebagai usaha untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan secara keseluruhan adalah kebijakan promosi. Perusahaan harus memperoleh kesempatan untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang mungkin menjadi konsumen, atau sudah menjadi konsumen sebelumnya, sehingga memberikan interaksi antara apa yang akan ditetapkan oleh perusahaan dan apa yang dibutuhkan serta diinginkan oleh konsumen. Menurut Manap (2018:301) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik,

mengingat, dan meyakinkan calon konsumen. Salah satu yang menjadi promosi Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya adalah dengan promosi menyelenggarakan Pendidikan dan Pelatihan Siap dan Cepat Kerja Program 1 tahun sebagai mitra pemerintah sebagai wujud peran serta masyarakat guna ikut mencerdaskan kehidupan bangsa. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya mengembangkan potensi peserta program dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan ketrampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian professional yang dioperasikan bersama dunia kerja (*partnership*) melalui pendidikan keterampilan kerja, praktik kerja lapangan dan tau permagangan guna melayani setiap peserta program belajar dan berlatih sampai terampil dan mampu memenuhi kebutuhan dunia kerja dan dunia usaha . Metode-metode yang digunakan dalam kegiatan promosi tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan dan hubungan masyarakat. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Dengan promosi yang baik maka masyarakat akan semakin mengetahui keberadaan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya.

Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya harus meningkatkan citra merek dari lembaga pelatihan dan pendidikan, serta meningkatkan kualitas pendidikan tersebut dan melakukan promosi agar masyarakat melakukan keputusan memilih Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya sebagai tempat untuk menimba ilmu. Dari

penjelasan diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul : "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pendidikan dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Belajar Di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan XXIV Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya)".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setiap penelitian yang akan dilakukan haruslah mengandung suatu permasalahan, karena dalam suatu permasalahan itu akan kita ketahui apa yang harus peneliti lakukan nantinya, Menurut Sugiyono (2017:32) masalah dapat diartikan sebagai penyimpangan antara yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dengan praktek, antara aturan dengan pelaksanaan, antara rencana dengan pelaksanaan. Setelah masalah diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menentukan rumusan masalah. "Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data". (Sugiyono , 2017:35). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya ?
2. Apakah kualitas pendidikan secara persial berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya ?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya ?

4. Apakah citra merek, kualitas pendidikan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya?
5. Diantara citra merek, kualitas pendidikan dan promosi manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menegaskan hal-hal yang ingin diteliti berdasarkan dari rumusan masalah, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pendidikan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis citra merek, kualitas pendidikan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya.
5. Untuk mengetahui diantara citra merek, kualitas pendidikan dan promosi yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih belajar di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian yaitu :

1. Aspek Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi perguruan tinggi STIE Mahardhika Surabaya, para akademisi yaitu mahasiswa, dosen dan kepentingan perpustakaan.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi semua orang yang membutuhkan ilmu dibidang Manajemen Pemasaran dan dapat menjadi referensi dan memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya.

3. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Surabaya untuk meningkatkan jumlah mahasiswanya, serta bagi lembaga pendidikan dan pelatihan yang sejenis.