

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan adalah layanan. Hal ini menunjukkan adanya proses peradaban dalam proses pendidikan, dan proses budaya ini terjadi karena adanya input dan output. Input siswa meliputi infrastruktur dan lingkungan, sedangkan output berupa jasa pendidikan, lulusan atau alumni, dan hasil penelitian, dalam hal ini, layanan pendidikan adalah layanan yang diberikan oleh pengelola pendidikan kepada pihak yang langsung menerima layanan tersebut berdasarkan standar mutu tertentu. Faktanya, pendidikan lebih merupakan aktivitas pelayanan daripada produksi produk. Kualitas layanan pendidikan dalam arti relatif mengacu pada kualitas layanan yang memenuhi atau melampaui kebutuhan dan harapan masyarakat yang berkepentingan terhadap layanan pendidikan tersebut.

Menurut Akbar et al., (2020), tujuan utama promosi adalah untuk mengubah perilaku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya. Promosi bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang produk yang dijual perusahaan kepada konsumen, sehingga konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan, dan pada akhirnya mengambil keputusan pembelian. Melalui kegiatan promosi, pendapatan perusahaan bisa meningkat. Pendapat Wahyudin & Rachma (2015) persepsi harga merupakan salah satu cara bagi konsumen untuk memahami informasi harga secara utuh dan memberikan makna yang dalam kepada mereka.

Institusi pendidikan adalah kota kelahiran kedua bagi anak-anak. Orang tua menitipkan anaknya untuk mengenyam pendidikan dan menjadi orang sukses yang baik bagi agama, orang tua, masyarakat, bangsa dan negara. Tak heran, gerakan pembangunan sekolah pada hakikatnya merupakan upaya membangun emas dan generasi sebelumnya.

Bimbingan adalah salah satu metode pendidikan informal yang biasanya digunakan sebagian besar siswa selain metode pendidikan yang biasa. Munculnya lembaga pendidikan pada saat ini menunjukkan perubahan yang pesat dalam model pendidikan. Siswa yang mendapatkan bimbingan belajar di luar sekolah berharap dapat memahami topik yang mudah dipahami atau kurang dipahami di sekolah.

Setiap orang tua berharap dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk anaknya, dan orang tua di masa lalu dapat dengan mudah menentukan pilihan sekolah. Orang tua jaman sekarang sangat berhati-hati dalam memilih tempat pendidikan anaknya, karena ada banyak jenis lembaga pendidikan saat ini. Perilaku orang tua saat memilih tempat bimbingan belajar sama dengan perilaku konsumen saat mengambil keputusan pembelian. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan, dan aktivitas setiap orang dilakukan dalam konteks mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengelola barang atau jasa. Berdasarkan pendapat Kotler dan Gary Armstrong (2009;67) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian produk, harga, lokasi, dan promosi mempunyai empat dasar terutama untuk jasa pendidikan, yang tidak lepas dari pembahasan tentang produk (kegiatan pendidikan), harga (Uang sekolah), promosi, lokasi, staf atau kualitas guru dan staf administrasi, serta proses atau metode pembelajaran dan sarana.

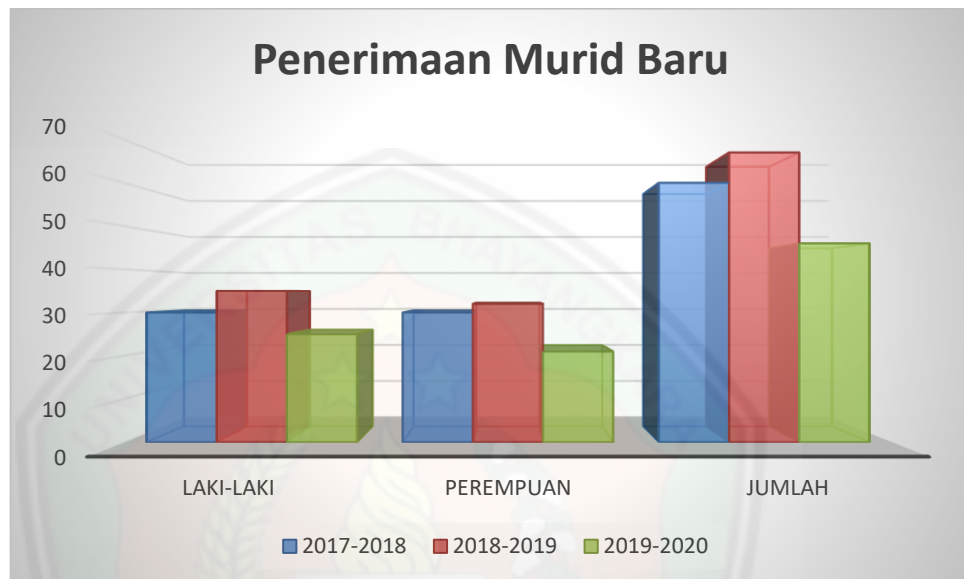
Lembaga pendidikan biMBA AIUEO adalah salah satu layanan pendidikan yang berlokasi di Bekasi Jaya Indah, memberikan layanan pendidikan yang memadai bagi masyarakat Bekasi dengan biaya terjangkau oleh semua lapisan masyarakat tanpa mengurangi kualitas pendidikan. biMBA AIUEO terus meningkatkan kualitas dan jumlah siswanya, namun tidak menunjukkan hasil yang terbaik. Berdasarkan *observasi* atau *observasi* kepedulian masyarakat yang dilakukan oleh peneliti pada biMBA AIUEO dari tahun 2017 hingga 2020, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Penerimaan Murid Baru

NO	Tahun Angkatan	laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	2017-2018	30	30	60
2	2018-2019	35	32	67
3	2019-2020	25	21	46

Sumber: biMBA AIUEO Bekasi Jaya Indah

Grafik 1.1 Penerimaan Murid Baru



Sumber: biMBA AIUEO Bekasi Jaya Indah (2021)

Berdasarkan tabel dan bagan di atas, 60 murid baru mendaftar biMBA AIUEO tahun 2017-2018, 67 murid baru mendaftar biMBA AIUEO tahun 2018-2019, dan 46 murid baru mendaftar di biMBA AIUEO . Resesi pada tahun 2020 diiringi dengan merebaknya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 merupakan krisis kesehatan yang melanda hampir seluruh penjuru dunia.

Wabah ini menyerang berbagai bidang, salah satunya di bidang pendidikan. Banyak negara telah memutuskan untuk menutup sementara sekolah dan kampus selama pandemi Covid-19. Setiap negara merumuskan kebijakan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi. Untuk mengatasi merebaknya pandemi Covid -19, semua negara telah melakukan tindakan, salah satunya dengan melancarkan gerakan *social distancing*. Gerakan *social distancing* bertujuan untuk mengurangi interaksi masyarakat pada masyarakat luas (Wilder-Smith & Freedman, 2020: 2). Dengan terasingnya masyarakat, pembelajaran di

sekolah menjadi terhambat dan tidak dapat dilakukan secara langsung. Hal ini juga berdampak pada perkembangan kegiatan pendidikan, karena kegiatan belajar tatap muka dibatalkan selama periode Covid -19.

Selama satu tahun terakhir, penurunan jumlah murid peserta biMBA telah menjadi perhatian, baik itu kurangnya promosi, biaya masuk yang tinggi maupun informasi buruknya pelayanan yang diberikan oleh biMBA AIUEO Bekasi Jaya Indah, terlebih sejak itu telah berjalan selama pandemi, satu tahun. Bisa disimpulkan dari beberapa uraian di atas bahwa masalah bagaimana masyarakat menyekolahkan anak untuk membangkitkan minat masyarakat sangat bergantung pada beberapa aspek, yaitu harga yang terjangkau dari semua sektor masyarakat, kualitas pelayanan yang tertinggi, serta kegiatan promosi yang sangat aktif sehingga orang dapat dengan mudah mendapatkannya. Beberapa hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengambil judul proposal skripsi tentang **“Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak (Studi kasus pemasaran di biMBA AIUEO Bekasi Jaya Indah)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul proposal skripsi, maka dapat di identifikasikan beberapa masalah yang terdapat pada Pengaruh promosi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak (Studi kasus pemasaran di biMBA AIUEO Bekasi Jaya Indah). Adapun identifikasi masalah yang ditemukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis.

Untuk menambah wawasan tentang bagaimana pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.

2. Bagi Yayasan pendidikan.

Sebagai bahan masukan terhadap Yayasan Pendidikan menyangkut betapa pentingnya memahami tentang bagaimana pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.

3. Bagi Masyarakat.

Sebagai bahan informasi sekaligus bahan pembelajaran kepada masyarakat tentang promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak.

1.5 Batasan Masalah

Mengingat terlalu luasnya bahasan yang berkaitan dengan judul yang di buat, maka terdapat batasan masalah yaitu, hanya promosi, harga, kualitas pelayanan, keputusan orangtua murid dalam membiMBakan anak di biMBA AIUEO Bekasi Jaya Indah.

1.6 Sistematika penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka di susun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, sistematika penulisan.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan topik penelitian pada umumnya, dan model konseptual penelitian pada umumnya.

Bab III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

Bab IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang profil perusahaan yang diteliti, hasil analisis data, dan pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

Bab V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan dan implikasi manajerial.