

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan di Indonesia sudah memasuki masa ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) di mulai tahun 2015 yang membawa pengaruh penuh terhadap pendidikan di Indonesia dalam peningkatan daya saing dan keunggulan kompetitif di semua sector terutama pendidikan (Mendikbud, 2015). Untuk menghadapi AFTA pemerintah perlu meningkatkan pemerataan dan kualitas pendidikan. Akses pendidikan perlu di buka seluas-luasnya sehingga masyarakat mampu memperoleh pendidikan dengan layak sampai pada tingkat Perguruan Tinggi (Zulfadli, 2015).

Menurut Mulyasa (2011:2) Pendidikan pada hakikatnya adalah proses pematangan kualitas hidup. Melalui proses tersebut di harapkan masyarakat belajar dan berkembang dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dirinya. Didukung dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 tahun 2003 di jelaskan bahwa, Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradapan bangsa.

Philips H. Coombs mengategorikan metode pendidikan menjadi tiga yaitu informal, formal dan nonformal. Hal ini juga tercantum di dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional pasal 1 no. 10 yaitu pendidikan di selenggarakan pada jalur formal, informal dan nonformal di setiap jenjang dan jenis pendidikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penyelenggaraan pendidikan tidak hanya di sekolah formal tetapi juga dapat di lembaga nonformal seperti bimbingan belajar atau kursus. Oleh karena itu lembaga pendidikan belajar memiliki peran yang penting dalam usaha mewujudkan cita-cita bangsa yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa (UU No 20 : 2003).

Menurut Penelitian Kuntoro (2006:2) Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan

pendidikan sebagai pengganti, penambah atau pelengkap pendidikan formal. Proses belajar pada pendidikan nonformal terjadi secara terorganisir di luar system persekolahan atau pendidikan formal dan dilaksanakan secara terpisah (Saleh, 2012).

Bimbingan Belajar Quantum Student adalah salah satu lembaga yang berkecimpung dalam dunia pendidikan. Quantum Student merupakan usaha jasa pendidikan yang bergerak di bidang bimbingan belajar dengan mempunyai pasar yang cukup luas dan mempunyai tiga cabang di Bekasi. Quantum Student sendiri di kenal sebagai lembaga bimbingan belajar yang terkemuka dengan memiliki berbagai kiat-kiat produk yang bervariasi untuk memenuhi kebutuhan siswa yang tidak dapat dari sekolah (Pudjiantoro, 2012).

Dalam meningkatkan kualitas pendidikan nasional, lembaga bimbingan belajar Quantum Student memiliki visi dan misi. Visi lembaga ini yaitu “Kami hadir untuk memberikan solusi nyata yang dapat diterapkan langsung untuk setiap permasalahan kehidupan yang dialami masyarakat sekitar pada khususnya di masyarakat dunia pada umumnya, sehingga impian kami untuk terciptanya kehidupan dunia yang lebih baik dapat terwujud. Sedangkan Misi lembaga bimbingan belajar Quantum Student adalah (Pudjiantoro, 2012) :

1. Menciptakan peluang bisnis dengan keuntungan yang berlimpah.
2. Mewujudkan kesejahteraan tim, perusahaan, mitra bisnis dan masyarakat.
3. Memberikan pelayanan kelas dunia dengan tulus dan professional.
4. Berbagi ilmu dan melatih kemandirian untuk kesuksesan hidup.

Menurut Trimo (2018:4) Pandangan peneliti lembaga bimbingan belajar khususnya Quantum Student memiliki keinginan yang kuat untuk meningkatkan dan mengubah pelayanan kearah yang lebih baik dengan memperkuat strategi pemasaran yang jitu. Penguatan manajemen memiliki dampak kepada kepuasan pengguna jasa lembaga bimbingan belajar

Quantum Student. Ini membuktikan bahwa proses manajemen pemasaran jasa penting untuk dilakukan. Hal ini senada dengan pernyataan Moch. Khafidz Fuad Raya (2016) yang menyatakan bahwa pemasaran pendidikan dimaksudkan untuk meningkatkan mutu pendidikan dan menambah kepercayaan masyarakat terhadap lembaga bimbingan belajar itu sendiri.

Menurut Eva Monica (2015:3) pemasaran dalam pendidikan meliputi proses perencanaan, pelaksanaan, penetapan harga, promosi barang dan jasa. Dalam manajemen pemasaran perusahaan perlu memperhatikan tentang bauran pemasaran (*Marketing Mix*) seperti unsur produk (*product*), unsur harga (*price*), unsur (*promotion*), unsur tempat (*place*), orang (*people*), Proses (Process), dan Tampilan fisik (Physical Evidence).

Berdasarkan deskripsi tersebut, maka penulis tertarik mengkaji dan meneliti lebih lanjut tentang pengembangan media pemasaran online dan media pembelajaran online dalam bentuk skripsi yang berjudul "ANALISIS SWOT PADA PEMASARAN BIMBINGAN BELAJAR QUANTUM STUDENT PONDOK UNGU PERMAI"

B. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini di batasi pada "Analisis SWOT Pada Pemasaran Bimbingan Belajar Quantum Student Pondok Ungu Permai" yang berfokus pada marketing mix meliputi product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence. Agar penelitian ini terfokus dan tidak meluas.

C. Rumusan Penelitian

1. Bagaimana strategi pembuatan produk (product) untuk menarik siswa sesuai target yang di tentukan?
2. Apakah strategi yang tepat dalam penyusunan harga (price) untuk menarik siswa sesuai target yang di tentukan?

3. Bagaimana strategi penentuan lokasi (place) untuk menarik siswa sesuai target yang di tentukan?
4. Apa strategi promosi (promotion) untuk menarik siswa sesuai target yang di tentukan?
5. Bagaimana strategi pengadaan tenaga kerja guru (Peopel) untuk menarik siswa sesuai target yang di tentukan ?
6. Bagaimana proses yang terjadi untuk meningkatkan kualitas jasa?
7. Bagaimana physical evidence yang baik dan strategis untuk memenuhi target siswa?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif melalui *product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence* pada lembaga Bimbingan Belajar Quantum Student Cabang Pondok Ungu Permai.
2. Melakukan analisis SWOT (*strength, weaknes, opportunities dan threat*) pada lembaga Bimbingan Belajar Quantum Student Cabang Pondok Ungu Permai.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi
Penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan penelitian lain dalam melakukan penelitian yang sejenis atau yang berkaitan tentang strategi pemasaran pendidikan di lembaga bimbingan belajar.
2. Bagi lembaga
 - a. Dapat di gunakan sebagai masukan dalam upaya peningkatan kualitas khususnya di bidang pemasaran pada lembaga bimbingan belajar
 - b. Sebagai masukan dalam upaya pembuatan rencana strategi yang baru di berbagai bidang.
3. Bagi Peneliti
 - a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai penambahan wawasan pengalaman dan pengetahuan peneliti.