

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Peran pendidikan dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi hal yang wajib saat ini, dimana pendidikan merupakan salah satu jalan keluar dari persoalan yang dihadapi karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan seseorang pada bidang tertentu. Pendidikan membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan melalui proses pengembangan, dengan begitu sumber daya manusia menjadi bagian yang penting dalam pendidikan. Menurut Mandang, Lumanauw, dan Walangitan, (2017:4325) dalam Anjarwati et al. (2020) mengatakan bahwa pendidikan merupakan tahap awal seseorang dalam pengetahuan dengan menggunakan metode pengajaran dilembaga pendidikan dalam jangka waktu tertentu.

Sekolah semakin banyak dan luas sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan harus memiliki inisiatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Seperti halnya lembaga pendidikan Bimba atau Bimbingan Baca Anak yang sudah berkembang luas hingga saat ini menjadi daya Tarik masyarakat untuk memilih pendidikan awal untuk anak usia 3 tahun – 6 tahun. Bimba diminati masyarakat atas kualitas pelayanan yang mampu membantu orangtua dalam mengajarkan anak Baca, Tulis, Hitung dengan cepat. Dengan metode pembelajaran yang unik dan sesuai kemampuan anak. Bimba merupakan proses bimbingan minat baca anak yang bertujuan supaya anak minat, senang, suka, dan gemar membaca. Kegiatan membaca merupakan hal yang penting dalam kegiatan belajar.

Bimba atau Bimbingan Baca Anak berdiri sejak 19 April 2019 yang berlokasi di Candrabaga Bekasi ini, menurut konsumen (walimurid) dinilai dapat membantu anak yang memiliki kelemahan dalam hal membaca. Terlihat dari anak yang sudah memasuki pendidikan TK atau bahkan Sekolah Dasar masih terdapat anak yang belum bisa lancar dalam membaca, yang menjadi daya tarik konsumen atau walimurid dalam mendaftarkan anaknya di Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga karena kualitas pelayanan Bimba solusi kids unit candrabaga memiliki tenaga

pendidik yang berpengalaman, adanya target 60 jam bisa membaca, dan evaluasi siswa-siswi mengenai progress belajar pada anak dalam perkembangan Tulis, Baca, dan Hitung.

Berdasarkan hasil wawancara awal dari konsumen yang sudah menggunakan layanan jasa bimba solusi kids unit candrabaga ini, menjadi faktor penyebaran informasi di kalangan masyarakat mengenai kualitas pelayanan Bimba dari konsumen lain yang sudah menggunakan layanan jasa Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi.

Pada tahap awal Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi berdiri strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan memberikan brosur kepada konsumen yang tempat tinggalnya dekat pada lokasi bimba hal tersebut digunakan sebagai salah satu upaya dalam menarik minat konsumen. Kemudian setelah konsumen tertarik mereka melakukan penyebaran informasi kepada masyarakat yang ingin menggunakan jasa layanan bimba, secara terus menerus konsumen memberikan informasi yang positif kepada konsumen baik secara lisan maupun dengan menggunakan teknologi sosial media.

Permasalahan yang dihadapi oleh Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi dalam melakukan strategi pemasaran adalah informasi yang disampaikan kepada calon konsumen kurang jelas dan terbatas, serta beberapa konsumen tidak bisa menggunakan sosial media dengan lincah, berdasarkan hal tersebut, maka untuk menarik konsumen agar bertambah pihak bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi adalah merubah strategi pemasaran dengan membuat event (acara) pentas seni dan melakukan pemasaran dengan sistem digitalisasi. Dengan hal tersebut seiring berjalannya waktu pertumbuhan siswa-siswa semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan pada data tabel berikut :

Tabel 1.1 Data Siswa-siswi setiap tahun

Angkatan	Tahun	Jumlah Siswa					Jumlah Siswa Tiap Tahun	Presentase Kenaikan
		Ms.Ifah	Ms.Iis	Ms. Lela	Ms. Syifa	Ms. Lina		
1	2019-2020	13	10	12	11	10	56	0%
2	2020-2021	13	13	13	13	14	66	14%
3	2021-2022	16	16	16	16	16	80	19%
4	2022-Sekarang	26	26	26	26	26	130	67%
Total		68	65	67	66	66	332	100%

Sumber : Arsip Bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi.

Berdasarkan hasil tabel diatas, terdapat 5 mtv atau kelas yang ada pada bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi, peneliti menyimpulkan bahwa setiap tahunnya di bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi terjadi kenaikan jumlah siswa setiap tahunnya. Dilihat dari jumlah siswa setiap tahunnya, dimana angkatan pertama mendapatkan 56 siswa dengan presentase 0%, kemudian tahun ke dua terjadi kenaikan yakni hanya terdapat 66 siswa dengan presentase 14%, tahun ke tiga terdapat kenaikan siswa yaitu 80 siswa dengan presentase 19%, dan tahun ke empat mendapatkan 130 siswa dengan presentase 67%. Semakin banyaknya siswa yang bertahan maka semakin banyak juga presentase yang diperoleh.

Menurut Kotler dan Keller (Isnainy et al. (2021), menyatakan bahwa inti dari strategi pemasaran merupakan proses untuk memenuhi kebutuhan dan sosial. Sedangkan menurut Assauri (Isnainy et al. 2021) mengatakan bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang komprehensif, terintegrasi, dan terpadu pada

bidang pemasaran yang memberikan acuan mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan guna mencapai suatu tujuan.

Selain itu, perubahan strategi yang dilakukan oleh Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi saat ini sudah menggunakan sistem digitalisasi dengan maksud pencapaian informasi kepada calon konsumen dapat langsung diterima dengan cepat. Sebagai salah satu wujud dari peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen maka strategi ini digunakan oleh Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi.

Kualitas pelayanan yang sudah berjalan di Bimba diberikan oleh tenaga pendidik, kepala sekolah, dan kepala unit kepada konsumen (walimurid) dengan memperhatikan indikator kualitas pelayanan. Menurut Bakti et al., (2020) terdapat 5 (lima) indikator dalam memberikan kualitas pelayanan terhadap konsumen yakni : *Tangibles* (Bentuk Fisik), *Reability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Kepedulian).

Berdasarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang menyatakan bahwa keharusan memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi pada penyedia jasa layanan. Menurut (Saputra et al., 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan digunakan sebagai ukuran konsumen dalam menentukan citra (image) atau nilai suatu lembaga yang ingin memberikan pelayanan kepada masyarakat. Menurut (Saputra et al. (2021) mengatakan bahwa penyedia layanan harus memperhatikan layanan yang diberikan demi menjaga kesan yang baik kepada konsumen serta memperhatikan proses pelayanan dalam memberikan kualitas pelayanan. Sedangkan menurut (Arianto & Octavia, 2021) kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan kepuasan konsumen.

Berdasarkan kualitas pelayanan yang sudah berjalan di Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi sebagai salah satu penilaian kepuasan konsumen adalah dapat dilihat setelah memberikan kualitas pelayanan yang baik dan tanggapan dari konsumen yang sudah menggunakan jasa layanan Bimba. Menurut (Isnainy et al. 2021), menyatakan bahwa kepuasan konsumen yang dimaksud merupakan

perasaan senang yang dialami oleh konsumen saat mengevaluasi barang atau jasa yang telah digunakannya. Menurut (Isnainy et al., 2021) menyatakan bahwa kepuasan konsumen yaitu perasaan sedih atau bahagia seseorang yang terjadi pada diri seseorang ketika terdapat perbedaan kemampuan yang menimbulkan kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa.

Menurut Tuuk, Karuntu dan M, (2019) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan tahap perasaan konsumen setelah menggunakan dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen, jika konsumen merasa puas dengan kualitas yang diperoleh pada barang atau jasa maka kemungkinan ada peluang besar untuk menjadi konsumen dalam jangka panjang.

Kepuasan konsumen pada Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi ini, dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang sudah berjalan dan diberikan kepada konsumen, perasaan senang konsumen atas jasa layanan yang digunakan. Kemudian menjadikan konsumen melakukan strategi pemasaran dengan menyebarkan informasi yang positif mengenai Bimba kepada masyarakat.

Inovasi pada Bimba yang sudah dijelaskan diatas oleh peneliti masih banyak masyarakat yang belum mengetahui pendidikan seperti halnya Bimba. Berdasarkan observasi awal mantan guru bimba yang pernah mengajar di TK juga menjelaskan bahwa pada pendidikan TK berfokus pada melatih motorik kasar anak untuk menambah kreatifitas, bermain, dan kemandirian pada anak. Sedangkan bimba sesuai yang sudah dijelaskan penulis sebelumnya, bimba berfokus pada baca, tulis, hitung sesuai dengan target waktu yang ada.

Berdasarkan uraian peneliti diatas mengenai inovasi Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi, maka peneliti tertarik menjadikan bimba sebagai objek penelitian yang ditinjau dari strategi pemasaran dan kualitas pelayanan bimba terhadap kepuasan konsumen yang sudah berjalan saat ini. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai bentuk dari kualitas pelayanan yang terdapat pada bimba tersebut, maka dengan ini penulis akan melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bimba solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi ?
3. Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bimba solusi kids unit Candrabaga Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bimba solusi kids unit candrabaga Bekasi.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak antara lain :

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mamapu menambah dan meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan sebagai refrensi tambahan mengenai kualitas pelayanan dengan penelitian sebelumnya maupun dengan peneliti yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Bimba Solusi Kids Unit Candrabaga Bekasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan, bahan masukan, sumbangan pemikiran, dan bahan evaluasi yang bermanfaat bagi segenap instansi yang terkait khususnya dalam pendidikan dalam memberikan kualitas pelayanan, baik itu keinginan setiap orang, ketanggapan, kehandalan, yang digunakan saat ini.

b. Bagi Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi dunia pendidikan, khususnya jurusan Ekonomi Manajemen mengenai topik yang sudah diteliti. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman pengetahuan khususnya pada strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat dan menjadi perhatian masyarakat terhadap pentingnya kualitas pelayanan.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya sebagai referensi bahan pertimbangan untuk kelebihan dan kekurangan yang mungkin ditemukan dalam penelitian ini, apabila peneliti kedepannya ingin melakukan penelitian dengan objek sejenis.

1.5 Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan penelitian ini pada pokok permasalahan, dan untuk mencegah terlalu luasnya pembahasan yang mengakibatkan terjadinya kesalahan terhadap simultan yang dihasilkan, maka dalam hal ini dilakukan pembatasan masalah bahwa faktor yang digunakan sebagai variabel penelitian ini adalah Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan system penulisan berdasarkan uraian dengan penjelasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya, dan model konseptual penelitian pada umumnya.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang profil organisasi atau perusahaan, karakteristik responden, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan implikasi manajerial dalam penelitian.